

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**HOÀN THIỆN QUY TRÌNH DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG TRONG HOẠT
ĐỘNG GIAO NHẬN VẬN CHUYỂN QUỐC TẾ TẠI CÔNG TY TNHH ASIA
CARGO EXPRESS**

Giảng viên hướng dẫn	:	THS. Dương Thị Thu Thảo
Sinh viên thực hiện	:	Võ Thị Kiều Linh
Lớp	:	22LC2
Khóa học	:	2022 – 2026
MSSV	:	2254050057

Đà Nẵng, tháng 05 năm 2026

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHOA KINH TẾ
BỘ MÔN LOGISTICS
VÀ QUẢN LÝ CHUỖI CUNG ỨNG

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

HOÀN THIỆN QUY TRÌNH DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG TRONG HOẠT
ĐỘNG GIAO NHẬN VẬN CHUYỂN QUỐC TẾ TẠI CÔNG TY TNHH ASIA
CARGO EXPRESS

Giảng viên hướng dẫn	:	THS. Dương Thị Thu Thảo
Sinh viên thực hiện	:	Võ Thị Kiều Linh
Lớp	:	22LC2
Khóa học	:	2022 – 2026
MSSV	:	2254050057

Đà Nẵng, tháng 05 năm 2026

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC
ĐÀ NẴNG

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA
VIỆT NAM

KHOA KINH TẾ

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

**BỘ MÔN LOGISTICS VÀ
QUẢN LÝ CHUỖI CUNG ỨNG**

*Đà Nẵng, ngày tháng
năm 2026*

GIAO NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Năm học: 2025 - 2026

1. Thông tin tác giả thực hiện

- Họ và tên sinh viên: Võ Thị Kiều Linh
- Chuyên ngành : Logistics và quản lý chuỗi cung ứng
- Trình độ đào tạo : Đại học
- Khóa học : 2022 - 2026

2. Tên đề tài Khóa luận tốt nghiệp

“HOÀN THIỆN QUY TRÌNH DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG TRONG HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN VẬN CHUYỂN QUỐC TẾ TẠI CÔNG TY TNHH ASIA CARGO EXPRESS ”

3. Các số liệu ban đầu thực hiện Khóa luận tốt nghiệp

4. Các bảng biểu

5. Cán bộ hướng dẫn

- THS. Dương Thị Thu Thảo

6. Ngày giao nhiệm vụ làm Khóa luận tốt nghiệp

- 10/02/2026

7. Ngày sinh viên phải hoàn thành khóa luận

- 20/05/2026

Giảng viên hướng dẫn

MẪU ĐƠN KHAI BÁO SỬ DỤNG AI

LỜI CẢM ƠN

Đầu tiên, em xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến cô Dương Thị Thu Thảo – giảng viên hướng dẫn đã tận tình chỉ bảo, định hướng và hỗ trợ em trong suốt quá trình nghiên cứu đề tài. Với kiến thức chuyên môn sâu rộng và phương pháp hướng dẫn khoa học, cô đã giúp em hoàn thiện đề tài nghiên cứu từ những bước đầu tiên đến khi hoàn thành khóa luận. Em xin cảm ơn Khoa Kinh Tế, Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng đã tạo điều kiện và trang bị cho em những kiến thức nền tảng và phương pháp nghiên cứu khoa học để có thể thực hiện khóa luận này.

Em xin được bày tỏ lòng biết ơn đặc biệt đến Chị Võ Thị Thanh Hương – Quản lý tại Công ty TNHH Asia Cargo Express. Chị đã dành thời gian quý báu để chia sẻ những kinh nghiệm thực tiễn, cung cấp các thông tin, số liệu cần thiết và tạo điều kiện thuận lợi để em có thể tiếp cận, nghiên cứu về quy trình dịch vụ khách hàng tại công ty. Sự nhiệt tình và sự hỗ trợ tận tâm của chị đã góp phần quan trọng giúp em hoàn thành khóa luận này.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn đến Ban Giám đốc và toàn thể cán bộ nhân viên Công ty TNHH Asia Cargo Express đã tạo điều kiện cho em thực hiện nghiên cứu tại công ty, không những cung cấp thông tin cần thiết mà còn hỗ trợ em hết mình. Qua đó, em có cơ hội hiểu rõ hơn về môi trường làm việc thực tế và tích lũy thêm nhiều kinh nghiệm quý báu phục vụ cho hành trang nghề nghiệp sau này.

Cuối cùng, em xin gửi lời cảm ơn đến gia đình và bạn bè đã luôn động viên, ủng hộ và tạo điều kiện thuận lợi cho em trong suốt quá trình học tập và thực hiện khóa luận.

Mặc dù đã cố gắng hết sức, khóa luận của em không thể tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự góp ý, chỉ dẫn của quý thầy cô để khóa luận được hoàn thiện hơn.

Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn tất cả mọi người!

NHẬN XÉT CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP

1. Thông tin chung

- Họ tên sinh viên: Po Thị Kiều Linh
- Trường: Đại học Kiến trúc Đà Nẵng
- Chuyên ngành: Logistics và quản lý chuỗi cung ứng
- MSSV: 2254050057
- Đơn vị thực tập: Công ty TNHH Asia Cargo Express
- Vị trí thực tập: Thực tập sinh kinh doanh

2. Nhận xét của đơn vị về quá trình thực tập của sinh viên

Sau quá trình thực tập tại công ty TNHH Asia Cargo Express của sinh viên Võ Thị Kiều Linh, chúng tôi có một số nhận xét sau:

- Em có tính kỷ luật tốt, chấp hành đúng quy định công ty.
- Em có tinh thần học hỏi và trau dồi kinh nghiệm.
- Em có nhiệt huyết và trách nhiệm đối với công việc được giao.
- Em hòa đồng với các phòng ban.

Qua quá trình thực tập tại công ty, chúng tôi sẽ xem xét và cân nhắc tuyển dụng sinh viên ở vị trí phù hợp.

Người nhận xét
(Chữ rõ họ và tên, ký và đóng dấu)

GIÁM ĐỐC
Phan Thùy Trang

[illegible]

MỤC LỤC
GIAO NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

MẪU ĐƠN KHAI BÁO SỬ DỤNG AI

LỜI CẢM ƠN

NHẬN XÉT CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP

NHẬN XÉT CỦA GVHD

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG, BIỂU ĐỒ

DANH MỤC QUY TRÌNH, SƠ ĐỒ

DANH MỤC HÌNH ẢNH

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài
2. Mục tiêu nghiên cứu
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu
4. Phương pháp nghiên cứu
5. Kết cấu khóa luận

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ QUY TRÌNH DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG TRONG GIAO NHẬN VẬN CHUYỂN QUỐC TẾ1

- 1.1 Cơ sở lý luận về dịch vụ khách hàng trong logistics.....1
 - 1.1.1 Khái niệm dịch vụ khách hàng.....1
 - 1.1.2 Vai trò dịch vụ khách hàng1
 - 1.1.3 Đặc điểm dịch vụ khách hàng.....2
 - 1.1.4 Phân loại dịch vụ khách hàng3
- 1.2 Giao nhận vận chuyển quốc tế5
 - 1.2.1 Định nghĩa về dịch vụ giao nhận5
 - 1.2.2 Phạm vi của dịch vụ giao nhận5
 - 1.2.3 Các bên liên quan trong quá trình giao nhận6
- 1.3 Quy trình dịch vụ khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế .8
 - 1.3.1 Khái niệm về quy trình dịch vụ khách hàng8
 - 1.3.2 Vai trò của quy trình dịch vụ khách hàng.....8

1.3.3	Nội dung quy trình dịch vụ khách hàng	9
1.3.3.1	Quy trình dịch vụ khách hàng trước bán hàng	10
1.3.3.2	Quy trình dịch vụ khách hàng trong bán hàng	11
1.3.3.3	Quy trình dịch vụ khách hàng sau bán hàng	12
1.4	Các quy định pháp lý và hệ thống chứng từ	12
1.4.1	Các quy định pháp lý	12
1.4.2	Hệ thống chứng từ trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế	17
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG QUY TRÌNH DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG TRONG HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN VẬN CHUYỂN QUỐC TẾ TẠI CÔNG TY TNHH ASIA CARGO EXPRESS.....		20
2.1	Khái quát về Công ty	20
2.1.1	Lịch sử hình thành công ty	20
2.1.2	Tầm nhìn sứ mệnh, giá trị cốt lõi	21
2.1.3	Ngành nghề kinh doanh	22
2.1.4	Cơ cấu tổ chức và chức năng nhiệm vụ	23
2.1.5	Nguồn lực	25
2.1.5.1	Cơ sở vật chất	25
2.1.5.2	Nguồn nhân lực	26
2.1.5.3	Nguồn lực Tài chính	28
2.2	Thực trạng hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Asia Cargo Express	33
2.2.1	Kết quả kinh doanh của công ty ACE	33
2.2.2	Phân tích các yếu tố ảnh hưởng hoạt động kinh doanh công ty	40
2.2.2.1	Thị trường	40
2.2.2.2	Đối thủ cạnh tranh	42
2.2.2.3	Nhà cung cấp	45
2.2.2.4	Khách hàng	46
2.2.3	Thực trạng dịch vụ khách hàng trong giao nhận vận chuyển quốc tế	47
2.3	Thực trạng quy trình dịch vụ khách hàng	49
2.3.1	Quy trình dịch vụ khách hàng trước bán hàng tại công ty	49
2.3.2	Quy trình dịch vụ khách hàng trong bán hàng tại công ty	55
2.3.3	Quy trình dịch vụ khách hàng sau bán hàng tại công ty	62

2.4	Đánh giá.....	64
2.4.1	Ưu nhược điểm của quy trình	64
2.4.2	Nguyên nhân	67
CHƯƠNG 3: HOÀN THIỆN QUY TRÌNH DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG TRONG HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN VẬN CHUYỂN QUỐC TẾ TẠI CÔNG TY TNHH ASIA CARGO EXPRESS		72
3.1	Cơ sở giải pháp hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng	72
3.1.1	Nghiên cứu và dự báo môi trường kinh doanh	72
3.1.2	Định hướng và mục tiêu phát triển của công ty Asia Cargo Express	74
3.1.3	Định hướng phát triển hoạt động dịch vụ khách hàng trong giao nhận vận chuyển quốc tế của công ty Asia Cargo Express	75
3.2	Giải pháp hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng tại công ty TNHH Asia Cargo Express.....	76
3.3	Điều kiện và cách thức thực hiện giải pháp	85
3.3.1	Điều kiện thực hiện giải pháp	85
3.3.2	Cách thức thực hiện giải pháp.....	87
KẾT LUẬN CHUNG		91
TÀI LIỆU THAM KHẢO		
PHỤ LỤC		

DANH MỤC BẢNG, BIỂU ĐỒ

Bảng 2.1.5.1: Danh sách cơ sở vật chất của công ty ACE.....	26
Bảng 2.1.5.2: Bảng số lượng nhân sự theo phòng ban.....	26
Bảng 2.1.5.3: Bảng cơ cấu nhân sự của công ty ACE	27
Bảng 2.1.5.4: Tình hình tài sản của công ty ACE 2023 – 2025.....	28
Bảng 2.1.5.6: Tình hình nguồn vốn công ty ACE 2023 – 2025	30
Bảng 2.1.5.8: Cơ cấu vốn.....	32
Bảng 2.2.1.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty ACE 2023 – 2025 (Nguồn: Báo cáo tài chính công ty ACE).....	35
Bảng 2.2.1.2: Cơ cấu doanh thu theo lĩnh vực kinh doanh của công ty ACE (Nguồn: Báo cáo tài chính công ty ACE).....	37
Bảng 2.2.1.3: Khả năng sinh lời của công ty ACE 2023 – 2025	39
Bảng 2.2.2.2: Đối thủ cạnh tranh của công ty ACE.....	43
Bảng 2.2.2.3: Nhà cung cấp của công ty ACE.....	45
Bảng 2.2.2.4: Khách hàng của công ty ACE	46
Biểu đồ 2.1.5.5: Xu hướng tài sản của công ty ACE 2023 – 2025	28
Biểu đồ 2.1.5.7: Xu hướng nguồn vốn của công ty ACE 2023 – 2025	30

DANH MỤC QUY TRÌNH, SƠ ĐỒ

Quy trình 1: Dịch vụ khách hàng trước bán hàng (Getfly CRM, 2026)	10
Quy trình 2: Dịch vụ khách hàng trong bán hàng (Getfly CRM, 2026)	11
Quy trình 3: Dịch vụ khách hàng sau bán hàng (Getfly CRM, 2026)	12
Quy trình 4: Quy trình dịch vụ khách hàng trước bán hàng (Nguồn: Công ty TNHH ACE, 2025)	49
Quy trình 5: Quy trình dịch vụ khách hàng trong bán hàng (Nguồn: Công ty TNHH ACE, 2025)	55
Quy trình 6: Quy trình dịch vụ khách hàng sau bán hàng (Nguồn: Công ty TNHH ACE, 2025)	62
Sơ đồ 2.1.1: Lịch sử hình thành công ty	20
Sơ đồ 2.1.4: Cơ cấu tổ chức của công ty ACE.....	23

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.3.1: Bảng giá cước giao nhận vận chuyển	51
Hình 2.3.2: Bảng giá phụ thu chung của công ty ACE.....	52
Hình 2.3.3: Lịch bay của công ty ACE	52
Hình 2.3.4: Lịch tàu của công ty ACE.....	52
Hình 2.3.5: Quy cách đóng gói	56
Hình 2.3.6: Hóa đơn thương mại	58
Hình 2.3.7: Phiếu đóng gói	59
Hình 2.3.8: Mã tracking đơn hàng	60
Hình 2.3.9: Thông tin xác nhận hoàn tất dịch vụ	63
Hình 2.3.10: Bằng chứng đã giao hàng.....	63

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Nghĩa tiếng Việt
1	TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
2	DN	Doanh nghiệp
3	B2C	Doanh nghiệp đến khách hàng
4	FIATA	Liên đoàn các hiệp hội giao nhận quốc tế
5	NĐ-CP	Nghị định của Chính phủ
6	FOB	Giao hàng lên tàu
7	CIF	Giá thành, bảo hiểm và cước phí
8	DDP	Giao hàng đã nộp thuế
9	AWB	Vận đơn hàng không
10	B/L	Vận đơn đường biển
11	L/C	Thư tín dụng
12	ACE	Công ty Asia Cargo Express
13	COVID-19	Bệnh viêm đường hô hấp cấp do virus Corona
14	ĐVT	Đơn vị tính
15	EU	Liên minh châu Âu
16	FEDEX	Công ty chuyển phát nhanh FedEx
17	UPS	Công ty chuyển phát nhanh UPS
18	TNT	Công ty chuyển phát nhanh TNT
19	ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
20	ROS	Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu
21	ROA	Tỷ suất lợi nhuận trên tổng tài sản

22	ROE	Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu
23	P/L	Phiếu đóng gói hàng hóa
24	RCEP	Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực
25	EVFTA	Hiệp định Thương mại Tự do Việt Nam – EU
26	CPTPP	Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương
27	PPP	Hợp tác công – tư
28	USD	Đô la Mỹ
29	AI	Trí tuệ nhân tạo
30	24/7	24 giờ mỗi ngày, 7 ngày mỗi tuần
31	IoT	Internet vạn vật
32	KPI	Chỉ số đánh giá hiệu quả công việc
33	CRM	Quản lý quan hệ khách hàng
34	VIP	Khách hàng quan trọng

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế không ngừng gia tăng cả về quy mô lẫn tần suất, kéo theo sự phát triển mạnh mẽ của ngành vận chuyển quốc tế và giao nhận vận chuyển quốc tế. Các doanh nghiệp vận chuyển quốc tế hiện nay không chỉ đóng vai trò trung gian vận chuyển hàng hóa mà còn là đối tác chiến lược, góp phần tối ưu chuỗi cung ứng và nâng cao năng lực cạnh tranh cho khách hàng. Chính vì vậy, yêu cầu đặt ra đối với các doanh nghiệp trong ngành không chỉ dừng lại ở việc cung cấp dịch vụ vận chuyển đơn thuần, mà còn phải đảm bảo chất lượng dịch vụ khách hàng toàn diện trở thành một yếu tố then chốt.

Trong thực tế, thị trường vận chuyển quốc tế đang chứng kiến sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các doanh nghiệp trong nước và quốc tế. Sự khác biệt về giá cước vận chuyển ngày càng thu hẹp, khiến các doanh nghiệp buộc phải chuyển hướng sang cạnh tranh bằng chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng. Đặc biệt, trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế – nơi các quy trình liên quan đến nhiều bên như hãng tàu, hãng hàng không, hải quan, đại lý nước ngoài – thì việc phát sinh sự cố là điều khó tránh khỏi. Những vấn đề như chậm trễ lịch trình, sai sót chứng từ, thất lạc hàng hóa hay phát sinh chi phí ngoài dự kiến có thể xảy ra bất cứ lúc nào. Trong bối cảnh đó, một hệ thống dịch vụ khách hàng chuyên nghiệp, phản hồi nhanh chóng và xử lý hiệu quả chính là yếu tố quyết định mức độ hài lòng và niềm tin của khách hàng đối với doanh nghiệp.

Hành vi và kỳ vọng của khách hàng trong ngành vận chuyển quốc tế cũng đang thay đổi mạnh mẽ. Khách hàng ngày nay không chỉ quan tâm đến việc hàng hóa có được vận chuyển đúng thời gian hay không, mà còn yêu cầu cao về sự minh bạch thông tin, khả năng cập nhật tình trạng đơn hàng theo thời gian thực, cũng như sự hỗ trợ kịp thời khi phát sinh vấn đề. Họ có xu hướng lựa chọn những doanh nghiệp có dịch vụ khách hàng tốt, chuyên nghiệp và mang lại trải nghiệm tích cực trong suốt quá trình sử dụng dịch vụ. Do đó, nếu doanh nghiệp không xây dựng được một quy trình dịch vụ khách hàng hiệu quả và đồng bộ, rất dễ đánh mất khách hàng vào tay đối thủ cạnh tranh.

Tại Công ty TNHH Asia Cargo Express – một doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế – công tác dịch vụ khách hàng đã và đang được triển khai, tuy nhiên vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định. Quy trình dịch vụ khách hàng chưa được chuẩn hóa một cách rõ ràng và thống nhất giữa các bộ phận như Sales, Chứng từ (Docs), và Vận hành (Ops). Việc phối hợp giữa các bộ phận đôi khi còn thiếu nhịp nhàng, dẫn đến tình trạng phản hồi khách hàng chưa kịp thời hoặc thông tin cung cấp chưa đồng nhất. Ngoài ra, doanh nghiệp vẫn chưa ứng dụng hiệu quả các hệ thống công nghệ để quản lý dữ liệu khách hàng và theo dõi lịch sử giao dịch, khiến cho dịch vụ khách hàng mang tính thủ công, thiếu tính hệ thống và khó kiểm soát chất lượng.

Một vấn đề đáng chú ý khác là hoạt động dịch vụ khách hàng sau bán hàng chưa được chú trọng đúng mức. Sau khi hoàn thành đơn hàng, việc duy trì liên hệ, thu thập phản hồi hay xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng còn hạn chế. Điều này dẫn đến việc doanh nghiệp chưa khai thác hết tiềm năng từ khách hàng hiện tại, trong khi chi phí để tìm kiếm khách hàng mới thường cao hơn rất nhiều so với việc giữ chân khách hàng cũ. Đồng thời, quy trình xử lý khiếu nại và các tình huống phát sinh trong quá trình vận chuyển vẫn còn thiếu tính chuẩn hóa, dẫn đến thời gian xử lý kéo dài và ảnh hưởng đến trải nghiệm khách hàng.

Trong bối cảnh ngành vận chuyển quốc tế đang hướng đến chuyển đổi số và tối ưu hóa dịch vụ, việc hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng không chỉ là yêu cầu cấp thiết mà còn là xu hướng tất yếu đối với các doanh nghiệp. Một quy trình dịch vụ khách hàng được xây dựng khoa học, rõ ràng và ứng dụng công nghệ sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả quản lý, cải thiện chất lượng dịch vụ, tăng sự hài lòng của khách hàng và từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

Xuất phát từ những lý do trên, việc lựa chọn đề tài **“Hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế tại Công ty TNHH Asia Cargo Express”** là hoàn toàn cần thiết và có ý nghĩa cả về mặt lý luận lẫn thực tiễn. Về mặt lý luận, đề tài góp phần hệ thống hóa các vấn đề liên quan đến dịch vụ khách hàng trong lĩnh vực vận chuyển quốc tế. Về mặt thực tiễn, đề tài giúp doanh nghiệp nhận diện rõ những tồn tại trong quy trình hiện tại, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả hoạt động kinh doanh trong thời gian tới.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chung: Phân tích và đánh giá thực trạng quy trình dịch vụ khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế tại Công ty TNHH Asia Cargo Express, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng mức độ hài lòng của khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường vận chuyển quốc tế.

Mục tiêu cụ thể:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về dịch vụ khách hàng và quy trình dịch vụ khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế, làm nền tảng cho việc nghiên cứu và phân tích trong đề tài.
- Phân tích và đánh giá thực trạng quy trình dịch vụ khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế tại Công ty TNHH Asia Cargo Express, bao gồm các bước thực hiện, cách thức phục vụ khách hàng và mức độ hiệu quả của quy trình hiện tại.
- Làm rõ những ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân của các hạn chế trong quy trình dịch vụ khách hàng tại công ty.
- Đề xuất các giải pháp và kiến nghị nhằm hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng trong dịch vụ giao nhận vận chuyển quốc tế tại Công ty TNHH Asia Cargo Express, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của khách hàng.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Đối tượng nghiên cứu của đề tài là quy trình dịch vụ khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế tại Công ty TNHH Asia Cargo Express. Đề tài tập trung nghiên cứu các nội dung liên quan đến việc tổ chức, triển khai và vận hành quy trình dịch vụ khách hàng trong suốt quá trình cung cấp dịch vụ vận chuyển quốc tế của doanh nghiệp.

Đối tượng nghiên cứu được làm rõ thông qua các khía cạnh sau:

- Các hoạt động dịch vụ khách hàng diễn ra trước, trong và sau quá trình cung cấp dịch vụ giao nhận vận chuyển quốc tế, bao gồm: tiếp nhận yêu cầu, tư vấn dịch vụ, báo giá, xử lý đơn hàng, theo dõi vận chuyển, xử lý sự cố và chăm sóc sau bán hàng.
- Các phương thức giao tiếp và tương tác với khách hàng (email, zalo, điện thoại, hệ thống nội bộ...) và cách thức doanh nghiệp quản lý thông tin khách hàng trong quá trình cung cấp dịch vụ.

- Hệ thống chứng từ, biểu mẫu và công cụ hỗ trợ được sử dụng trong quá trình cung cấp dịch vụ khách hàng, cũng như mức độ ứng dụng công nghệ trong quản lý và nâng cao hiệu quả dịch vụ khách hàng.

Đối tượng nghiên cứu không chỉ dừng lại ở việc mô tả quy trình dịch vụ khách hàng, mà còn bao gồm việc đánh giá hiệu quả vận hành, mức độ phù hợp và khả năng đáp ứng nhu cầu thực tế của khách hàng trong bối cảnh hoạt động giao nhận quốc tế.

Phạm vi nghiên cứu:

- Phạm vi thời gian: Nghiên cứu tập trung phân tích số liệu và thực trạng trong khoảng thời gian từ năm 2023 đến năm 2025.
- Phạm vi không gian: Đề tài được thực hiện tại Công ty TNHH Asia Cargo Express, là doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế. Các dữ liệu và thông tin sử dụng trong nghiên cứu được thu thập chủ yếu từ hoạt động thực tế của công ty, đặc biệt là tại các bộ phận có liên quan trực tiếp đến công tác dịch vụ khách hàng.

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập số liệu

Thu thập dữ liệu thứ cấp:

Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các nguồn tài liệu sẵn có nhằm phục vụ cho việc xây dựng cơ sở lý luận và phân tích thực trạng tại doanh nghiệp. Cụ thể bao gồm:

- Giáo trình, sách chuyên khảo và các tài liệu học thuật liên quan đến chăm sóc khách hàng và giao nhận vận chuyển quốc tế.
- Các văn bản pháp lý như Luật Thương mại, Luật Hải quan, các quy định về dịch vụ vận chuyển quốc tế.
- Tài liệu nội bộ của Công ty TNHH Asia Cargo Express như báo cáo hoạt động kinh doanh, quy trình nghiệp vụ, chứng từ giao nhận, biểu mẫu dịch vụ khách hàng. Việc sử dụng dữ liệu thứ cấp giúp đề tài có được cái nhìn tổng quan và nền tảng lý thuyết vững chắc, đồng thời tiết kiệm thời gian và chi phí nghiên cứu.

Thu thập dữ liệu sơ cấp:

Bên cạnh dữ liệu thứ cấp, đề tài còn thu thập dữ liệu sơ cấp thông qua:

- Quan sát thực tế: Quan sát trực tiếp quá trình làm việc tại các bộ phận như Sales, Chứng từ (Docs), Vận hành (Ops) để hiểu rõ quy trình thực tế đang áp dụng.

- Trao đổi, phỏng vấn không chính thức: Trao đổi với nhân viên trong công ty nhằm thu thập thông tin về cách thức xử lý công việc, những khó khăn và hạn chế trong quá trình cung cấp dịch vụ khách hàng.

Phương pháp xử lý số liệu

Sau khi tiến hành thu thập dữ liệu từ các nguồn, đề tài thực hiện quá trình xử lý số liệu nhằm đảm bảo tính chính xác, logic và phục vụ hiệu quả cho việc phân tích nội dung nghiên cứu. Các dữ liệu thu thập được tiến hành kiểm tra, sàng lọc và phân loại theo từng nhóm nội dung cụ thể như dữ liệu về hoạt động kinh doanh, dữ liệu liên quan đến quy trình dịch vụ khách hàng và các thông tin về tổ chức vận hành của doanh nghiệp.

Các dữ liệu sau khi được chọn lọc sẽ được tổng hợp và hệ thống hóa theo từng tiêu chí nhất định, đảm bảo tính logic và thuận tiện cho việc theo dõi, so sánh. Các thông tin này được trình bày dưới dạng bảng biểu, số liệu thống kê hoặc mô tả chi tiết để phản ánh rõ ràng thực trạng hoạt động của Công ty TNHH Asia Cargo Express trong giai đoạn nghiên cứu.

Đề tài sử dụng phương pháp thống kê mô tả để xử lý các số liệu liên quan đến kết quả hoạt động kinh doanh như doanh thu, sản lượng vận chuyển, số lượng khách hàng,... Qua đó, làm rõ xu hướng biến động và tình hình hoạt động của doanh nghiệp trong thời gian nghiên cứu. Phương pháp phân tích và so sánh cũng được áp dụng nhằm đối chiếu giữa lý thuyết và thực tiễn, cũng như so sánh giữa các giai đoạn khác nhau để đánh giá mức độ hiệu quả của quy trình dịch vụ khách hàng.

Trên cơ sở các kết quả đã xử lý và phân tích, đề tài tiến hành đánh giá tổng thể thực trạng quy trình dịch vụ khách hàng tại doanh nghiệp, từ đó xác định các ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân tồn tại. Những kết luận rút ra từ quá trình xử lý số liệu sẽ là căn cứ quan trọng để đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế tại công ty.

5. Kết cấu khóa luận

Để thực hiện các nhiệm vụ và mục tiêu của bài khóa luận trên, nội dung báo cáo bài khóa luận tốt nghiệp được chia thành 3 phần như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận về quy trình dịch vụ khách hàng trong giao nhận vận chuyển quốc tế

Chương 1 trình bày những vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến dịch vụ khách hàng trong logistics, bao gồm các khái niệm, vai trò, đặc điểm và phân loại dịch vụ khách hàng. Đồng thời, chương này cũng làm rõ quy trình dịch vụ khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế, các quy định pháp lý và hệ thống chứng từ có liên quan. Đây là cơ sở lý thuyết để phân tích và đánh giá thực trạng tại doanh nghiệp ở chương tiếp theo.

Chương 2: Thực trạng quy trình dịch vụ khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế tại Công ty TNHH Asia Cargo Express.

Chương 2 giới thiệu tổng quan về Công ty TNHH Asia Cargo Express, bao gồm lịch sử hình thành và phát triển, cơ cấu tổ chức, nguồn lực và tình hình hoạt động kinh doanh của công ty. Trên cơ sở đó, chương tập trung phân tích thực trạng quy trình dịch vụ khách hàng trong lĩnh vực hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế tại công ty, đánh giá các bước thực hiện trong quy trình, so sánh giữa thực tế và lý thuyết, từ đó chỉ ra những ưu điểm, hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế còn tồn tại.

Chương 3: Giải pháp hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế tại Công ty TNHH Asia Cargo Express.

Dựa trên những kết quả phân tích và đánh giá ở chương 2, chương 3 đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng tại công ty theo hướng đầy đủ, thống nhất và hiệu quả hơn. Đồng thời, chương này cũng đưa ra các điều kiện và cách thức thực hiện giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh và tăng cường khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ QUY TRÌNH DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG TRONG GIAO NHẬN VẬN CHUYỂN QUỐC TẾ

1.1 Cơ sở lý luận về dịch vụ khách hàng trong logistics

1.1.1 Khái niệm dịch vụ khách hàng

Dịch vụ khách hàng có thể được nhìn nhận như là một quá trình giữa người mua, người bán và bên trung gian. Kết quả là quá trình này tạo ra những giá trị gia tăng vào sản phẩm hoặc dịch vụ được trao đổi. Giá trị gia tăng này có thể chỉ trong ngắn hạn như trong các quá trình trao đổi đơn lẻ, nhưng cũng có thể dài hạn như trong các mối quan hệ hợp đồng dài hạn. Giá trị gia tăng cũng được chia sẻ cho các chủ thể tham gia quá trình trao đổi, hay nói cách khác, các đơn vị tham gia này được hưởng một lượng giá trị nhiều hơn trước quá trình trao đổi. Như vậy, nếu xét trên quan điểm một quá trình, dịch vụ khách hàng góp phần nâng cao hiệu quả của quá trình trao đổi (Đặng Đình Đào & Nguyễn Thị Bạch Tuyết, 2024).

Theo quan điểm ngành logistics, thì dịch vụ khách hàng liên quan tới các hoạt động làm gia tăng giá trị trong chuỗi cung ứng. Đứng ở góc độ này, dịch vụ khách hàng là 1 quá trình diễn ra giữa người bán, người mua và người cung ứng dịch vụ logistics (nếu người bán không đủ năng lực tự cung cấp dịch vụ tới khách hàng). Kết thúc quá trình này thì sản phẩm hàng hoá hoặc dịch vụ được tăng thêm một giá trị nào đó, giá trị này trong trao đổi ngắn hạn không mang nhiều ý nghĩa lắm nhưng trong dài hạn có thể là nhân tố tạo các mối quan hệ lâu dài. Các giá trị này cũng có thể được chia sẻ giữa các bên tham gia (Nguyễn Xuân Quyết, 2017).

1.1.2 Vai trò dịch vụ khách hàng

Tùy vào mức độ phát triển và tầm ảnh hưởng khác nhau tại doanh nghiệp, dịch vụ khách hàng thể hiện những vai trò khác nhau.

- **Dịch vụ khách hàng như một hoạt động:** Mức độ ít quan trọng nhất của hầu hết các công ty là xem xét dịch vụ khách hàng đơn giản là một hoạt động. Cấp độ này coi dịch vụ khách hàng như một nhiệm vụ đặc biệt mà doanh nghiệp phải hoàn thành để thoả mãn nhu cầu khách hàng. Giải quyết đơn hàng, lập hoá đơn, gửi trả hàng, yêu cầu bốc dỡ là những ví dụ điển hình của mức dịch vụ này. Khi đó các hoạt động dịch vụ khách hàng trong bộ phận logistics dừng lại ở mức độ hoàn thiện các giao dịch (Nguyễn Xuân Quyết, 2017).

- **Dịch vụ khách hàng như là thước đo kết quả thực hiện:** Mức dịch vụ này nhấn mạnh việc đo lường kết quả thực hiện như là tỷ lệ % của việc giao hàng đúng hạn và đầy đủ; số lượng đơn hàng được giải quyết trong giới hạn thời gian cho phép. Việc xác định các thước đo kết quả thực hiện đảm bảo rằng những cố gắng trong dịch vụ của công ty đạt được sự hài lòng khách hàng thực sự. Tập trung vào thước đo kết quả thực hiện dịch vụ khách hàng là rất quan trọng vì nó cung cấp phương pháp lượng hóa sự thành công trong việc thực hiện tốt các chức năng của hệ thống logistics tại doanh nghiệp. Các phương pháp này cung cấp những tiêu chuẩn để làm thước đo cho sự cải tiến và đặc biệt quan trọng khi một công ty đang cố gắng thực hiện chương trình cải tiến liên tục (Nguyễn Xuân Quyết, 2017).

- **Dịch vụ khách hàng như là một triết lý:** Dịch vụ khách hàng như là một triết lý cho phép mở rộng vai trò của dịch vụ khách hàng trong một công ty. Mức độ này nâng dịch vụ khách hàng lên thành thoả thuận cam kết của công ty nhằm cung cấp sự thoả mãn cho khách hàng thông qua các dịch vụ khách hàng cao hơn. Quan niệm này coi sự cống hiến dịch vụ khách hàng bao trùm toàn bộ công ty và hoạt động của công ty. Quan điểm này rất phù hợp với việc coi trọng quản trị số lượng và chất lượng hiện nay của công ty. Tuy nhiên, nó chỉ thành công khi coi phần giá trị tăng thêm như mục tiêu của triết lý dịch vụ khách hàng (Nguyễn Xuân Quyết, 2017).

- **Dịch vụ khách hàng trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh:** Dịch vụ khách hàng là sản phẩm của các hoạt động thương mại và là cầu nối quan trọng giữa chức năng thương mại với các chức năng khác của doanh nghiệp. Đặc biệt, dịch vụ khách hàng đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển và duy trì lòng tin cũng như sự thoả mãn của khách hàng. Thông thường, sản phẩm và dịch vụ tương đối dễ dàng cho đối thủ cạnh tranh bắt chước, vì vậy, một dịch vụ khách hàng hoàn hảo, một giải pháp giải quyết các khiếu nại của khách hàng toàn diện sẽ giúp cho doanh nghiệp vượt lên đối thủ cạnh tranh. Như vậy, dịch vụ khách hàng đóng vai trò quan trọng trong xác định lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp bằng cách đưa ra các dịch vụ khách hàng hoàn hảo (Đặng Đình Đào & Nguyễn Thị Bạch Tuyết, 2024).

1.1.3 Đặc điểm dịch vụ khách hàng

- Dịch vụ khách hàng là dịch vụ đi kèm với các sản phẩm chính yếu nhằm cung cấp sự thoả mãn tối đa cho khách hàng khi đi mua hàng. Nhu cầu về dịch vụ khách

hàng là nhu cầu phát sinh khi khách hàng đi mua sắm, đây chính là những lợi ích mà khách hàng được thụ hưởng khi đi mua hàng.

- Dịch vụ khách hàng mang tính vô hình và tạo ra phần giá trị cộng thêm hữu ích cho sản phẩm. Dịch vụ khách hàng không thể tồn trữ nên không tách rời khỏi sự phân phối dịch vụ do đó thời gian và địa điểm phân phối dịch vụ là rất quan trọng. Đầu ra của dịch vụ khách hàng rất đa dạng và không ổn định do tính đa dạng của người cung cấp và người được phục vụ nên thường gặp khó khăn trong việc đánh giá và kiểm soát chất lượng.

- Dịch vụ khách hàng có sự liên hệ cao với khách hàng nên đòi hỏi các kỹ năng phục vụ cao, nhưng các kinh nghiệm quan sát được từ dịch vụ khách hàng và tiếp thu trực tiếp từ khách hàng sẽ làm phát sinh ý tưởng về dịch vụ mới và những điều kiện thuận lợi để cải tiến dịch vụ đang tồn tại.

- Do nhu cầu của người tiêu dùng về dịch vụ khách hàng hàng ngày càng cao nên loại dịch vụ này ngày càng được tiêu thụ nhiều hơn sản phẩm, vì vậy cũng có nhiều cơ hội để thành công hơn sản phẩm. Mặt khác các đối thủ cạnh tranh có thể nhanh chóng sao chép các dịch vụ mới và cải tiến ý tưởng mới về dịch vụ. Kết quả là sự xuất hiện các dịch vụ mới và giới thiệu các dịch vụ cải tiến còn nhanh hơn việc giới thiệu các sản phẩm mới. Chính vì vậy dịch vụ khách hàng ngày càng có vai trò quan trọng trong cạnh tranh (Nguyễn Xuân Quyết, 2017).

1.1.4 Phân loại dịch vụ khách hàng

Dịch vụ khách hàng đi kèm với các sản phẩm chính yếu nên cũng gắn liền với nhu cầu của các nhóm khách hàng mục tiêu của các sản phẩm này. Việc xác định các nhu cầu về dịch vụ khách hàng của các nhóm khách hàng mục tiêu giúp cho doanh nghiệp thiết kế và cung cấp các cấu trúc và mức dịch vụ phù hợp với nhu cầu khách hàng.

Cấu trúc dịch vụ hay chuỗi dịch vụ bao gồm một loạt các dịch vụ khách hàng cần thiết mà doanh nghiệp lựa chọn và cung ứng cho mỗi nhóm khách hàng trong một giai đoạn nhất định. Tùy thuộc vào mục tiêu quản lý và cung cấp dịch vụ có thể sử dụng một số cách phân loại dịch vụ khách hàng sau:

➤ Theo các giai đoạn trong quá trình giao dịch

Dịch vụ khách hàng chia thành 3 nhóm: Trước, trong và sau khi bán hàng.

- **Trước khi bán:** Gồm các dịch vụ về thông tin, giới thiệu, quảng cáo chào hàng, chuẩn bị hàng hóa, bao bì, đóng gói hàng hóa theo yêu cầu của khách hàng, nhận đặt hàng trước, ký kết các hợp đồng mua bán hàng hóa, triển lãm trưng bày, các hoạt động này thường tạo ra môi trường thuận lợi cho giao dịch được thực hiện tốt.

- **Trong khi bán:** Gồm các hoạt động tác động trực tiếp tác động tới quá trình trao đổi sản phẩm với khách hàng, như tính toán mức dự trữ, dịch vụ giới thiệu, tư vấn, hướng dẫn khách hàng lựa chọn hàng hóa, thanh toán tiền hàng, đóng gói hàng hóa, lựa chọn phương tiện vận chuyển, bốc xếp, vận chuyển, giao nhận....

- **Sau khi bán:** Là các dịch vụ hậu mãi bao gồm các loại dịch vụ để hỗ trợ sản phẩm sau khi khách hàng đã mua sản phẩm như lắp đặt hàng hóa tại nơi khách hàng yêu cầu, hướng dẫn sử dụng thiết bị, vận hành máy móc, góp ý về các giải pháp kinh tế kỹ thuật trong sử dụng vật tư hàng hóa, sửa chữa, bảo dưỡng, bán và thay thế phụ tùng; Các dịch vụ gia công, thay thế, mua lại hàng cũ, đổi hàng mới, tổ chức tái chế và chế biến hàng hóa; hội nghị khách hàng; bảo hành; sửa chữa (Nguyễn Xuân Quyết, 2017).

➤ **Theo mức độ quan trọng của dịch vụ khách hàng**

- **Dịch vụ khách hàng chính yếu:** Là nhóm những dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp thường xuyên cho khách hàng, thường là những dịch vụ mà doanh nghiệp có ưu thế về nguồn lực và mang lại nhiều lợi nhuận cho doanh nghiệp.

- **Dịch vụ phụ:** Là nhóm những dịch vụ không được doanh nghiệp cung cấp thường xuyên, hạn chế về nguồn lực, được sử dụng để tăng tính linh hoạt hơn là nhằm vào lợi nhuận trước mắt (Nguyễn Xuân Quyết, 2017).

➤ **Theo đặc trưng tính chất**

- **Dịch vụ kỹ thuật (hoàn thiện sản phẩm):** Là loại dịch vụ đòi hỏi người thực hiện phải có kiến thức chuyên môn về tính chất vật lý, hóa học của hàng hóa, hiểu biết về công dụng, cách thức sử dụng, vận hành các sản phẩm bán cho khách hàng. Bao gồm:

- Dịch vụ chuẩn bị hàng hóa, phân loại, chọn lọc, ghép đồng bộ, đóng gói và gửi hàng. Dịch vụ sửa chữa, tu chỉnh, hiệu chỉnh, hoàn thiện máy móc thiết bị.
- Dịch vụ lắp đặt, hướng dẫn sử dụng và vận hành tại đơn vị sử dụng.
- Dịch vụ thay thế, phục hồi giá trị sử dụng.
- Dịch vụ kiểm tra kỹ thuật, xác định chất lượng kỹ thuật và cố vấn kỹ thuật.

Để hỗ trợ các dịch vụ này cần đến các yếu tố cơ sở hạ tầng kỹ thuật như mặt bằng nhà xưởng, máy móc thiết bị chuyên dùng, nguyên vật liệu và phụ tùng phù hợp với đặc điểm tính chất của từng dịch vụ.

- **Dịch vụ tổ chức kinh doanh như:** Dịch vụ ký gửi hàng hóa, ủy thác mua bán hàng hóa, nhận bảo quản thuê hàng hóa, cho thuê kho hàng, quầy hàng, cửa hàng, các trang thiết bị chuyên dùng chưa sử dụng hết công suất, môi giới giao nhận, vận chuyển; bốc dỡ thuê....

- **Dịch vụ bốc xếp, vận chuyển và gửi hàng:** Liên quan đến việc vận chuyển hàng hóa đến nơi khách hàng yêu cầu. Để thực hiện các dịch vụ này doanh nghiệp có thể tổ chức các đơn vị sản xuất bao bì, các xí nghiệp vận chuyển, đóng gói hàng hóa phù hợp với các loại phương tiện vận chuyển, tổ chức các dịch vụ giao nhận, bốc xếp hàng hóa từ phương tiện vận chuyển xuống và chất xếp hàng hóa lên phương tiện, gửi hàng đến đúng địa chỉ cho khách hàng (Nguyễn Xuân Quyết, 2017).

1.2 Giao nhận vận chuyển quốc tế

1.2.1 Định nghĩa về dịch vụ giao nhận

Theo “Quy tắc mẫu của FIATA về dịch vụ giao nhận” là bất kì loại dịch vụ nào liên quan đến vận chuyển gom hàng, lưu kho, bốc xếp đóng gói hay phân phối hàng hóa cũng như dịch vụ tư vấn hay có liên quan đến các dịch vụ trên, kể cả các vấn đề hải quan, tài chính, mua bảo hiểm, thanh toán, thu thập chứng từ liên quan đến hàng hóa (Nguyễn Hồng Đàm và cộng sự, 2003).

Theo luật thương mại Việt Nam, giao nhận hàng hóa là hành vi thương mại, theo đó người làm dịch vụ giao nhận hàng hóa nhận hàng từ người gửi, tổ chức vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm các thủ tục giấy tờ và các dịch vụ khác có liên quan để giao hàng cho người nhận theo ủy thác của chủ hàng của người vận tải hoặc người giao nhận khác (Nguyễn Hồng Đàm và cộng sự, 2003).

1.2.2 Phạm vi của dịch vụ giao nhận

Phạm vi các dịch vụ giao nhận là nội dung cơ bản của dịch vụ giao nhận kho vận. Trừ phi bản thân người gửi hàng (hoặc người nhận hàng) muốn tự mình tham gia làm bất kỳ khâu thủ tục, chứng từ nào đó, còn thông thường người giao nhận có thể thay mặt người gửi hàng (hoặc người nhận hàng) lo liệu quá trình vận chuyển hàng hoá qua các công đoạn cho đến tay người nhận cuối cùng. Người giao nhận có thể làm

dịch vụ một cách trực tiếp hoặc thông qua đại lý và thuê dịch vụ của những người thứ ba khác.

Những dịch vụ mà người giao nhận thường tiến hành là:

- Chuẩn bị hàng hoá để chuyên chở
- Tổ chức chuyên chở hàng hoá trong phạm vi ga, cảng
- Tổ chức xếp dỡ hàng hoá
- Làm tư vấn cho chủ hàng trong việc chuyên chở hàng hoá
- Ký kết hợp đồng vận tải với người chuyên chở, thuê tàu, lưu cước
- Làm các thủ tục gửi hàng, nhận hàng
- Làm thủ tục hải quan, kiểm nghiệm, kiểm dịch
- Mua bảo hiểm cho hàng hoá
- Lập các chứng từ cần thiết trong quá trình gửi hàng, nhận hàng
- Thanh toán, thu đổi ngoại tệ
- Nhận hàng từ chủ hàng, giao cho người chuyên chở và giao cho người nhận
- Thu xếp chuyển tải hàng hoá
- Nhận hàng từ người chuyên chở và giao cho người nhận
- Gom hàng, lựa chọn tuyến đường vận tải, phương thức vận tải và người chuyên chở thích hợp
- Đóng gói bao bì, phân loại, tái chế hàng hoá
- Lưu kho, bảo quản hàng hoá
- Nhận và kiểm tra các chứng từ cần thiết liên quan đến sự vận động của hàng hoá
- Thanh toán cước phí, chi phí xếp dỡ, chi phí lưu kho, lưu bãi...
- Thông báo tình hình đi và đến của các phương tiện vận tải
- Thông báo tổn thất với người chuyên chở
- Giúp chủ hàng trong việc khiếu nại đòi bồi thường

Ngoài ra, người giao nhận còn cung cấp các dịch vụ đặc biệt theo yêu cầu của chủ hàng như: vận chuyển máy móc thiết bị cho các công trình xây dựng lớn, vận chuyển quần áo may sẵn trong các container đến thẳng cửa hàng, vận chuyển hàng triển lãm ra nước ngoài... Đặc biệt trong những năm gần đây, người giao nhận thường cung cấp dịch vụ vận tải đa phương thức, đóng vai trò là MTO và phát hành cả chứng từ vận tải (Nguyễn Hồng Đàm và cộng sự, 2003).

1.2.3 Các bên liên quan trong quá trình giao nhận

Ngày nay do sự phát triển của vận tải container, vận tải đa phương thức, người giao nhận không chỉ làm đại lý, người uỷ thác mà còn cung cấp dịch vụ vận tải và đóng vai trò như một bên chính - người chuyên chở.

Môi giới hải quan

Thuở ban đầu, người giao nhận chỉ hoạt động ở trong nước. Nhiệm vụ của người giao nhận lúc bấy giờ là làm thủ tục hải quan đối với hàng nhập khẩu. Sau đó anh ta mở rộng hoạt động phục vụ cả hàng xuất khẩu và dành chỗ cho hàng trong vận tải quốc tế hoặc lưu cước với các hãng tàu theo sự uỷ thác của người xuất khẩu hoặc người nhập khẩu, tùy thuộc vào hợp đồng mua bán. Trên cơ sở được Nhà nước cho phép, người giao nhận thay mặt người xuất khẩu, nhập khẩu để khai báo, làm thủ tục hải quan như một môi giới hải quan (Nguyễn Hồng Đàm và cộng sự, 2003).

Đại lý

Trước đây, người giao nhận không đảm nhận trách nhiệm của người chuyên chở. Anh ta chỉ hoạt động như một cầu nối giữa người gửi hàng và người chuyên chở như là một đại lý của người chuyên chở hoặc của người gửi hàng. Người giao nhận nhận uỷ thác từ chủ hàng hoặc từ người chuyên chở để thực hiện các công việc khác nhau như: nhận hàng, giao hàng, lập chứng từ, làm thủ tục hải quan, lưu kho... trên cơ sở hợp đồng uỷ thác (Nguyễn Hồng Đàm và cộng sự, 2003).

Người gom hàng

Ở Châu Âu, người giao nhận từ lâu đã cung cấp dịch vụ gom hàng để phục vụ cho vận tải đường sắt. Đặc biệt, trong vận tải hàng hoá bằng Container dịch vụ gom hàng là không thể thiếu được nhằm biến lô hàng lẻ thành lô hàng nguyên để tận dụng sức chứa của container và giảm cước phí vận tải. Khi là người gom hàng, người giao nhận có thể đóng vai trò là người chuyên chở hoặc chỉ là đại lý (Nguyễn Hồng Đàm và cộng sự, 2003).

Người chuyên chở

Ngày nay trong nhiều trường hợp, người giao nhận đóng vai trò là người chuyên chở, tức là người giao nhận trực tiếp ký kết hợp đồng vận tải với chủ hàng và chịu trách nhiệm chuyên chở hàng hoá từ một nơi này đến một nơi khác. Người giao nhận đóng vai trò là người thầu chuyên chở, nếu anh ta ký hợp đồng mà không trực tiếp chuyên chở. Nếu anh ta trực tiếp chuyên chở thì anh ta là người chuyên chở thực tế (Nguyễn Hồng Đàm và cộng sự, 2003).

Người kinh doanh vận tải đa phương thức

Trong trường hợp người giao nhận cung cấp dịch vụ vận tải đi suốt hoặc còn gọi là vận tải “từ cửa đến cửa”, thì người giao nhận đã đóng vai trò là người kinh doanh vận tải đa phương thức, cũng là người chuyên chở và phải chịu trách nhiệm đối với hàng hoá trong suốt hành trình vận tải.

Người giao nhận còn được coi là “kiến trúc sư của vận tải” vì người giao nhận có khả năng tổ chức quá trình vận tải một cách tốt nhất, an toàn nhất và tiết kiệm nhất (Nguyễn Hồng Đàm và cộng sự, 2003).

1.3 Quy trình dịch vụ khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế

1.3.1 Khái niệm về quy trình dịch vụ khách hàng

Trong hoạt động logistics, dịch vụ khách hàng được hiểu là toàn bộ các hoạt động mà doanh nghiệp thực hiện nhằm đáp ứng nhu cầu, giải quyết vấn đề và duy trì mối quan hệ với khách hàng trong suốt quá trình cung cấp dịch vụ. Từ đó, quy trình dịch vụ khách hàng là một hệ thống các bước công việc được xây dựng một cách khoa học, logic và liên kết chặt chẽ, bao gồm từ việc tiếp nhận yêu cầu, tư vấn, thực hiện dịch vụ cho đến hỗ trợ sau bán. Quy trình này đảm bảo mọi hoạt động liên quan đến khách hàng được triển khai đồng bộ, nhất quán và hiệu quả.

Đối với lĩnh vực vận chuyển quốc tế, quy trình dịch vụ khách hàng không chỉ diễn ra tại một thời điểm nhất định mà xuyên suốt toàn bộ chuỗi dịch vụ, từ trước, trong đến sau khi hoàn thành giao nhận hàng hóa.

1.3.2 Vai trò của quy trình dịch vụ khách hàng

Quy trình dịch vụ khách hàng giữ vai trò mang tính nền tảng và chiến lược đối với doanh nghiệp vận chuyển quốc tế, không chỉ trong việc đảm bảo chất lượng dịch vụ mà còn trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

- Việc xây dựng và vận hành một quy trình dịch vụ khách hàng khoa học góp phần chuẩn hóa hoạt động phục vụ, giúp các bước công việc được thực hiện một cách đồng bộ và có kiểm soát. Nhờ đó, doanh nghiệp có thể hạn chế sai sót, giảm thiểu rủi ro trong quá trình cung ứng dịch vụ, đồng thời đảm bảo tính nhất quán trong trải nghiệm khách hàng.

- Quy trình dịch vụ khách hàng là cơ sở quan trọng để nâng cao chất lượng dịch vụ vận chuyển quốc tế. Thông qua việc thiết lập các điểm kiểm soát ở từng giai đoạn,

doanh nghiệp có thể theo dõi sát sao quá trình thực hiện dịch vụ, kịp thời phát hiện và xử lý các vấn đề phát sinh. Điều này góp phần đảm bảo tiến độ giao nhận, độ chính xác của chứng từ và tính tin cậy của toàn bộ chuỗi dịch vụ.

- Một quy trình dịch vụ khách hàng hiệu quả sẽ góp phần gia tăng mức độ hài lòng và củng cố lòng trung thành của khách hàng. Khi khách hàng nhận được sự hỗ trợ nhanh chóng, đầy đủ và chuyên nghiệp trong suốt quá trình sử dụng dịch vụ, họ không chỉ có xu hướng tiếp tục hợp tác mà còn có khả năng giới thiệu doanh nghiệp đến các đối tác khác.

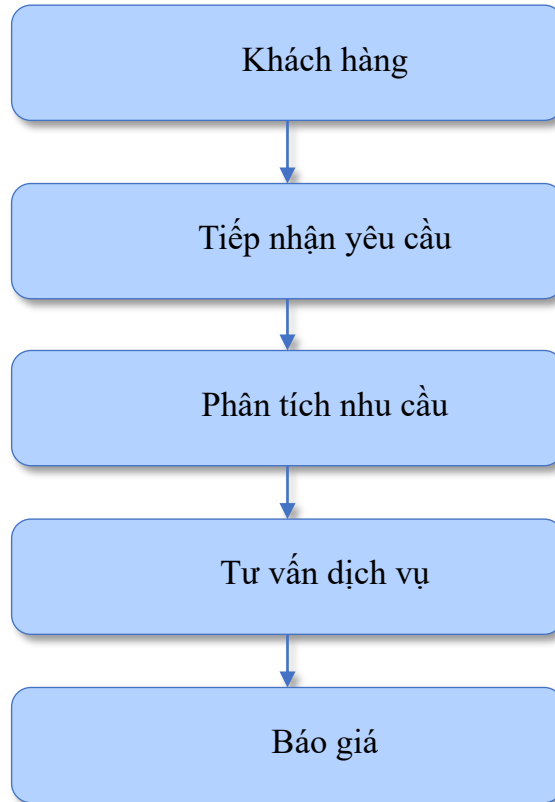
- Quy trình còn đóng vai trò là cầu nối giúp tăng cường sự phối hợp giữa các bộ phận nội bộ như kinh doanh, vận hành, chứng từ và kế toán. Sự liên kết này giúp đảm bảo dòng thông tin được truyền đạt thông suốt, hạn chế tình trạng gián đoạn trong xử lý đơn hàng và nâng cao hiệu quả hoạt động tổng thể.

- Trong bối cảnh thị trường ngày càng cạnh tranh gay gắt, quy trình dịch vụ khách hàng không chỉ mang tính tác nghiệp mà còn trở thành công cụ chiến lược giúp doanh nghiệp tạo lập lợi thế cạnh tranh bền vững. Một quy trình được thiết kế tốt sẽ giúp doanh nghiệp khác biệt hóa dịch vụ, nâng cao giá trị cung cấp cho khách hàng và từng bước khẳng định vị thế trên thị trường.

1.3.3 Nội dung quy trình dịch vụ khách hàng

Quy trình dịch vụ khách hàng được xây dựng theo hướng xuyên suốt toàn bộ quá trình cung cấp dịch vụ, từ trước khi giao nhận đến sau khi hoàn tất dịch vụ. dịch vụ khách hàng cần được quản lý theo từng giai đoạn nhằm đảm bảo tính liên tục và hiệu quả. Trên cơ sở đó, quy trình dịch vụ khách hàng được chia thành ba giai đoạn chính như sau:

1.3.3.1 Quy trình dịch vụ khách hàng trước bán hàng



Quy trình 1: Dịch vụ khách hàng trước bán hàng (Getfly CRM, 2026)

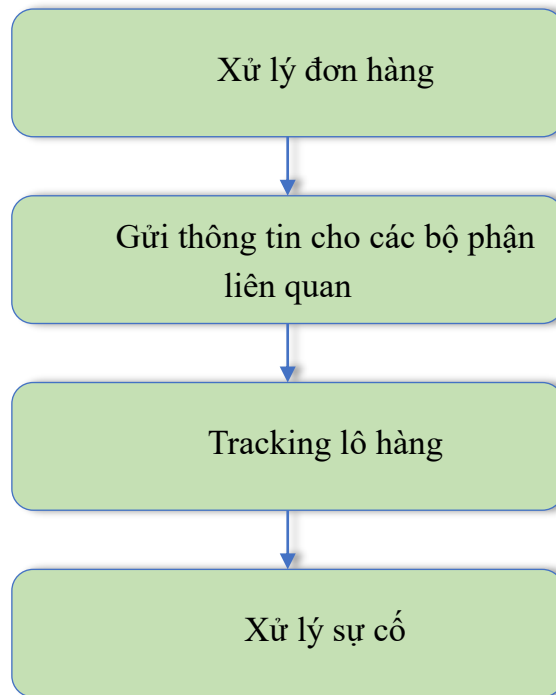
Đây là giai đoạn khởi đầu, giai đoạn này tập trung vào việc tạo dựng ấn tượng ban đầu và hình thành niềm tin của khách hàng đối với doanh nghiệp.

Quá trình tiếp nhận yêu cầu không chỉ mang tính thu thập thông tin mà còn thể hiện thái độ phục vụ và mức độ chuyên nghiệp trong giao tiếp. Cách thức phản hồi nhanh chóng, rõ ràng giúp khách hàng cảm nhận được sự quan tâm và tôn trọng từ phía doanh nghiệp.

Việc phân tích nhu cầu và tư vấn giải pháp vận chuyển quốc tế mang ý nghĩa cá nhân hóa dịch vụ. Doanh nghiệp cần đặt mình vào vị trí khách hàng để đưa ra phương án phù hợp nhất với mục tiêu chi phí, thời gian và mức độ an toàn. Điều này góp phần nâng cao giá trị cảm nhận của khách hàng ngay từ giai đoạn đầu.

Hoạt động báo giá và ký kết hợp đồng không chỉ là thỏa thuận thương mại mà còn là quá trình thiết lập kỳ vọng dịch vụ. Mức độ minh bạch, rõ ràng trong thông tin giúp giảm thiểu hiểu lầm và tạo nền tảng cho sự hài lòng ở các giai đoạn tiếp theo.

1.3.3.2 Quy trình dịch vụ khách hàng trong bán hàng



Quy trình 2: Dịch vụ khách hàng trong bán hàng (Getfly CRM, 2026)

Giai đoạn này phản ánh trực tiếp chất lượng dịch vụ khách hàng thông qua quá trình cung cấp dịch vụ.

Việc xử lý đơn hàng và phối hợp giữa các bộ phận không chỉ nhằm đảm bảo tiến độ mà còn ảnh hưởng đến trải nghiệm khách hàng. Một quy trình vận hành trơn tru giúp khách hàng cảm nhận được sự chuyên nghiệp và tin cậy.

Hoạt động theo dõi và cập nhật tình trạng lô hàng giữ vai trò quan trọng trong việc duy trì kết nối với khách hàng. Thông tin minh bạch và kịp thời giúp khách hàng chủ động trong kế hoạch kinh doanh, đồng thời giảm cảm giác lo lắng khi hàng hóa đang trong quá trình vận chuyển.

Khả năng xử lý sự cố phát sinh là yếu tố thể hiện rõ nhất chất lượng dịch vụ khách hàng. Cách doanh nghiệp phản hồi, giải thích và giải quyết vấn đề sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng. Một sự cố được xử lý hiệu quả có thể củng cố niềm tin, trong khi xử lý kém có thể làm mất khách hàng.

1.3.3.3 Quy trình dịch vụ khách hàng sau bán hàng



Quy trình 3: Dịch vụ khách hàng sau bán hàng (Getfly CRM, 2026)

Giai đoạn này hướng đến việc lưu trữ lại toàn bộ hồ sơ khách hàng sử dụng dịch vụ và duy trì mối quan hệ, khai thác giá trị lâu dài từ khách hàng.

Hoạt động hoàn tất giao hàng và chứng từ cần đảm bảo tính chính xác nhằm tạo sự tin tưởng tuyệt đối. Đây là cơ sở để khách hàng đánh giá tổng thể chất lượng dịch vụ.

Việc tiếp nhận phản hồi và xử lý khiếu nại không chỉ nhằm khắc phục sai sót mà còn thể hiện sự cầu thị và trách nhiệm của doanh nghiệp. Khách hàng có xu hướng đánh giá cao những doanh nghiệp sẵn sàng lắng nghe và cải thiện dịch vụ.

Việc lưu trữ hồ sơ khách hàng sẽ dễ dàng tra cứu và duy trì mối quan hệ khách hàng. Hoạt động chăm sóc sau dịch vụ, bao gồm liên hệ, khảo sát mức độ hài lòng và hỗ trợ bổ sung, góp phần duy trì sự gắn kết với khách hàng. Mối quan hệ được phát triển theo hướng hợp tác lâu dài sẽ mang lại giá trị ổn định cho doanh nghiệp. Việc duy trì khách hàng hiện tại có chi phí thấp hơn và hiệu quả cao hơn so với việc thu hút khách hàng mới.

1.4 Các quy định pháp lý và hệ thống chứng từ

1.4.1 Các quy định pháp lý

Các quy định pháp lý trong vận chuyển quốc tế tạo ra một khuôn khổ rõ ràng để định hướng cách thức doanh nghiệp tổ chức và thực hiện hoạt động dịch vụ khách hàng. Thông qua việc quy định cụ thể quyền và nghĩa vụ của các bên, pháp luật góp phần hình thành các chuẩn mực dịch vụ mà doanh nghiệp cần tuân thủ trong suốt quá trình cung ứng dịch vụ.

Sự tồn tại của các quy định pháp lý cũng làm thay đổi bản chất của hoạt động giao tiếp với khách hàng. Việc cung cấp thông tin không chỉ nhằm mục đích hỗ trợ mà còn mang ý nghĩa thực hiện nghĩa vụ pháp lý. Mọi thông tin liên quan đến lộ trình vận chuyển, thời gian giao nhận, chi phí và rủi ro đều cần được truyền đạt đầy đủ và kịp thời. Điều này góp phần nâng cao tính minh bạch và giúp khách hàng chủ động hơn trong việc đưa ra quyết định, đồng thời giảm thiểu cảm giác bất an trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Áp lực tuân thủ pháp luật thúc đẩy doanh nghiệp nâng cao năng lực của đội ngũ dịch vụ khách hàng. Nhân viên không chỉ cần kỹ năng giao tiếp mà còn phải hiểu rõ các quy định liên quan để có thể tư vấn và xử lý tình huống một cách chính xác. Nơi các vấn đề phát sinh thường liên quan đến nhiều chủ thể và nhiều hệ thống pháp lý khác nhau, khả năng kết hợp giữa kiến thức nghiệp vụ và hiểu biết pháp luật trở thành yếu tố quyết định chất lượng dịch vụ khách hàng.

Các quy định pháp lý còn góp phần hạn chế rủi ro và xây dựng niềm tin với khách hàng. Khi doanh nghiệp thực hiện đúng nghĩa vụ và xử lý các vấn đề phát sinh dựa trên căn cứ pháp lý rõ ràng, khách hàng có xu hướng tin tưởng và tiếp tục sử dụng dịch vụ trong dài hạn. Mối quan hệ giữa doanh nghiệp và khách hàng vì vậy không chỉ dựa trên lợi ích kinh tế mà còn được củng cố bởi sự minh bạch và tính tuân thủ.

Hệ thống pháp lý điều chỉnh hoạt động này bao gồm hai nhóm chính: quy định của pháp luật Việt Nam và các công ước, tập quán quốc tế.

a. Quy định của Nhà nước về dịch vụ khách hàng trong logistics

- Luật Thương mại 2005

Là văn bản pháp lý nền tảng điều chỉnh hoạt động logistics tại Việt Nam.

Quy định về:

- Quyền và nghĩa vụ của bên cung ứng dịch vụ logistics.
- Trách nhiệm giao hàng đúng thời gian, địa điểm, chất lượng dịch vụ.
- Nghĩa vụ bồi thường thiệt hại khi xảy ra mất mát, hư hỏng hàng hóa.

- Trách nhiệm cung cấp thông tin đầy đủ cho khách hàng.

Đây là cơ sở pháp lý quan trọng cho hoạt động chăm sóc và bảo vệ quyền lợi khách hàng trong logistics.

- **Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2010 (sửa đổi 2023)**

Quy định trách nhiệm của doanh nghiệp trong việc:

- Cung cấp thông tin minh bạch về dịch vụ logistics.
- Giải quyết khiếu nại và tranh chấp của khách hàng.
- Bảo vệ thông tin cá nhân và dữ liệu khách hàng.
- Bồi thường thiệt hại khi quyền lợi người tiêu dùng bị xâm phạm.

Tăng cường trách nhiệm chăm sóc khách hàng và nâng cao chất lượng dịch vụ.

- **Nghị định 163/2017/NĐ-CP về kinh doanh dịch vụ logistics**

Quy định cụ thể điều kiện kinh doanh logistics tại Việt Nam.

Xác định:

- Quyền và trách nhiệm của doanh nghiệp logistics.
- Các loại hình dịch vụ logistics được phép cung cấp.
- Nghĩa vụ thực hiện đúng cam kết với khách hàng.

Là cơ sở để doanh nghiệp xây dựng quy trình phục vụ và chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp.

- **Luật Hải quan 2014**

Điều chỉnh hoạt động khai báo, kiểm tra và thông quan hàng hóa xuất nhập khẩu.

Doanh nghiệp logistics phải:

- Hỗ trợ khách hàng thực hiện thủ tục hải quan chính xác.
- Cung cấp chứng từ đầy đủ, đúng quy định.
- Đảm bảo thời gian xử lý hồ sơ nhằm hạn chế chậm trễ giao hàng.

- **Luật Giao dịch điện tử 2023**

Tạo cơ sở pháp lý cho:

- Chứng từ điện tử.
- Hợp đồng điện tử.
- Trao đổi thông tin trực tuyến giữa doanh nghiệp logistics và khách hàng.

Hỗ trợ nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng thông qua nền tảng số và hệ thống quản lý trực tuyến.

- **Bộ luật Dân sự 2015**

Quy định nguyên tắc giao kết và thực hiện hợp đồng dịch vụ.

Bảo đảm:

- Tính trung thực, thiện chí giữa doanh nghiệp logistics và khách hàng.
- Quyền yêu cầu bồi thường khi vi phạm hợp đồng.
- Trách nhiệm dân sự đối với thiệt hại phát sinh trong quá trình vận chuyển và giao nhận hàng hóa.

- **Luật An ninh mạng 2018**

Yêu cầu doanh nghiệp bảo mật thông tin khách hàng trên hệ thống điện tử.

Hạn chế rò rỉ dữ liệu khách hàng trong hoạt động logistics và thương mại điện tử.

- **Hiệp hội Doanh nghiệp Dịch vụ Logistics Việt Nam (VLA)**

Ban hành nhiều khuyến nghị và tiêu chuẩn nghề nghiệp nhằm:

- Nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.
- Chuẩn hóa quy trình logistics.
- Cải thiện kỹ năng chăm sóc khách hàng trong ngành logistics.

b. Quy định và công ước quốc tế

Trong hoạt động logistics quốc tế, dịch vụ khách hàng không chỉ chịu sự điều chỉnh của pháp luật quốc gia mà còn chịu tác động từ các công ước, hiệp định và quy tắc quốc tế. Các quy định này nhằm đảm bảo quyền lợi khách hàng, trách nhiệm của doanh nghiệp và tính minh bạch trong quá trình vận chuyển, giao nhận hàng hóa quốc tế.

- **Incoterms 2020**

Do International Chamber of Commerce ban hành.

Quy định trách nhiệm giữa người bán và người mua trong hoạt động xuất nhập khẩu:

- Chi phí vận chuyển.
- Bảo hiểm hàng hóa.
- Thời điểm chuyển giao rủi ro.
- Nghĩa vụ giao hàng và chứng từ.

Giúp doanh nghiệp logistics cung cấp thông tin rõ ràng, hạn chế tranh chấp và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

- **Công ước Hague-Visby**

Điều chỉnh vận tải biển quốc tế.

Quy định:

- Trách nhiệm của người vận chuyển đối với hàng hóa.
- Nghĩa vụ bảo quản và giao hàng đúng thời hạn.
- Giới hạn trách nhiệm bồi thường khi xảy ra mất mát hoặc hư hỏng.

Là cơ sở để giải quyết khiếu nại và bảo vệ quyền lợi khách hàng trong logistics đường biển.

- **Hamburg Rules 1978**

Tăng trách nhiệm pháp lý của người vận chuyển so với Hague-Visby Rules.

Quy định:

- Trách nhiệm bồi thường khi chậm giao hàng.
- Quyền khiếu nại của khách hàng.
- Nghĩa vụ cung cấp thông tin minh bạch trong vận chuyển quốc tế.

Góp phần nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng trong logistics.

- **Rotterdam Rules 2008**

Điều chỉnh vận tải đa phương thức có kết hợp đường biển.

Hỗ trợ:

- Sử dụng chứng từ điện tử.
- Theo dõi hàng hóa trực tuyến.
- Tăng tính minh bạch trong chuỗi cung ứng.

Tạo điều kiện nâng cao trải nghiệm và dịch vụ khách hàng trong logistics hiện đại.

- **Công ước Warsaw 1929**

Quy định trách nhiệm của hãng vận tải hàng không quốc tế đối với:

- Hàng hóa bị mất hoặc hư hỏng.
- Chậm giao hàng.
- Nghĩa vụ bồi thường cho khách hàng.

Là cơ sở pháp lý giải quyết tranh chấp trong logistics hàng không.

- **Công ước Montreal 1999**

Hiện đại hóa các quy định của Công ước Warsaw.

Quy định:

- Tăng trách nhiệm bồi thường của người vận chuyển.

- Công nhận chứng từ điện tử.
- Đơn giản hóa thủ tục khiếu nại khách hàng.

Hỗ trợ nâng cao hiệu quả dịch vụ khách hàng trong vận tải hàng không quốc tế.

- **International Air Transport Association**

Ban hành các tiêu chuẩn vận tải hàng không quốc tế.

Quy định:

- Quy trình xử lý hàng hóa.
- Tiêu chuẩn chứng từ vận chuyển.
- Quy trình hỗ trợ và giải quyết khiếu nại khách hàng.

Giúp chuẩn hóa chất lượng dịch vụ logistics hàng không.

- **World Trade Organization – Hiệp định GATS**

Điều chỉnh hoạt động thương mại dịch vụ quốc tế, bao gồm logistics.

Quy định:

- Nguyên tắc minh bạch trong cung ứng dịch vụ.
- Không phân biệt đối xử giữa các doanh nghiệp.
- Tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh.

Thúc đẩy doanh nghiệp logistics nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng theo tiêu chuẩn quốc tế.

1.4.2 Hệ thống chứng từ trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế

Hệ thống chứng từ bao gồm nhiều loại khác nhau, mỗi chứng từ đảm nhận một chức năng riêng biệt nhưng có mối liên hệ chặt chẽ với nhau trong toàn bộ quá trình giao nhận hàng hóa. Việc hiểu rõ đặc điểm và vai trò của từng loại chứng từ giúp đảm bảo tính chính xác, hạn chế rủi ro và nâng cao hiệu quả phục vụ khách hàng.

- **Vận đơn**

Vận đơn đường hàng không

Vận đơn hàng không do cơ quan hàng không cấp cho người gửi hàng để xác nhận việc cơ quan hàng không đã nhận hàng để chở.

Vận đơn này do người gửi hàng điền vào 3 bản chính rồi giao cho người chuyên chở cùng với hàng hóa. Bản 1 có đóng dấu “để cho người chuyên chở” thì do người gửi hàng ký tên. Bản 2 có đóng dấu “để cho người gửi hàng” do người chuyên chở và người nhận hàng cùng ký tên. Bản 3 có chữ ký của người chuyên chở được trả lại cho người gửi hàng sau khi người chuyên chở đã nhận hàng.

Vận đơn đường biển

Vận đơn đường biển là chứng từ chuyên chở trên biển, do người chuyên chở (chủ tàu, thuyền trưởng) cấp cho người gửi hàng (người xuất khẩu hay người gửi hàng), nhằm xác định quan hệ pháp lý giữa người vận chuyển với người chủ hàng (người gửi hàng và/ hoặc người nhận hàng).

Vận đơn đường biển là chứng từ quan trọng trong buôn bán quốc tế. Nó là cơ sở chứng minh việc thực hiện hợp đồng mua bán, là chứng từ không thể thiếu được trong quá trình thanh toán, trong bảo hiểm và trong khiếu nại đòi bồi thường tổn thất trong quá trình vận chuyển.

- Hóa đơn thương mại

Hóa đơn thương mại là chứng từ quan trọng nhất và cơ bản của các chứng từ hàng hóa cũng như trong khâu thanh toán. Hóa đơn thương mại do người bán lập ra và xuất trình cho người mua sau khi đã gửi hàng. Đó là yêu cầu của người bán đòi người mua phải trả tiền theo tổng số hàng đã được ghi trên hóa đơn (nếu người mua muốn sở hữu hàng hóa).

- Phiếu đóng gói

Phiếu đóng gói là một chứng từ hàng hóa liệt kê những mặt hàng, những loại hàng được đóng gói trong một kiện hàng (như một thùng, bao..) nhất định. Phiếu đóng gói do người sản xuất hoặc người bán lập khi đóng gói hàng hóa.

- Tờ khai hải quan

Là tờ khai báo của chủ hàng cho cơ quan hải quan có liên quan về số hàng của mình nhằm thực hiện các thủ tục hải quan khi muốn chuyên chở hàng hóa vượt qua biên giới một quốc gia.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Chương 1, hệ thống hóa những cơ sở lý luận liên quan đến dịch vụ khách hàng trong giao nhận vận chuyển quốc tế. Qua đó cho thấy, dịch vụ khách hàng không chỉ là hoạt động hỗ trợ đơn thuần mà còn là yếu tố quan trọng góp phần nâng cao chất lượng giao nhận vận chuyển quốc tế, gia tăng sự hài lòng và tạo dựng lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp trong bối cảnh thị trường giao nhận vận chuyển quốc tế ngày càng cạnh tranh gay gắt.

Nội dung chương đã làm rõ các khái niệm, vai trò, đặc điểm và phân loại của dịch vụ khách hàng trong vận chuyển quốc tế, chương cũng phân tích quy trình dịch vụ khách hàng theo từng giai đoạn trước, trong và sau khi bán hàng, qua đó cho thấy tính liên tục, phức tạp và yêu cầu phối hợp cao trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế.

Ngoài ra, còn đề cập đến các quy định pháp lý, công ước quốc tế và hệ thống chứng từ liên quan đến hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế. Đây là những cơ sở quan trọng giúp doanh nghiệp thực hiện dịch vụ đúng quy định, hạn chế rủi ro, đồng thời nâng cao tính chuyên nghiệp trong quá trình phục vụ khách hàng.

Những cơ sở lý luận được trình bày trong chương là nền tảng quan trọng để phân tích và đánh giá thực trạng quy trình dịch vụ khách hàng tại Công ty TNHH Asia Cargo Express ở chương tiếp theo, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG QUY TRÌNH DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG TRONG HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN VẬN CHUYỂN QUỐC TẾ TẠI CÔNG TY TNHH ASIA CARGO EXPRESS

2.1 Khái quát về Công ty

Công ty TNHH Asia Cargo Express (ACE)

Thời gian thành lập: 19/06/2015

Mã số thuế: 0313312889

Địa điểm thành lập: TP. Hồ Chí Minh

Địa chỉ trụ sở: 24 Yên Thế, Phường 2, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Người đại diện theo pháp luật: Phan Thụy Thùy Trang

Chi Nhánh: Hà Nội – Hải Phòng – Đà Nẵng

Website: <https://www.asiacargoexpress.com.vn/>

2.1.1 Lịch sử hình thành công ty



Sơ đồ 2.1.1: Lịch sử hình thành công ty

Công ty TNHH Asia Cargo Express được thành lập vào năm 2015, trong bối cảnh hoạt động vận chuyển quốc tế tại Việt Nam ngày càng phát triển mạnh mẽ do quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Ngay từ khi thành lập, ACE đã xác định định hướng hoạt động trong lĩnh vực giao nhận – vận chuyển hàng hóa quốc tế, tập trung cung cấp các giải pháp vận chuyển quốc tế trọn gói nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng doanh nghiệp và cá nhân.

Trong giai đoạn 2016 – 2018, ACE từng bước ổn định tổ chức bộ máy và mở rộng phạm vi hoạt động kinh doanh. Công ty tập trung phát triển các dịch vụ vận chuyển hàng không quốc tế, xây dựng mối quan hệ hợp tác với các hãng hàng không, đại lý vận chuyển quốc tế và đối tác nước ngoài. Đồng thời, ACE mở rộng thị trường sang các khu vực trọng điểm như Mỹ, châu Âu, Nhật Bản, Hàn Quốc và Đài Loan, qua đó từng bước khẳng định vị thế trên thị trường vận chuyển quốc tế quốc tế.

Đến năm 2019, nhằm đa dạng hóa dịch vụ và nâng cao năng lực cạnh tranh, ACE tiếp tục triển khai và đẩy mạnh dịch vụ vận chuyển đường biển, đáp ứng nhu cầu vận chuyển hàng hóa số lượng lớn với chi phí tối ưu. Việc mở rộng sang lĩnh vực này đã giúp công ty tiếp cận được nhiều nhóm khách hàng mới, đồng thời hoàn thiện hệ thống dịch vụ giao nhận vận chuyển quốc tế toàn diện hơn.

Trong giai đoạn 2020 – 2021, mặc dù chịu ảnh hưởng chung của đại dịch COVID – 19, ACE vẫn duy trì được hoạt động ổn định và từng bước thích ứng với biến động của thị trường. Công ty tập trung khai thác các nhu cầu vận chuyển hàng thiết yếu, hàng y tế và hàng thương mại điện tử, đồng thời tăng cường dịch vụ khách hàng như theo dõi đơn hàng và chăm sóc khách hàng.

Từ năm 2022 đến nay, ACE tiếp tục định hướng phát triển bền vững thông qua việc mở rộng mạng lưới chi nhánh, trong đó có các văn phòng tại những thành phố lớn như thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội và Đà Nẵng. Bên cạnh đó, công ty chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, cải tiến quy trình dịch vụ và xây dựng hình ảnh thương hiệu chuyên nghiệp, uy tín trong lĩnh vực vận chuyển quốc tế và giao nhận vận tải quốc tế.

2.1.2 Tầm nhìn sứ mệnh, giá trị cốt lõi

Sứ mệnh: Cung cấp các giải pháp vận chuyển "Siêu tốc - An toàn - Tiết kiệm", đơn giản hóa mọi thủ tục phức tạp để hàng hóa của khách hàng luôn lưu thông thuận lợi và giữ được giá trị cao nhất. Chúng tôi cam kết xây dựng mối quan hệ bền vững với đối tác dựa trên sự minh bạch trong mọi khâu vận hành từ kho bãi đến hải quan, đồng thời đóng vai trò là cầu nối vận tải tin cậy giúp các doanh nghiệp và cá nhân Việt Nam gửi hàng ra quốc tế một cách dễ dàng và hiệu quả.

Tầm nhìn: Asia Cargo Express định hướng trở thành đơn vị logistics hàng đầu khu vực Châu Á. Công ty không chỉ mạnh về vận hành, cung cấp giải pháp vận chuyển nhanh chóng, an toàn, tối ưu chi phí, lấy chất lượng dịch vụ và sự hài lòng

của khách hàng làm nền tảng, mà còn là người dẫn lối trên những hành trình khó nhất, góp phần đưa hàng hóa Việt Nam vươn tầm quốc tế.

Giá trị cốt lõi:

Đề hiện thực hóa tầm nhìn và sứ mệnh, công ty xây dựng văn hóa dựa trên các giá trị:

Tận tâm – Uy tín: Đặt sự hài lòng của khách hàng và uy tín doanh nghiệp lên hàng đầu.

Chính xác và Kịp thời: Đảm bảo dòng chảy hàng hóa thông suốt, đúng thời gian và địa điểm theo cam kết.

Chuyên nghiệp: Đội ngũ am hiểu sâu về nghiệp vụ vận tải quốc tế, ứng dụng công nghệ để khách hàng dễ dàng theo dõi (tracking) đơn hàng.

Tập thể đoàn kết: Coi sức mạnh tập thể là nhân tố then chốt để vượt qua mọi thách thức và khẳng định vị thế.

2.1.3 Ngành nghề kinh doanh

Theo Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp, Asia Cargo Express đăng ký hoạt động trong nhiều ngành nghề khác nhau, tập trung chủ yếu trong lĩnh vực vận chuyển quốc tế, vận tải và các dịch vụ hỗ trợ liên quan. Các ngành nghề kinh doanh chính của công ty bao gồm:

Dịch vụ chuyển phát nhanh: Dịch vụ chuyển phát nhanh của ACE là hình thức nhận gửi và phát nhanh hàng hóa, chứng từ, tài liệu bằng đường bộ hoặc đường hàng không theo thời gian cam kết. Dịch vụ này đáp ứng nhu cầu gửi hàng trong thời gian ngắn, ưu tiên tốc độ và độ chính xác. Khách hàng có thể theo dõi và quản lý lộ trình vận chuyển để đảm bảo thời gian phát đúng như đã thỏa thuận.

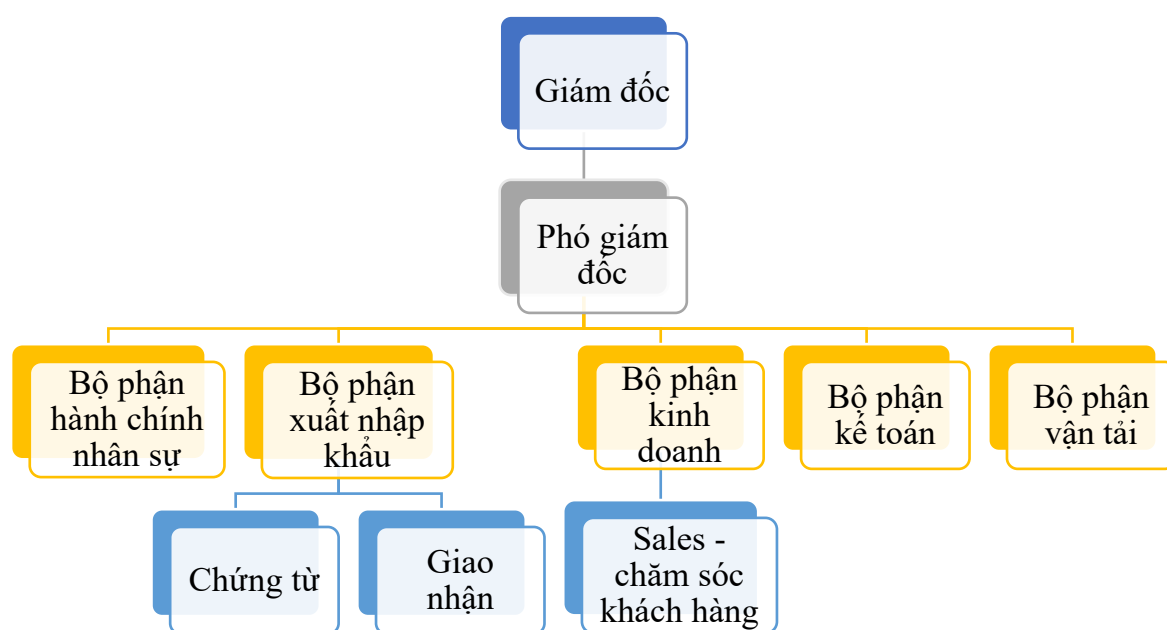
Dịch vụ giao nhận vận chuyển quốc tế: Giao nhận vận chuyển quốc tế là tập hợp các dịch vụ hỗ trợ liên quan đến quản lý vận chuyển, thông quan, phân phối và tổ chức chuỗi cung ứng hàng hóa. ACE cung cấp giải pháp vận chuyển quốc tế giúp tối ưu hóa việc lên kế hoạch, thực hiện và kiểm soát toàn bộ quá trình vận chuyển hàng từ điểm gửi đến điểm nhận, bao gồm dịch vụ vận tải, giao nhận, theo dõi hàng hóa, phối hợp thời gian bốc dỡ và điều phối phương tiện, nhằm đảm bảo quá trình vận chuyển quốc tế hiệu quả và tiết kiệm chi phí cho khách hàng.

Dịch vụ kho bãi: Dịch vụ này cung cấp không gian lưu trữ, bảo quản hàng hóa trong quá trình chờ vận chuyển hoặc trước khi giao nhận. Kho bãi giúp điều phối

luồng hàng, giải quyết nhu cầu lưu kho tạm thời hoặc dài hạn, bảo đảm hàng hóa an toàn và dễ dàng kiểm tra khi cần thiết. Trong vận chuyển quốc tế, kho bãi là mắt xích quan trọng để đảm bảo hàng hóa đúng thời điểm và điều kiện cần thiết trước khi đi tiếp các bước tiếp theo trong chuỗi cung ứng.

Dịch vụ khai thuế hải quan: Dịch vụ khai thuế hải quan hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện thủ tục xuất nhập khẩu đúng quy định pháp luật, khai báo đầy đủ thuế và giấy tờ liên quan. Khi sử dụng dịch vụ này, khách hàng được ACE tư vấn về quy định hải quan, chuẩn bị bộ hồ sơ thông quan, nộp thuế và giải quyết các yêu cầu kiểm tra nhanh hơn. Dịch vụ giúp khách hàng giảm thời gian làm thủ tục, tránh sai sót khi làm việc với cơ quan hải quan.

2.1.4 Cơ cấu tổ chức và chức năng nhiệm vụ



Sơ đồ 2.1.4: Cơ cấu tổ chức của công ty ACE

Chức năng:

Giám đốc: Là người chịu trách nhiệm điều hành chung, định hướng chiến lược và quyết định các vấn đề quan trọng của công ty. Giám đốc cũng là người chịu trách nhiệm trước cơ quan pháp luật về mọi việc mà mình đã quyết định.

Phó giám đốc: Là người hỗ trợ Giám đốc trong quản lý, giám sát hoạt động các bộ phận và thay mặt Giám đốc khi được ủy quyền.

Bộ phận Hành chính – Nhân sự: Bộ phận này có chức năng quản lý nhân sự, thực hiện công tác tuyển dụng, theo dõi chấm công, tính lương và đảm bảo các hoạt động hành chính nội bộ của công ty được vận hành hiệu quả.

Bộ phận Xuất nhập khẩu:

Chứng từ: Chuẩn bị các hợp đồng, chứng từ có liên quan, kiểm tra và quản lý các loại chứng từ xuất nhập khẩu, đảm bảo tính chính xác và tuân thủ quy định.

Giao nhận: Thực hiện lấy hàng, giao hàng, kiểm kê hàng hóa, theo dõi hành trình vận chuyển và xử lý các phát sinh trong quá trình giao nhận.

Bộ phận Kế toán: Nắm rõ hoạt động kinh doanh tài chính của công ty, lập các báo cáo tài chính theo quy định của bộ tài chính cũng như chi phí làm hàng, dịch vụ của công ty và tiếp nhận các hóa đơn chi tiêu.

Bộ phận vận tải: Là những người nắm rõ các tuyến đường và điều phối phương tiện vận chuyển hàng hóa trong nước và quốc tế, đảm bảo hàng hóa được vận chuyển an toàn, đúng tiến độ.

Bộ phận Kinh doanh :

Sales – chăm sóc khách hàng: Là bộ phận giữ vai trò quan trọng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế, vừa thực hiện chức năng tìm kiếm khách hàng, vừa đảm nhận nhiệm vụ duy trì và phát triển mối quan hệ với khách hàng trong suốt quá trình cung cấp dịch vụ. Đây là bộ phận trực tiếp tạo ra doanh thu và đồng thời quyết định mức độ hài lòng của khách hàng đối với doanh nghiệp.

Về chức năng, bộ phận này có nhiệm vụ kết nối giữa khách hàng và các phòng ban nội bộ như chứng từ, giao nhận và kế toán, đảm bảo thông tin được truyền đạt chính xác và kịp thời. Đồng thời, bộ phận còn đóng vai trò tư vấn, hỗ trợ khách hàng lựa chọn phương thức vận chuyển phù hợp (đường biển hoặc hàng không) dựa trên nhu cầu thực tế về thời gian, chi phí và tính chất hàng hóa.

Bộ phận Sale – chăm sóc khách hàng thực hiện:

- Tìm kiếm, tiếp cận và phát triển khách hàng mới, đồng thời duy trì mối quan hệ với khách hàng hiện tại
- Tiếp nhận yêu cầu vận chuyển, tư vấn phương án phù hợp và báo giá dịch vụ
- Thực hiện đàm phán, ký kết hợp đồng và theo dõi quá trình thực hiện hợp đồng
- Phối hợp với bộ phận giao nhận để đặt chỗ (booking) và triển khai vận chuyển

- Theo dõi tình trạng lô hàng, cập nhật thông tin về lịch tàu, chuyến bay, thời gian giao nhận cho khách hàng
- Phối hợp với phòng chứng từ để kiểm tra và hoàn thiện hồ sơ liên quan đến lô hàng
- Tiếp nhận, xử lý khiếu nại của khách hàng và hỗ trợ giải quyết các vấn đề phát sinh như chậm trễ, mất mát hoặc hư hỏng hàng hóa

Bộ phận Sale – dịch vụ khách hàng không chỉ thực hiện hoạt động bán dịch vụ mà còn đóng vai trò trung tâm trong việc điều phối thông tin và xử lý tình huống. Đặc biệt trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế, nơi thường xuyên phát sinh rủi ro và thay đổi, bộ phận này cần có kỹ năng giao tiếp tốt, hiểu biết về nghiệp vụ vận chuyển quốc tế và khả năng xử lý vấn đề linh hoạt để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách hàng.

2.1.5 Nguồn lực

2.1.5.1 Cơ sở vật chất

Danh sách cơ sở vật chất của công ty ACE

STT	Loại cơ sở vật chất	Số lượng	Đơn vị
1	Văn phòng	3	Phòng
2	Nhà kho	1	Phòng
3	Máy tính để bàn	11	Máy
4	Máy in	1	Máy
5	Bàn ghế làm việc	11	Bộ
6	Máy nước lọc	2	Máy
7	Máy lạnh	3	Máy
8	Tủ cá nhân	16	Tủ
9	Tủ lạnh	2	Tủ
10	Dụng cụ văn phòng phẩm	10	Cái
11	Internet	4	Máy
12	Máy chấm công	1	Máy

STT	Loại cơ sở vật chất	Số lượng	Đơn vị
13	Cân	1	Cân
14	Máy hút chân không	1	Máy
15	Quạt	6	Cái
16	Camera	2	Máy
17	Xe bán tải vận chuyển hàng	1	Xe
18	Dụng cụ đóng hàng (màng co, keo, kéo, bút, dao rọc giấy, thùng hàng)		

Bảng 2.1.5.1: Danh sách cơ sở vật chất của công ty ACE

Cơ sở vật chất kỹ thuật của Công ty TNHH Asia Cargo Express – Chi nhánh Đà Nẵng được đầu tư và trang bị khá đầy đủ các thiết bị cần thiết phục vụ cho hoạt động làm việc và quản lý, bao gồm: máy tính, điện thoại bàn, hệ thống wifi, máy in, điều hòa không khí. Các phòng làm việc đều được bố trí hợp lý, trang bị hệ thống chiếu sáng, bàn ghế làm việc, tủ hồ sơ và các thiết bị hỗ trợ khác nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho cán bộ, nhân viên trong quá trình làm việc. Môi trường làm việc khang trang, đầy đủ tiện ích không chỉ giúp nâng cao hiệu quả xử lý công việc hàng ngày mà còn góp phần cải thiện sức khỏe, tinh thần và sự hài lòng của nhân viên. Qua đó, cơ sở vật chất kỹ thuật đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ hoạt động kinh doanh ổn định và phát triển bền vững của Asia Cargo Express.

2.1.5.2 Nguồn nhân lực

Số lượng nhân sự theo phòng ban

Phòng ban	Số lượng (người)
Phòng hành chính nhân sự - kế toán	2
Phòng chứng từ xuất nhập khẩu	2
Phòng kinh doanh	5
Phòng vận hành	2
Tổng	11

Bảng 2.1.5.2: Bảng số lượng nhân sự theo phòng ban

Cơ cấu nhân sự của công ty TNHH Asia Cargo Express

Cơ cấu lao động	Năm 2026	
	Số lượng (người)	Tỷ trọng (%)
Tổng số lao động	11	100
Phân theo giới tính		
Nam	3	27,27
Nữ	8	72,73
Phân theo độ tuổi		
20 – 30 tuổi	6	54,55
30 – 40 tuổi	5	45,45
Trên 40 tuổi	0	0
Phân theo trình độ		
Đại học	8	72,73
Cao Đẳng	3	27,27
Phổ thông	0	0

Bảng 2.1.5.3: Bảng cơ cấu nhân sự của công ty ACE

Nhận xét:

Qua bảng số liệu cho thấy, quy mô nhân sự của Công ty TNHH Asia Cargo Express hiện còn gọn nhẹ với tổng số 11 lao động, trong đó lực lượng nhân sự tập trung chủ yếu ở phòng kinh doanh (5 người), chiếm tỷ trọng lớn so với các bộ phận còn lại như vận hành, chứng từ và hành chính – kế toán (mỗi bộ phận 2 người). Cơ cấu này phản ánh định hướng của công ty chú trọng vào hoạt động tìm kiếm, phát triển khách hàng và mở rộng thị trường, phù hợp với đặc thù doanh nghiệp giao nhận vận chuyển quốc tế quy mô nhỏ.

Lao động nữ chiếm tỷ lệ cao, độ tuổi chủ yếu từ 20 đến 40 tuổi, cho thấy đội ngũ nhân sự trẻ, năng động, linh hoạt và dễ thích nghi với môi trường làm việc có tính biến động cao. Trình độ chuyên môn của nhân sự tương đối tốt, phần lớn tốt nghiệp đại học, đáp ứng được yêu cầu nghiệp vụ trong lĩnh vực vận chuyển quốc tế và tạo nền tảng cho sự phát triển lâu dài của doanh nghiệp.

Tuy nhiên, cơ cấu nhân sự hiện tại vẫn còn một số hạn chế ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ khách hàng. Công ty chưa có bộ phận chăm sóc khách hàng chuyên

biệt mà chủ yếu do phòng kinh doanh kiêm nhiệm, dẫn đến việc chăm sóc khách hàng chưa được thực hiện đồng bộ và liên tục. Ngoài ra, số lượng nhân sự ở bộ phận vận hành và chứng từ còn ít, dễ xảy ra tình trạng quá tải khi khối lượng đơn hàng tăng cao. Điều này có thể làm chậm quá trình phản hồi thông tin, xử lý chứng từ và giải quyết khiếu nại, từ đó ảnh hưởng đến mức độ hài lòng và trải nghiệm của khách hàng khi sử dụng dịch vụ của công ty.

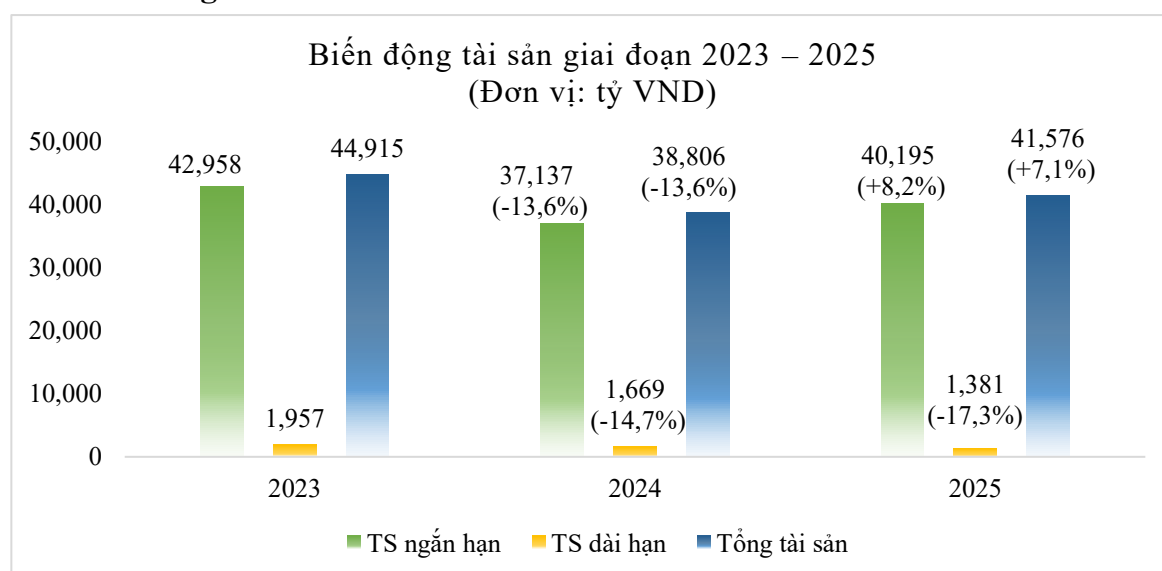
2.1.5.3 Nguồn lực Tài chính

➤ Tình hình tài sản công ty TNHH Asia Cargo Express 2023 – 2025

	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025	
	Số tiền (Tỷ VNĐ)	Tỷ lệ (%)	Số tiền (Tỷ VNĐ)	Tỷ lệ (%)	Số tiền (Tỷ VNĐ)	Tỷ lệ (%)
Tài sản ngắn hạn	42,958	95,64	37,137	95,7	40,195	96,68
Tài sản dài hạn	1,957	4,36	1,669	4,3	1,381	3,32
Tổng tài sản	44,915	100	38,806	100	41,576	100

Bảng 2.1.5.4: Tình hình tài sản của công ty ACE 2023 – 2025

Xu hướng tài sản:



Biểu đồ 2.1.5.5: Xu hướng tài sản của công ty ACE 2023 – 2025

Phân tích cơ cấu và xu hướng tài sản

Qua bảng số liệu có thể thấy cơ cấu tài sản của Công ty TNHH Asia Cargo Express trong giai đoạn 2023 – 2025 tập trung chủ yếu ở tài sản ngắn hạn. Đây là đặc điểm khá phổ biến của các doanh nghiệp chuyên hoạt động trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế, do nhu cầu vốn lưu động lớn để phục vụ các hoạt động thanh toán cước phí, chi phí vận chuyển, công nợ khách hàng và các khoản phải thu ngắn hạn.

Tài sản ngắn hạn luôn chiếm tỷ trọng rất cao trong tổng tài sản và có xu hướng tăng nhẹ qua các năm, từ 95,64% năm 2023 lên 95,7% năm 2024 và đạt 96,68% vào năm 2025. Ngược lại, tài sản dài hạn chiếm tỷ trọng khá thấp và có xu hướng giảm dần, từ 4,36% xuống còn 3,32%. Điều này cho thấy doanh nghiệp chủ yếu tập trung nguồn lực cho hoạt động kinh doanh ngắn hạn thay vì đầu tư mạnh vào tài sản cố định hay mở rộng cơ sở vật chất.

Xét về xu hướng biến động quy mô tài sản, tổng tài sản của doanh nghiệp giảm từ 44,915 tỷ đồng năm 2023 xuống còn 38,806 tỷ đồng năm 2024, tương ứng giảm khoảng 13,60%. Nguyên nhân tổng tài sản năm 2024 giảm chủ yếu do trong năm này, Công ty TNHH Asia Cargo Express chủ động thu hẹp một số mảng dịch vụ vận chuyển có hiệu quả kinh doanh thấp nhằm kiểm soát rủi ro và tối ưu dòng tiền. Cụ thể, công ty giảm khai thác dịch vụ vận chuyển tiểu ngạch qua một số tuyến biên giới, thu hẹp một số tuyến vận chuyển quốc tế có chi phí cước cao nhưng biên lợi nhuận thấp như một số tuyến đi Ấn Độ, Trung Đông, Myanmar, Na-uy và các tuyến xa bằng đường hàng không. Việc cắt giảm các mảng dịch vụ này giúp doanh nghiệp hạn chế rủi ro tài chính và áp lực dòng tiền, tuy nhiên cũng làm giảm nhu cầu duy trì tài sản ngắn hạn như tiền mặt, các khoản phải thu và chi phí trả trước, từ đó dẫn đến tổng tài sản năm 2024 giảm so với năm 2023.

Đến năm 2025, tổng tài sản tăng trở lại lên 41,576 tỷ đồng, tương ứng tăng khoảng 7,14% so với năm 2024. Sự phục hồi này chủ yếu đến từ tài sản ngắn hạn tăng từ 37,137 tỷ đồng lên 40,195 tỷ đồng. Điều này phản ánh doanh nghiệp đã có dấu hiệu mở rộng trở lại hoạt động kinh doanh, doanh thu phục hồi làm gia tăng các khoản phải thu, tiền gửi hoặc vốn lưu động phục vụ hoạt động vận chuyển và giao nhận hàng hóa.

Trong khi đó, tài sản dài hạn giảm liên tục qua các năm, từ 1,957 tỷ đồng năm 2023 xuống còn 1,381 tỷ đồng năm 2025. Nguyên nhân có thể do doanh nghiệp chưa

phát sinh đầu tư mới vào tài sản cố định, đồng thời các tài sản hiện có bị hao mòn và khấu hao theo thời gian. Điều này cho thấy công ty vẫn đang ưu tiên chiến lược sử dụng tài sản linh hoạt, tập trung vào hoạt động dịch vụ thay vì đầu tư lớn vào cơ sở hạ tầng hoặc phương tiện vận tải riêng.

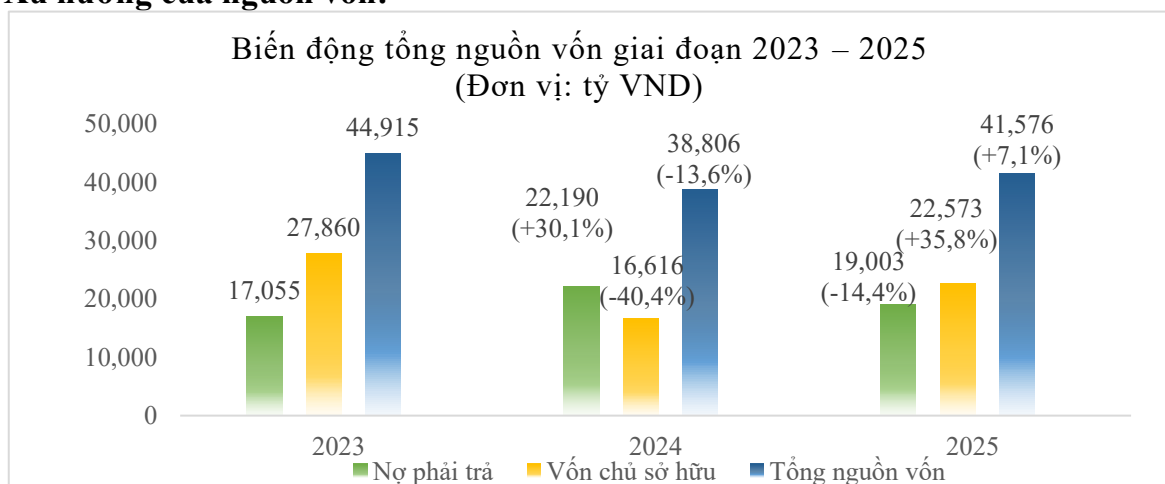
Xét về cơ cấu tài sản của doanh nghiệp tương đối phù hợp với đặc thù ngành logistics khi tài sản ngắn hạn chiếm tỷ trọng cao. Tuy nhiên, tỷ trọng tài sản dài hạn thấp cũng cho thấy năng lực đầu tư dài hạn của doanh nghiệp còn hạn chế. Trong thời gian tới, doanh nghiệp cần cân đối hợp lý giữa tài sản ngắn hạn và tài sản dài hạn nhằm vừa đảm bảo tính linh hoạt trong hoạt động kinh doanh, vừa nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng phát triển bền vững.

➤ **Tình hình nguồn vốn Công ty TNHH Asia Cargo Express 2023 – 2025**

	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025	
	Số tiền (Tỷ VNĐ)	Tỷ lệ (%)	Số tiền (Tỷ VNĐ)	Tỷ lệ (%)	Số tiền (Tỷ VNĐ)	Tỷ lệ (%)
Nợ phải trả	17,055	37,97	22,190	57,18	19,003	45,7
Vốn chủ sở hữu	27,860	62,03	16,616	42,82	22,573	54,3
Tổng nguồn vốn	44,915	100	38,806	100	41,576	100

Bảng 2.1.5.6: Tình hình nguồn vốn công ty ACE 2023 – 2025

Xu hướng của nguồn vốn:



Biểu đồ 2.1.5.7: Xu hướng nguồn vốn của công ty ACE 2023 – 2025

Dựa vào bảng số liệu và biểu đồ “Biến động tổng nguồn vốn giai đoạn 2023–2025”, có thể nhận thấy nguồn vốn của doanh nghiệp có sự biến động khá rõ trong giai đoạn nghiên cứu.

Năm 2023, tổng nguồn vốn của doanh nghiệp đạt 44,915 tỷ VNĐ, trong đó vốn chủ sở hữu chiếm tỷ trọng lớn với 62,03%; nợ phải trả chiếm 37,97%. Điều này cho thấy doanh nghiệp chủ yếu sử dụng nguồn vốn tự có để tài trợ cho hoạt động kinh doanh, mức độ phụ thuộc vào nợ chưa cao, cơ cấu nguồn vốn tương đối an toàn và ổn định.

Sang năm 2024, tổng nguồn vốn giảm xuống còn 38,806 tỷ VNĐ, tương ứng giảm 13,6% so với năm 2023. Trong đó, nợ phải trả tăng mạnh lên 22,190 tỷ VNĐ, tương ứng tăng 30,1%, làm cho tỷ trọng nợ phải trả tăng lên 57,18% tổng nguồn vốn. Ngược lại, vốn chủ sở hữu giảm rất mạnh xuống còn 16,616 tỷ VNĐ, tương ứng giảm 40,4%, chỉ còn chiếm 42,82% tổng nguồn vốn. Điều này cho thấy doanh nghiệp có xu hướng gia tăng sử dụng vốn vay và các khoản nợ để duy trì hoạt động kinh doanh trong bối cảnh nguồn vốn tự có suy giảm. Nguyên nhân của sự gia tăng nợ phải trả xuất phát từ việc doanh thu năm 2024 giảm mạnh khiến dòng tiền kinh doanh bị ảnh hưởng, buộc doanh nghiệp phải tăng sử dụng các khoản nợ ngắn hạn, công nợ với nhà cung cấp hoặc các khoản vay nhằm bổ sung vốn lưu động phục vụ hoạt động vận chuyển và thanh toán chi phí. Đồng thời, vốn chủ sở hữu giảm có thể do lợi nhuận tích lũy giảm hoặc doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc duy trì hiệu quả kinh doanh.

Việc tỷ trọng nợ phải trả vượt quá 50% trong năm 2024 phản ánh mức độ rủi ro tài chính của doanh nghiệp tăng lên. Mặc dù sử dụng nợ có thể giúp doanh nghiệp bổ sung nguồn vốn nhanh chóng để duy trì hoạt động, nhưng nếu nợ quá cao sẽ làm gia tăng áp lực thanh toán, chi phí lãi vay và nguy cơ mất cân đối tài chính, đặc biệt trong trường hợp doanh thu và lợi nhuận không ổn định. Vì vậy, đây được xem là dấu hiệu chưa tích cực đối với tình hình tài chính của doanh nghiệp trong năm 2024.

Đến năm 2025, tổng nguồn vốn phục hồi lên mức 41,576 tỷ VNĐ, tương ứng tăng 7,1% so với năm 2024. Nợ phải trả giảm còn 19,003 tỷ VNĐ, tương ứng giảm 14,4%, đồng thời tỷ trọng nợ giảm xuống còn 45,7%. Trong khi đó, vốn chủ sở hữu tăng trở lại đạt 22,573 tỷ VNĐ, tương ứng tăng 35,8%, chiếm 54,3% tổng nguồn vốn. Điều này phản ánh tình hình tài chính của doanh nghiệp đã có dấu hiệu cải thiện, khả năng tự chủ tài chính được nâng cao hơn so với năm trước. Hoạt động kinh doanh

dần phục hồi, doanh nghiệp kiểm soát tốt chi phí, cải thiện lợi nhuận và giảm dần sự phụ thuộc vào nguồn vốn vay.

Cơ cấu vốn

Chỉ tiêu	2023	2024	2025
Tỷ lệ Nợ/TTS (%)	37,97%	57,18%	45,70%
Tỷ lệ Nợ/VCSH (%)	61,22%	133,55%	84,19%

Bảng 2.1.5.8: Cơ cấu vốn

Dựa vào bảng số liệu về tỷ lệ nợ giai đoạn 2023 – 2025, có thể thấy cơ cấu vốn của doanh nghiệp có nhiều biến động, đặc biệt trong năm 2024. Các chỉ tiêu này phản ánh mức độ sử dụng nợ vay cũng như khả năng tự chủ tài chính của doanh nghiệp.

Về tỷ lệ Nợ/Tổng tài sản, năm 2023 doanh nghiệp đạt mức 37,97%. Điều này cho thấy doanh nghiệp sử dụng khoảng 37,97% nợ phải trả để tài trợ cho tổng tài sản, trong khi phần lớn tài sản vẫn được hình thành từ vốn chủ sở hữu. Đây là mức tương đối an toàn đối với doanh nghiệp vì áp lực trả nợ chưa cao, khả năng tự chủ tài chính khá tốt và mức độ rủi ro tài chính còn thấp. So với mặt bằng chung của ngành logistics, tỷ lệ này thấp hơn mức trung bình, cho thấy doanh nghiệp có cơ cấu vốn khá ổn định.

Sang năm 2024, tỷ lệ Nợ/Tổng tài sản tăng mạnh lên 57,18%. Điều này cho thấy doanh nghiệp phụ thuộc nhiều hơn vào nguồn vốn vay và nợ phải trả để duy trì hoạt động kinh doanh. Việc tỷ lệ nợ tăng cao làm áp lực thanh toán nợ và chi phí tài chính gia tăng, đồng thời tiềm ẩn rủi ro về khả năng thanh toán trong trường hợp hoạt động kinh doanh không thuận lợi. Nguyên nhân chủ yếu là do vốn chủ sở hữu giảm mạnh trong khi nợ phải trả tăng lên đáng kể. Đây là dấu hiệu chưa tích cực đối với tình hình tài chính của doanh nghiệp.

Đến năm 2025, tỷ lệ Nợ/Tổng tài sản giảm xuống còn 45,70%. Doanh nghiệp đã từng bước cải thiện cơ cấu nguồn vốn, giảm bớt sự phụ thuộc vào nợ vay và nâng cao khả năng tự chủ tài chính. Mặc dù vẫn cao hơn năm 2023 nhưng mức này đã phù hợp hơn với đặc điểm của ngành logistics và phản ánh xu hướng phục hồi của doanh nghiệp.

Đối với tỷ lệ Nợ/Vốn chủ sở hữu, năm 2023 doanh nghiệp đạt 61,22%. Điều này có nghĩa là cứ 100 đồng vốn chủ sở hữu thì doanh nghiệp sử dụng khoảng 61,22 đồng nợ phải trả. Đây là mức tương đối an toàn, cho thấy doanh nghiệp chưa sử dụng quá nhiều đòn bẩy tài chính và khả năng độc lập tài chính còn khá tốt.

Tuy nhiên, năm 2024 tỷ lệ này tăng mạnh lên 133,55%, tức là quy mô nợ phải trả đã vượt vốn chủ sở hữu. Đây là dấu hiệu cho thấy doanh nghiệp đang chịu áp lực tài chính lớn và phụ thuộc khá nhiều vào nguồn vốn vay. So với nhiều doanh nghiệp logistics trong ngành, mức này tương đối cao và tiềm ẩn rủi ro về khả năng thanh toán cũng như áp lực chi phí lãi vay. Nguyên nhân chủ yếu do vốn chủ sở hữu giảm mạnh trong khi doanh nghiệp tăng sử dụng nợ để bổ sung nguồn vốn cho hoạt động kinh doanh.

Đến năm 2025, tỷ lệ Nợ/Vốn chủ sở hữu giảm xuống còn 84,19%. Điều này cho thấy tình hình tài chính của doanh nghiệp đã có sự cải thiện khi vốn chủ sở hữu tăng trở lại và nợ phải trả giảm xuống. Mức này đã gần với mặt bằng chung của ngành logistics, phản ánh khả năng cân đối nguồn vốn của doanh nghiệp đang dần ổn định hơn.

Cơ cấu nguồn vốn của doanh nghiệp trong giai đoạn 2023–2025 có sự biến động khá lớn. Năm 2024 là giai đoạn doanh nghiệp chịu nhiều áp lực tài chính do tỷ lệ nợ tăng cao và vốn chủ sở hữu giảm mạnh. Tuy nhiên đến năm 2025, tình hình đã có dấu hiệu phục hồi tích cực khi doanh nghiệp giảm dần phụ thuộc vào nợ vay và cải thiện khả năng tự chủ tài chính.

2.2 Thực trạng hoạt động kinh doanh của công ty TNHH Asia Cargo Express

2.2.1 Kết quả kinh doanh của công ty ACE

➤ Kết quả hoạt động kinh doanh (Tỷ VND)

Chỉ Tiêu	2023	2024	2025	Tăng trưởng 2024/2023 (%)	Tăng trưởng 2025/2024 (%)
Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ (10)	83,550	39,160	45,188	-53,13	+15,39
Giá vốn hàng bán (11)	80,423	36,685	42,317	-54,38	+15,35
Lợi nhuận gộp về bán hàng và cung cấp dịch vụ (20 = 10 – 11)	3,127	2,475	2,871	-20,85	+15,98
Doanh thu hoạt động tài chính (21)	0,003	0,006	0,005	+100,00	-16,67
Chi phí tài chính (22)	0,078	0,076	0,016	-2,56	-78,95
Chi phí bán hàng (25)	0,989	1,270	1,444	+28,41	+13,70
Chi phí quản lý doanh nghiệp (26)	1,844	1,35	0,791	-26,79	-41,41
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh {30 = 20 + (21 – 22) – (25 + 26)}	0,219	0,22	0,625	+0,46	+184,09
Thu nhập khác (31)	0,009	0,007	~0	-22,22	-100,00

Chỉ Tiêu	2023	2024	2025	Tăng trưởng 2024/2023 (%)	Tăng trưởng 2025/2024 (%)
Chi phí khác (32)	0,087	0,032	0,618	-63,22	+1.831,25
Lợi nhuận khác (40 = 31 -32)	(0,078)	(0,025)	(0,618)	-67,95	+2.372,00
Tổng lợi nhuận kế toán trước thuế (50 = 30 +40)	0,141	0,195	0,007	+38,30	-96,41
Chi phí thuế TNDN hiện hành (51)	0,0282	0,039	0,0014	+0,38	-0,96
Lợi nhuận sau thuế thu nhập doanh nghiệp (60 = 50 - 51)	0,113	0,156	0,0056	+0,38	-0.96

Bảng 2.2.1.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của công ty ACE 2023 – 2025 (Nguồn: Báo cáo tài chính công ty ACE)

Nhận xét:

Trong giai đoạn 2023 – 2025, kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp biến động mạnh và phản ánh rõ các thay đổi về quy mô cũng như hiệu quả hoạt động. Năm 2024 ghi nhận sự suy giảm nghiêm trọng khi doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ giảm tới 53,13% so với năm 2023, kéo theo giá vốn hàng bán giảm tương ứng 54,38%. Mặc dù vậy, mức giảm của lợi nhuận gộp chỉ ở 20,85%, cho thấy doanh nghiệp đã phần nào kiểm soát được chi phí đầu vào và duy trì biên lợi nhuận gộp ở mức tương đối ổn định trong bối cảnh doanh thu sụt giảm.

Sang năm 2025, doanh thu có dấu hiệu phục hồi với mức tăng 15,39% so với năm 2024, đồng thời lợi nhuận gộp tăng 15,98%, phản ánh hiệu quả hoạt động kinh doanh cốt lõi được cải thiện. Bên cạnh đó, doanh nghiệp đã thực hiện tốt công tác tiết giảm chi phí khi chi phí tài chính giảm mạnh 78,95% và chi phí quản lý doanh nghiệp

giảm 41,41%, trong khi chi phí bán hàng chỉ tăng ở mức 13,70%. Nhờ đó, lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh năm 2025 tăng đột biến 184,09% so với năm trước, cho thấy năng lực tạo lợi nhuận từ hoạt động chính đã được nâng cao rõ rệt.

Tuy nhiên, kết quả lợi nhuận cuối cùng của doanh nghiệp lại không khả quan. Cụ thể, trong năm 2025, chi phí khác tăng đột biến lên 0,618 tỷ đồng, làm cho lợi nhuận khác âm sâu và kéo tổng lợi nhuận kế toán trước thuế giảm tới 96,41%, chỉ còn 0,007 tỷ đồng; lợi nhuận sau thuế cũng giảm tương ứng, chỉ đạt 0,0056 tỷ đồng.

Nguyên nhân cho sự gia tăng bất thường của chi phí này xuất phát từ các rủi ro trong quá trình cung cấp dịch vụ. Các sự cố phát sinh như mất hàng, giao hàng chậm trễ, thất lạc hoặc sai sót chứng từ có thể đã xảy ra ở một số đơn hàng nhỏ và lớn, buộc doanh nghiệp phải chi trả các khoản bồi thường và chi phí xử lý liên quan. Không chỉ làm gia tăng chi phí, những vấn đề này còn ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng của khách hàng, đặc biệt là các khách hàng lớn – nhóm khách hàng mang lại doanh thu chủ yếu cho doanh nghiệp.

Khi chất lượng dịch vụ không được đảm bảo, doanh nghiệp có nguy cơ mất đi các khách hàng quan trọng hoặc bị giảm khối lượng đơn hàng, điều này có thể là một trong những nguyên nhân dẫn đến sự sụt giảm mạnh doanh thu trong năm 2024. Đồng thời, các chi phí bồi thường phát sinh trong năm 2025 đã làm triệt tiêu phần lớn lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh, khiến kết quả kinh doanh chung không đạt hiệu quả như kỳ vọng.

Mặc dù doanh nghiệp đã có dấu hiệu phục hồi về doanh thu và cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh cốt lõi trong năm 2025, song kết quả lợi nhuận vẫn chưa bền vững do chịu tác động lớn từ các rủi ro dịch vụ và chi phí bồi thường phát sinh. Điều này cho thấy chất lượng dịch vụ, đặc biệt ở các yếu tố như độ tin cậy và khả năng đáp ứng, đóng vai trò then chốt đối với hiệu quả kinh doanh. Trong thời gian tới, doanh nghiệp cần chú trọng kiểm soát rủi ro trong quá trình cung cấp dịch vụ, nâng cao chất lượng phục vụ và duy trì mối quan hệ với khách hàng lớn nhằm đảm bảo sự ổn định và tăng trưởng bền vững.

➤ **Cơ cấu doanh thu theo lĩnh vực kinh doanh**

ĐVT: Tỷ VND

Lĩnh vực kinh doanh	2023	Tỷ trọng (%)	2024	Tỷ trọng (%)	2025	Tỷ trọng (%)
Giao nhận vận chuyển quốc tế	49,128	58,80	21,367	54,56	26,904	59,54
Chuyển phát nhanh	21,452	25,67	11,843	30,24	11,766	26,04
Kho bãi	7,746	9,27	3,438	8,78	3,902	8,64
Khai báo hải quan	5,224	6,26	2,512	6,42	2,616	5,78
Tổng cộng	83,550	100	39,160	100	45,188	100

Bảng 2.2.1.2: Cơ cấu doanh thu theo lĩnh vực kinh doanh của công ty ACE (Nguồn: Báo cáo tài chính công ty ACE)

Qua bảng cơ cấu doanh thu theo lĩnh vực kinh doanh giai đoạn 2023 – 2025 có thể thấy doanh thu của Công ty TNHH Asia Cargo Express vẫn tập trung chủ yếu vào dịch vụ giao nhận vận chuyển quốc tế, tuy nhiên cơ cấu doanh thu có sự biến động khá rõ giữa các năm.

Dịch vụ giao nhận vận chuyển quốc tế luôn chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng doanh thu của công ty. Năm 2023, lĩnh vực này chiếm 58,80% tổng doanh thu. Sang năm 2024, tỷ trọng giảm xuống còn 54,56%, giảm 4,24% so với năm trước. Nguyên nhân chủ yếu là trong năm 2024 công ty đã chủ động cắt giảm một số tuyến vận chuyển quốc tế hoạt động chưa hiệu quả hoặc có sản lượng thấp nhằm tối ưu chi phí vận hành và hạn chế rủi ro trong bối cảnh thị trường có nhiều biến động. Công ty gặp khó khăn trong việc duy trì lượng khách hàng ổn định ở một số thị trường truyền thống do cạnh tranh gay gắt từ các doanh nghiệp vận chuyển lớn hơn, có lợi thế về giá cước và mạng lưới vận chuyển rộng hơn. Ngoài ra, sự biến động của cước vận tải quốc tế, chi phí nhiên liệu tăng cao, ảnh hưởng từ xung đột địa chính trị và việc gián

đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu cũng có thể làm giảm nhu cầu sử dụng dịch vụ ở một số tuyến. Đến năm 2025, tỷ trọng doanh thu từ vận chuyển quốc tế tăng mạnh trở lại lên 59,54%, tăng 4,98% so với năm 2024. Điều này cho thấy công ty đã từng bước khôi phục và mở rộng lại các tuyến vận chuyển hiệu quả, đồng thời nhu cầu vận chuyển quốc tế phục hồi tích cực.

Dịch vụ chuyển phát nhanh có xu hướng tăng mạnh trong năm 2024. Năm 2023, lĩnh vực này chiếm 25,67%, nhưng sang năm 2024 tăng lên 30,24%, tăng 4,57%. Điều này cho thấy trong bối cảnh công ty giảm bớt một số tuyến vận chuyển quốc tế, ACE có xu hướng tập trung nhiều hơn vào mảng chuyển phát nhanh – lĩnh vực có vòng quay vốn nhanh, thời gian thu hồi doanh thu ngắn và phù hợp với nhu cầu gửi hàng nhỏ lẻ, hàng gấp của khách hàng cá nhân và hộ kinh doanh. Ngoài ra, sự phát triển của thương mại điện tử và kinh doanh online cũng góp phần làm gia tăng nhu cầu chuyển phát nhanh trong giai đoạn này. Đến năm 2025, tỷ trọng dịch vụ này giảm xuống còn 26,04%, giảm 4,20% do công ty quay lại tập trung mạnh hơn vào mảng giao nhận vận chuyển quốc tế.

Dịch vụ kho bãi chiếm tỷ trọng tương đối ổn định nhưng có biến động nhẹ. Năm 2023 chiếm 9,27%, năm 2024 giảm xuống 8,78%, tức giảm 0,49%. Nguyên nhân có thể do khối lượng hàng hóa lưu kho giảm khi công ty cắt giảm một số tuyến vận chuyển hoặc khách hàng có xu hướng rút ngắn thời gian lưu kho để tiết kiệm chi phí. Đến năm 2025, tỷ trọng kho bãi giảm nhẹ còn 8,64%, giảm thêm 0,14%, cho thấy đây vẫn là dịch vụ hỗ trợ ổn định nhưng chưa có sự tăng trưởng nổi bật.

Dịch vụ khai báo hải quan là lĩnh vực chiếm tỷ trọng thấp nhất nhưng tương đối ổn định. Năm 2023 chiếm 6,26%, tăng nhẹ lên 6,42% vào năm 2024, tương đương tăng 0,16%. Mặc dù công ty giảm một số tuyến quốc tế, nhưng nhu cầu hỗ trợ thủ tục hải quan cho các lô hàng nhỏ lẻ hoặc khách hàng sử dụng riêng dịch vụ khai báo vẫn được duy trì. Đến năm 2025, tỷ trọng giảm xuống còn 5,78%, giảm 0,64%, do doanh thu tăng trưởng mạnh hơn ở mảng vận chuyển quốc tế khiến tỷ trọng dịch vụ này bị thu hẹp tương đối.

➤ **Phân tích khả năng sinh lời của công ty TNHH Asia Cargo Express**

ĐVT: %

Chỉ tiêu	2023	2024	2025	Chênh lệch 2024 – 2023	Chênh lệch 2025 – 2024
ROS = LNST / Doanh thu thuần	0,14	0,40	0,01	+0,26	-0,39
ROA = LNST / Tổng tài sản	0,25	0,40	0,01	+0,15	-0,39
ROE = LNST / VCSH	0,40	0,94	0,02	+0,54	-0,92

Bảng 2.2.1.3: Khả năng sinh lời của công ty ACE 2023 – 2025

Khả năng sinh lời của Công ty TNHH Asia Cargo Express

Qua bảng trên có thể thấy các chỉ số ROS, ROA và ROE phản ánh tương đối đầy đủ khả năng sinh lời cũng như hiệu quả sử dụng doanh thu, tài sản và vốn chủ sở hữu của Công ty TNHH Asia Cargo Express trong giai đoạn 2023 – 2025.

Chỉ số ROS của công ty duy trì ở mức thấp trong suốt giai đoạn nghiên cứu, cho thấy biên lợi nhuận của doanh nghiệp còn mỏng, phù hợp với đặc thù cạnh tranh gay gắt của ngành vận chuyển quốc tế. Năm 2024, ROS tăng từ 0,14% lên 0,40%, phản ánh việc doanh nghiệp kiểm soát chi phí bán hàng và chi phí quản lý tốt hơn, đồng thời chủ động thu hẹp các mảng dịch vụ kém hiệu quả. Tuy nhiên, đến năm 2025, ROS giảm mạnh xuống 0,01%, cho thấy hiệu quả tạo lợi nhuận từ doanh thu suy giảm đáng kể, nguyên nhân chủ yếu do lợi nhuận sau thuế giảm mạnh dù doanh thu đã có dấu hiệu phục hồi.

Đối với chỉ số ROA, xu hướng tăng trong năm 2024 (từ 0,25% lên 0,40%) cho thấy hiệu quả sử dụng tổng tài sản được cải thiện, đặc biệt trong việc quản lý tài sản ngắn hạn và vốn lưu động. Điều này phản ánh doanh nghiệp đã khai thác tương đối hiệu quả các nguồn lực hiện có để tạo ra lợi nhuận. Tuy nhiên, sang năm 2025, ROA giảm xuống chỉ còn 0,01%, cho thấy tài sản chưa được sử dụng hiệu quả trong bối cảnh chi phí phát sinh tăng cao và kết quả kinh doanh suy giảm.

Chỉ số ROE phản ánh rõ nét hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp. Năm 2024, ROE tăng mạnh từ 0,40% lên 0,94%, cho thấy khả năng sinh lời trên vốn

chủ sở hữu được cải thiện đáng kể, chủ yếu nhờ lợi nhuận tăng trong khi quy mô vốn chủ sở hữu chưa biến động lớn. Tuy nhiên, đến năm 2025, ROE giảm sâu xuống 0,02%, phản ánh hiệu quả sử dụng vốn chủ sở hữu suy giảm rõ rệt khi lợi nhuận sau thuế giảm mạnh, dù vốn chủ sở hữu có xu hướng được củng cố.

Xét về sự chênh lệch các chỉ số sinh lời giữa các năm, giai đoạn 2023 – 2024 ghi nhận sự cải thiện tích cực khi ROS tăng 0,26%, ROA tăng 0,15% và ROE tăng 0,54%. Sự gia tăng này cho thấy doanh nghiệp đã bước đầu nâng cao hiệu quả kinh doanh thông qua việc kiểm soát chi phí và tái cơ cấu hoạt động.

Ngược lại, trong giai đoạn 2024 – 2025, các chỉ số sinh lời đều giảm mạnh, trong đó ROS và ROA cùng giảm 0,39%, còn ROE giảm tới 0,92%. Điều này phản ánh sự suy giảm rõ rệt về khả năng sinh lời, chủ yếu do lợi nhuận sau thuế giảm mạnh trong khi quy mô doanh thu, tài sản và vốn chủ sở hữu không thay đổi tương ứng.

2.2.2 Phân tích các yếu tố ảnh hưởng hoạt động kinh doanh công ty

2.2.2.1 Thị trường

Thị trường hoạt động của Công ty TNHH Asia Cargo Express hiện nay chủ yếu tập trung vào lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế, trong đó thị trường trọng điểm là Malaysia và Hàn Quốc. Bên cạnh đó, công ty cũng khai thác thêm một số thị trường tiềm năng như Hoa Kỳ và khu vực Liên minh châu Âu. Việc tập trung vào các thị trường này phù hợp với năng lực hiện tại của doanh nghiệp cũng như đặc điểm nhóm khách hàng mà công ty đang phục vụ, chủ yếu là khách hàng cá nhân, hộ kinh doanh nhỏ và các doanh nghiệp vừa và nhỏ có nhu cầu giao nhận vận chuyển quốc tế.

Thị trường Malaysia hiện được xem là thị trường trọng điểm và ổn định nhất của công ty. Với lợi thế khoảng cách địa lý gần Việt Nam, thời gian vận chuyển nhanh và chi phí hợp lý, Malaysia là tuyến vận chuyển được nhiều khách hàng lựa chọn. Nhu cầu gửi hàng sang Malaysia chủ yếu đến từ khách hàng cá nhân, các hộ kinh doanh online và nhà buôn nhỏ với các mặt hàng như quần áo, mỹ phẩm, thực phẩm khô và hàng tiêu dùng. Đặc điểm của thị trường này là lượng hàng gửi thường xuyên, khối lượng vừa và nhỏ, giúp ACE duy trì nguồn đơn hàng ổn định và tối ưu hóa khả năng gom hàng. Ngoài ra, tuyến Malaysia có thời gian vận chuyển ngắn nên giúp công ty dễ kiểm soát tiến độ giao hàng, hạn chế rủi ro phát sinh và nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng. Tuy nhiên, do đây là thị trường có tính cạnh tranh khá cao, công ty cần duy trì mức giá cạnh tranh và chất lượng dịch vụ ổn định để giữ chân khách hàng.

Bên cạnh Malaysia, thị trường Hàn Quốc cũng là một trong những thị trường trọng điểm của ACE và đóng góp nguồn doanh thu đáng kể cho công ty. Nguồn khách hàng chủ yếu đến từ du học sinh Việt Nam, người lao động và khách hàng cá nhân đang sinh sống tại Hàn Quốc. Các mặt hàng giao nhận vận chuyển thường là thực phẩm, đồ dùng cá nhân, quần áo và các loại hàng hóa thiết yếu từ Việt Nam sang. Đặc điểm của các lô hàng tại thị trường này là nhỏ lẻ nhưng tần suất gửi cao, vì vậy hình thức gom hàng được ACE áp dụng thường xuyên nhằm tiết kiệm chi phí và nâng cao hiệu quả vận chuyển. Nhờ lượng khách hàng khá ổn định, tuyến Hàn Quốc mang lại nguồn thu tương đối đều đặn cho doanh nghiệp. Tuy nhiên, thị trường này cũng tiềm ẩn rủi ro do phụ thuộc nhiều vào nhóm khách hàng cá nhân và chịu ảnh hưởng bởi biến động chính sách nhập khẩu hoặc số lượng du học sinh qua từng giai đoạn.

Đối với thị trường Hoa Kỳ, đây là thị trường có tiềm năng phát triển lớn nhưng mức độ khai thác hiện tại của công ty chưa nhiều bằng Malaysia và Hàn Quốc. Nhu cầu vận chuyển sang Mỹ chủ yếu đến từ khách hàng cá nhân gửi hàng cho người thân, du học sinh và một số doanh nghiệp nhỏ có nhu cầu xuất khẩu hàng hóa. Đây là thị trường có quy mô lớn, khả năng tạo doanh thu cao nhưng cũng đi kèm nhiều yêu cầu khắt khe về chứng từ, kiểm tra hàng hóa và thủ tục hải quan. Đồng thời, chi phí vận chuyển sang Mỹ thường cao và thời gian giao hàng dài hơn, nên công ty cần đầu tư nhiều hơn về năng lực vận hành và dịch vụ khách hàng để khai thác hiệu quả thị trường này.

Khu vực Liên minh Châu Âu cũng đang được ACE từng bước mở rộng khai thác. Khách hàng tại khu vực này chủ yếu là người Việt sinh sống và làm việc tại các nước Châu Âu có nhu cầu nhận hàng từ Việt Nam như thực phẩm, đặc sản, quần áo và hàng tiêu dùng. Dù tỷ trọng doanh thu từ khu vực này chưa cao, nhưng đây là thị trường được đánh giá có nhiều tiềm năng trong dài hạn nhờ mức sống cao và nhu cầu tiêu dùng ổn định. Tuy nhiên, các tiêu chuẩn về chất lượng hàng hóa, an toàn thực phẩm và thủ tục hải quan tại Châu Âu tương đối nghiêm ngặt, đòi hỏi công ty phải nâng cao khả năng xử lý chứng từ và kiểm soát chất lượng dịch vụ.

Thị trường hoạt động của ACE hiện tập trung vào các tuyến vận chuyển quốc tế có nhu cầu gửi hàng nhỏ lẻ, thường xuyên và ổn định. Trong đó, Malaysia và Hàn Quốc đóng vai trò là hai thị trường trọng điểm, tạo nguồn doanh thu chính và duy trì hoạt động thường xuyên cho công ty. Trong khi đó, Mỹ và EU là những thị trường

tiềm năng để mở rộng trong tương lai. Việc khai thác hiệu quả từng thị trường, kết hợp với nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng, sẽ giúp ACE nâng cao khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững trong lĩnh vực vận chuyển quốc tế.

2.2.2.2 Đối thủ cạnh tranh

Trong bối cảnh thị trường vận chuyển quốc tế tại Việt Nam ngày càng phát triển và mở rộng, Asia Cargo Express đang phải đối mặt với mức độ cạnh tranh ngày càng gay gắt từ nhiều doanh nghiệp cùng ngành. Hiện tại có nhiều công ty giao nhận vận chuyển quốc tế hoạt động sôi động, với sự khác biệt về quy mô, năng lực cung ứng dịch vụ và lợi thế cạnh tranh. Một số đối thủ tiêu biểu có thể kể đến như Saigon bay, 43 Logistics, An Nam, cùng nhiều đơn vị vận chuyển khác, tạo nên môi trường cạnh tranh đa dạng và áp lực không nhỏ đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Đối thủ cạnh tranh hiện tại của Asia Cargo Express có thể kể đến như sau: Indochina Post, 43 Logistics, Nam Logistics.

Đối thủ cạnh tranh hiện tại của Asia Cargo Express có thể kể đến như bảng dưới đây:

Tiêu chí	Asia Cargo Express (ACE)	Saigon Bay	43 Logistics	Nam Logistics
Loại hình dịch vụ chính	Tập trung giao nhận vận chuyển quốc tế, tiểu ngạch cho doanh nghiệp & cá nhân.	Chuyển phát nhanh quốc tế “Door to Door” với hãng lớn như FedEx, UPS, TNT.	Gửi hàng đi nước ngoài đa quốc gia (Singapore, Hàn Quốc, Mỹ...).	Vận chuyển hàng hóa quốc tế (Việt – Nhật, – Hàn, – Mỹ, – Đài...).
Ưu điểm nổi bật	Linh hoạt với hàng tiểu ngạch, dịch vụ đa dạng, giá cước thấp.	Giảm chi phí đáng kể nhờ là đại lý hãng lớn, cam kết đền bù nếu mất mát.	Đa dạng tuyến quốc tế, thủ tục thông quan và đóng gói hỗ trợ khách.	Mạng lưới khá rộng, giá cước cạnh tranh & cập nhật đơn hàng cho khách.

Tiêu chí	Asia Cargo Express (ACE)	Saigon Bay	43 Logistics	Nam Logistics
Thời gian giao hàng	Tùy tuyến, chú trọng đúng cam kết giao – nhận.	Nhanh với dịch vụ chất lượng hàng quốc tế.	Nhanh với nhận hàng 1–2 ngày cho khu vực ASEAN, 3-5 ngày tới Hàn/Đài, 7–10 ngày tới Mỹ/EU.	Trung bình 3–5 ngày cho hàng siêu tốc, giải pháp tiết kiệm thời gian & chi phí.
Công nghệ/tra cứu đơn hàng	Có hệ thống tracking riêng biệt từng quốc gia và thông qua các nhân viên sales, chăm sóc khách hàng cập nhật thông tin liên tục.	Chưa rõ hỗ trợ trực tuyến	Cập nhật liên tục thông tin quá trình gửi hàng.	Khách hàng cập nhật qua hệ thống & nhân viên tư vấn 24/7.
Mục tiêu khách hàng	DN nhỏ, cá nhân & tiểu ngạch.	Cá nhân & DN cần chuyển phát quốc tế nhanh.	Cá nhân & DN cần gửi hàng quốc tế.	DN lẫn cá nhân với nhu cầu vận chuyển nhiều tuyến quốc tế.
Điểm yếu/khó khăn	Rủi ro hàng tiểu ngạch, nhiều lô hàng chưa đủ các chứng từ. Chưa mạnh mẽ về thương hiệu.	Thường tập trung vào chuyển phát nhanh quốc tế, ít nổi bật dịch vụ tích hợp.	Mức phủ dịch vụ logistics tích hợp (như kho, hải quan) chưa rõ.	Chưa quá lớn, cạnh tranh với nhiều hãng logistics tích hợp quy mô lớn.

Bảng 2.2.2.2: Đối thủ cạnh tranh của công ty ACE

Từ việc so sánh với các đối thủ cạnh tranh trực tiếp trên thị trường vận chuyển quốc tế, có thể nhận thấy Asia Cargo Express không cạnh tranh bằng quy mô hay thương hiệu lớn, mà tạo lợi thế riêng thông qua tính linh hoạt trong vận hành và khả năng đáp ứng tốt nhu cầu của phân khúc khách hàng tiểu ngạch. Doanh nghiệp tập trung phục vụ nhà buôn nhỏ, hộ kinh doanh và khách hàng cá nhân với các lô hàng có quy mô nhỏ, yêu cầu đa dạng và thường phát sinh những vấn đề cần xử lý linh hoạt trong quá trình vận chuyển.

Mức giá cước hợp lý, dễ tiếp cận khách hàng trực tiếp giúp Asia Cargo Express xây dựng mối quan hệ ổn định. Việc kết hợp đa dạng dịch vụ logistics trong phạm vi quy mô vừa, cùng sự hỗ trợ kịp thời từ đội ngũ nhân viên kinh doanh, đã giúp doanh nghiệp duy trì lợi thế cạnh tranh trong bối cảnh thị trường có nhiều đối thủ và áp lực gia nhập mới ngày càng gia tăng.

Bên cạnh các đối thủ cạnh tranh hiện tại, Asia Cargo Express còn phải đối mặt với nguy cơ gia nhập thị trường của các đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn trong lĩnh vực vận chuyển quốc tế. Đây là những doanh nghiệp chưa trực tiếp cạnh tranh hoặc mới tham gia thị trường nhưng có khả năng tạo ra sức ép lớn trong tương lai. Rào cản gia nhập ngành vận chuyển quốc tế tương đối thấp, đặc biệt trong mảng giao nhận vận chuyển hàng hóa nhỏ lẻ và tiểu ngạch. Doanh nghiệp mới chỉ cần vốn đầu tư ban đầu không quá lớn, phương tiện vận tải cơ bản và mạng lưới đối tác là có thể tham gia thị trường. Điều này làm gia tăng nguy cơ xuất hiện thêm nhiều công ty nhỏ và đơn vị vận chuyển tự phát, trực tiếp cạnh tranh với Asia Cargo Express về giá và sự linh hoạt.

Các doanh nghiệp vận tải nội địa hoặc công ty thương mại có thể mở rộng hoạt động sang lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế. Với lợi thế sẵn có về khách hàng, phương tiện và mối quan hệ thị trường, các doanh nghiệp này có khả năng nhanh chóng thâm nhập thị trường và chiếm lĩnh một phần thị phần của Asia Cargo Express.

Sự phát triển của thương mại điện tử và công nghệ số tạo điều kiện cho các nền tảng công nghệ vận chuyển quốc tế tham gia sâu vào chuỗi cung ứng. Các nền tảng này có thể kết nối trực tiếp người gửi hàng với đơn vị vận chuyển, giảm vai trò trung gian của các doanh nghiệp vận chuyển truyền thống, từ đó hình thành áp lực cạnh tranh mới trong tương lai.

2.2.2.3 Nhà cung cấp

ST T	Nhà cung cấp	Loại hình cung cấp	Độ ổn định	Giá cả	Thời gian đáp ứng	Tần suất chuyển
1	Evergreen Marine	Vận tải đường biển (hãng tàu)	Cao – lịch tàu tương đối ổn định, ít hủy chuyến	Trung bình	Đúng lịch, ít trễ	Đều, nhiều chuyến/tháng
2	Ocean Network Express (ONE)	Vận tải đường biển (hãng tàu)	Khá cao – ít biến động lớn	Trung bình	Ổn định	Đều, mạnh tuyến Á – Mỹ – Âu
3	Cebu Pacific Air	Vận tải hàng không	Trung bình – khá	Thấp – cạnh tranh	Nhanh (nội Á)	Đều, nhiều chuyến/tháng
4	Bao bì Kim Phúc	Cung cấp bao bì đóng gói	Cao	Hợp lý	Nhanh	

Bảng 2.2.2.3: Nhà cung cấp của công ty ACE

Hệ thống nhà cung cấp mà Công ty TNHH Asia Cargo Express đang hợp tác được đánh giá có mức độ ổn định khá cao, góp phần quan trọng vào việc duy trì tiến độ và chất lượng dịch vụ logistics. Các hãng tàu lớn như Evergreen và Ocean Network Express (ONE) sở hữu mạng lưới vận tải rộng, lịch trình tàu tương đối ổn định và tần suất chuyển đều đặn, giúp doanh nghiệp chủ động trong công tác lập kế hoạch vận chuyển, hạn chế tình trạng chậm trễ và đảm bảo cam kết giao hàng với khách hàng.

Đối với vận tải hàng không, Cebu Pacific là đối tác phù hợp với phân khúc hàng tiểu ngạch và hàng nhỏ lẻ nhờ giá cước cạnh tranh, thời gian vận chuyển nhanh và khả năng đáp ứng linh hoạt. Tuy nhiên, do đặc thù của ngành hàng không, lịch bay của hãng vẫn có thể chịu tác động bởi yếu tố thời tiết, mùa cao điểm hoặc điều chỉnh khai thác, khiến độ ổn định chỉ ở mức trung bình khá so với vận tải đường biển.

Ngoài các đơn vị vận tải, nhà cung cấp bao bì Kim Phúc đóng vai trò hỗ trợ thiết yếu trong chuỗi dịch vụ logistics của công ty. Với khả năng cung ứng ổn định, thời gian đáp ứng nhanh và sự linh hoạt trong khâu đóng gói, Kim Phúc giúp đảm bảo an toàn hàng hóa, đặc biệt đối với hàng tiểu ngạch, qua đó giảm thiểu rủi ro hư hỏng trong quá trình vận chuyển.

Song song đó, Asia Cargo Express vẫn phải đối mặt với một số khó khăn như sự phụ thuộc vào lịch trình của hãng tàu và hãng bay, biến động giá cước vận tải quốc tế và các yếu tố khách quan từ thị trường. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp không chỉ duy trì mối quan hệ hợp tác bền vững với các nhà cung cấp hiện tại, mà còn cần đa dạng hóa đối tác và nâng cao tính linh hoạt trong điều phối vận chuyển nhằm đảm bảo hoạt động kinh doanh ổn định và hiệu quả trong dài hạn.

2.2.2.4 Khách hàng

Khách hàng của công ty Asia Cargo Express:

Nhóm khách hàng	Đặc điểm chính	Tần suất gửi hàng	Vai trò đối với công ty	Tỷ trọng doanh thu ước tính
Nhà buôn nhỏ và thương nhân cá nhân	Kinh doanh hàng tiêu dùng, thời trang, linh kiện nhỏ; lô hàng nhỏ – trung bình.	Cao, thường xuyên.	Khách hàng chiến lược chủ lực, nguồn doanh thu chính.	45% - 50%
Du học sinh	Gửi đồ cá nhân, quà tặng; nhu cầu toàn thời điểm.	Trung bình.	Khách hàng duy trì doanh thu, tạo sự ổn định.	35% - 40%
Hộ kinh doanh	Kinh doanh cá thể, hộ gia đình; ưu tiên chi phí thấp, thủ tục đơn giản.	Thấp, không thường xuyên.	Khách hàng hỗ trợ, tiềm năng dài hạn.	15% - 20%
Tổng cộng				100%

Bảng 2.2.2.4: Khách hàng của công ty ACE

Dựa trên tỷ trọng doanh thu và tần suất sử dụng dịch vụ, nhà buôn nhỏ và thương nhân cá nhân, đây là nhóm khách hàng chiến lược quan trọng nhất của công ty khi chiếm tỷ trọng doanh thu cao nhất, khoảng 45 – 50%, đồng thời có tần suất gửi hàng cao và liên tục. Nhu cầu của nhóm này chủ yếu là vận chuyển hàng hóa phục vụ hoạt động kinh doanh như hàng tiêu dùng, thời trang, linh kiện nhỏ với quy mô lô hàng nhỏ đến trung bình. Do đặc thù kinh doanh phụ thuộc nhiều vào thời gian giao hàng và chi phí vận chuyển, nhóm khách hàng này đặc biệt coi trọng độ tin cậy, tính ổn định và khả năng xử lý linh hoạt của đơn vị vận chuyển. Việc duy trì mối quan hệ lâu dài với nhóm khách hàng này không chỉ giúp công ty đảm bảo nguồn doanh thu chủ lực mà còn góp phần nâng cao uy tín thương hiệu thông qua sự giới thiệu và lan tỏa trong cộng đồng kinh doanh nhỏ lẻ.

Trong khi đó, nhóm khách hàng du học sinh tuy có tần suất gửi hàng ở mức trung bình nhưng lại chiếm tỷ trọng doanh thu lớn, khoảng 35–40%, và mang tính ổn định cao. Nhu cầu gửi hàng của du học sinh tập trung vào đồ dùng cá nhân, quà tặng và thực phẩm khô, phát sinh xuyên suốt cả năm, đặc biệt vào các thời điểm nhập học, nghỉ hè và dịp lễ, Tết. Nhóm khách hàng này thường nhạy cảm về giá nhưng có xu hướng trung thành với doanh nghiệp cung cấp dịch vụ uy tín, thủ tục đơn giản và hỗ trợ tận tình. Nhờ đó, du học sinh trở thành nhóm khách hàng quan trọng trong việc duy trì dòng doanh thu đều đặn, giúp công ty cân bằng rủi ro và giảm sự phụ thuộc vào một nhóm khách hàng duy nhất. Nhóm hộ kinh doanh tuy có tần suất gửi hàng thấp và tỷ trọng doanh thu nhỏ hơn (15–20%) nhưng vẫn là nhóm khách hàng bổ trợ quan trọng, có tiềm năng phát triển trong dài hạn nếu được khai thác và chăm sóc phù hợp.

2.2.3 Thực trạng dịch vụ khách hàng trong giao nhận vận chuyển quốc tế

Tại Công ty ACE, hoạt động dịch vụ khách hàng trong giao nhận vận chuyển quốc tế hiện được thực hiện chủ yếu bởi phòng kinh doanh phối hợp với phòng chứng từ xuất nhập khẩu và bộ phận vận hành. Hoạt động dịch vụ khách hàng được xem là một trong những yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp tạo ấn tượng tốt với khách hàng, nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường logistics.

Trong quá trình giao nhận vận chuyển quốc tế, khi khách hàng có nhu cầu vận chuyển hàng hóa, nhân viên kinh doanh sẽ là bộ phận trực tiếp tiếp nhận thông tin, tư

vấn phương thức vận chuyển, tuyến vận chuyển, thời gian giao hàng và báo giá dịch vụ. Sau khi khách hàng xác nhận sử dụng dịch vụ, bộ phận chứng từ và vận hành sẽ phối hợp thực hiện booking với hãng tàu hoặc hãng hàng không, chuẩn bị chứng từ xuất nhập khẩu, theo dõi tiến độ lô hàng và cập nhật thông tin cho khách hàng trong suốt quá trình vận chuyển.

Đối với các lô hàng xuất nhập khẩu, công ty thường xuyên hỗ trợ khách hàng trong việc kiểm tra chứng từ, xử lý các thủ tục hải quan và phối hợp với các đơn vị liên quan nhằm hạn chế tình trạng chậm trễ giao hàng. Trong trường hợp phát sinh sự cố như thay đổi lịch tàu, chậm chuyển, thiếu chứng từ hoặc phát sinh chi phí ngoài kế hoạch, nhân viên công ty sẽ trực tiếp liên hệ với khách hàng để thông báo tình hình và hỗ trợ xử lý kịp thời. Điều này góp phần giúp khách hàng chủ động hơn trong hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như nâng cao mức độ hài lòng đối với dịch vụ của công ty.

Hiện nay, công ty chủ yếu sử dụng điện thoại, email và Zalo để trao đổi và chăm sóc khách hàng. Việc lưu trữ và quản lý thông tin khách hàng vẫn thực hiện chủ yếu bằng file Excel nên khả năng đồng bộ dữ liệu còn hạn chế, chưa có sự liên kết giữa các phòng ban. Ngoài ra, do số lượng nhân sự còn ít nên vào thời điểm cao điểm, tốc độ phản hồi khách hàng đôi khi chưa thực sự nhanh, đặc biệt khi phát sinh nhiều lô hàng cùng lúc hoặc có sự cố liên quan đến lịch tàu và thủ tục hải quan.

Bên cạnh đó, hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế tại ACE có đặc điểm phụ thuộc nhiều vào tình hình xuất nhập khẩu, biến động giá cước vận tải quốc tế, lịch trình của hãng tàu và các quy định hải quan của từng quốc gia. Vì vậy, hoạt động dịch vụ khách hàng không chỉ dừng lại ở việc tư vấn và hỗ trợ vận chuyển mà còn đòi hỏi nhân viên phải thường xuyên theo dõi tiến độ lô hàng, cập nhật thông tin nhanh chóng và có khả năng xử lý tình huống linh hoạt nhằm đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

Trong giai đoạn 2023 – 2025, hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế luôn là lĩnh vực kinh doanh chủ lực của công ty và đóng góp tỷ trọng lớn trong tổng doanh thu cũng như lợi nhuận của doanh nghiệp. Doanh thu từ hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế chiếm khoảng 50% – 60% tổng doanh thu của công ty. Đồng thời, lợi nhuận từ hoạt động này cũng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng lợi nhuận do đây là dịch vụ cốt lõi và mang lại nguồn thu chủ yếu cho doanh nghiệp. Điều này cho thấy hoạt động dịch vụ khách hàng trong giao nhận vận chuyển quốc tế có vai trò quan trọng

trong việc duy trì khách hàng, nâng cao uy tín doanh nghiệp và góp phần ổn định doanh thu, lợi nhuận cho công ty.

Mặc dù thị trường logistics trong giai đoạn này còn chịu ảnh hưởng bởi biến động kinh tế và giá cước vận tải quốc tế, hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế của ACE vẫn duy trì xu hướng tăng trưởng tương đối ổn định. Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ vận chuyển quốc tế có xu hướng tăng qua các năm, đặc biệt là nhóm khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ có nhu cầu xuất nhập khẩu hàng hóa. .

2.3 Thực trạng quy trình dịch vụ khách hàng

➤ Quy trình thực tế tại công ty đang áp dụng

Quy trình dịch vụ khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế tại Công ty TNHH Asia Cargo Express được thực hiện thông qua sự phối hợp giữa các bộ phận như bộ phận kinh doanh, bộ phận chứng từ, bộ phận giao nhận và các đối tác vận chuyển. Quy trình này nhằm đảm bảo khách hàng được hỗ trợ từ giai đoạn tư vấn dịch vụ, báo giá, xử lý đơn hàng cho đến khi hàng hóa được giao thành công. Qua đó, quy trình tại công ty cũng chia ra thành các giai đoạn trước, trong và sau khi bán hàng.

2.3.1 Quy trình dịch vụ khách hàng trước bán hàng tại công ty

Bước	Công việc	Người thực hiện
1	Tiếp nhận yêu cầu tư vấn	Bộ phận kinh doanh
2	Tư vấn dịch vụ và báo giá	Bộ phận kinh doanh
3	Khách hàng xác nhận dịch vụ	Khách hàng
4	Kiểm tra thông tin	Bộ phận kinh doanh

Quy trình 4: Quy trình dịch vụ khách hàng trước bán hàng (Nguồn: Công ty TNHH ACE, 2025)

Bước 1: Tiếp nhận yêu cầu tư vấn từ khách hàng

Đây là bước đầu tiên trong quy trình dịch vụ khách hàng tại Công ty TNHH Asia Cargo Express, có vai trò quan trọng trong việc kết nối giữa khách hàng và doanh nghiệp. Ở bước này, khách hàng sẽ liên hệ với công ty để yêu cầu tư vấn về dịch vụ giao nhận vận chuyển quốc tế thông qua các kênh như email, zalo, website, mạng xã hội hoặc trực tiếp thông qua nhân viên kinh doanh.

Sau khi tiếp nhận yêu cầu, nhân viên kinh doanh sẽ chủ động trao đổi với khách nhằm thu thập các thông tin cần thiết liên quan đến lô hàng. Các thông tin bao gồm: tên hàng hóa, số lượng, trọng lượng, kích thước, hình thức đóng gói, địa điểm nhận hàng, địa điểm giao hàng, phương thức vận chuyển mong muốn (đường biển, đường hàng không, chuyển phát nhanh...), thời gian dự kiến vận chuyển và các yêu cầu đặc biệt khác của khách hàng nếu có.

Trong trường hợp khách hàng chưa nắm rõ về thủ tục hoặc phương thức vận chuyển phù hợp, nhân viên sẽ tiến hành tư vấn sơ bộ để giúp khách lựa chọn phương án tối ưu về thời gian, chi phí và tính an toàn của hàng hóa. Đồng thời, nhân viên cũng kiểm tra tính hợp lệ của thông tin khách hàng cung cấp nhằm hạn chế sai sót trong các bước xử lý tiếp theo.

Bộ phận thực hiện: Bộ phận kinh doanh

Lưu ý:

- Nhân viên cần xác nhận đầy đủ và chính xác thông tin lô hàng trước khi chuyển sang bước báo giá nhằm hạn chế sai sót trong quá trình vận chuyển.
- Trong quá trình trao đổi, nhân viên cần phản hồi nhanh chóng, thái độ chuyên nghiệp và tư vấn rõ ràng nhằm tạo thiện cảm và nâng cao trải nghiệm khách hàng.
- Các thông tin tiếp nhận từ khách hàng cần được lưu trữ đầy đủ để thuận tiện cho việc theo dõi, báo giá và xử lý các bước tiếp theo trong quy trình dịch vụ.
- Nhân viên cần chủ động trao đổi lại với khách hàng khi phát hiện thông tin chưa rõ ràng hoặc chưa thống nhất để tránh ảnh hưởng đến tiến độ giao nhận hàng hóa.

Bước 2: Tư vấn dịch vụ và báo giá

Sau khi tiếp nhận đầy đủ thông tin từ khách hàng, bộ phận kinh doanh sẽ tiến hành kiểm tra thông tin lô hàng và phối hợp với các bộ phận liên quan hoặc các đối tác vận chuyển để xây dựng phương án vận chuyển phù hợp. Nhân viên sẽ căn cứ vào

loại hàng hóa, tuyến vận chuyển, thời gian giao hàng và yêu cầu của khách để lựa chọn hình thức vận chuyển tối ưu nhằm đảm bảo cân đối giữa chi phí và thời gian.

Nhân viên kinh doanh tiến hành tính toán chi phí vận chuyển bao gồm cước vận tải quốc tế, phụ phí, phí hải quan và các chi phí phát sinh khác nếu có. Sau khi hoàn tất, bảng báo giá sẽ được gửi đến khách hàng thông qua các phương thức liên lạc phù hợp.

Trong quá trình này, nếu khách hàng có yêu cầu điều chỉnh về giá, thời gian hoặc phương thức vận chuyển, nhân viên sẽ tiếp tục trao đổi và cập nhật phương án phù hợp trước khi khách xác nhận sử dụng dịch vụ.

Bộ phận thực hiện: Bộ phận kinh doanh

Mẫu biểu, chứng từ liên quan:

- Bảng báo giá dịch vụ

AIR				
VIỆT NAM-MALAYSIA				
Trọng lượng	MY - AIR -HK (Bia, Thịt Heo)	MY - AIR Priority	MY - AIR Economy	MY-PHÁT HẸN GIỜ
01 -02 kg	169,000	149,000	139,000	169,000
> 03-10 kg	87,000	73,000	66,000	87,000
> 10-20 kg	87,000	73,000	66,000	87,000
> 20-30 kg	87,000	73,000	66,000	87,000
> 31-45kg	87,000	73,000	66,000	87,000
> 46-70 kg	87,000	73,000	66,000	87,000
> 71-100kg	87,000	73,000	66,000	87,000
> 100 - 200kg	87,000	73,000	66,000	87,000
> 200 - 300kg	87,000	73,000	66,000	87,000
> 300 - 500kg	87,000	73,000	66,000	87,000
>500 - 1000kg	87,000	73,000	66,000	87,000

SEA				
Khối	1 - 2.9 Khối	3 - 4.9 Khối	5 - 9.9 khối	>10 khối
USD	170.00	165.00	160.00	145.00

Đối với hàng thực phẩm và mỹ phẩm phụ thu 25usd/khối.

Nguyên Container	20'DC	40'DC
USD	5,170	7,920

Hình 2.3.1: Bảng giá cước giao nhận vận chuyển

• Giá phụ thu chung

LƯU Ý BÊN DƯỚI CHỈ LÀ DANH SÁCH CÁC MẶT HÀNG MÀ THƯỜNG XUYỀN PHỤ THU ACE CẤP NHẬP, ĐỐI VỚI MỘT SỐ MẶT HÀNG GIÁ TRỊ CAO SẼ BỊ PHỤ THU THEO CASE BY CASE, ACE SẼ TƯ VẤN NẾU CÓ PHÁT SINH TRONG QUÁ TRÌNH LÀM THỦ TỤC HẢI QUAN XUẤT NHẬP					
+ Lưu ý những mặt hàng bên dưới là ACE đã liệt kê ra gần như chỉ tiết các mặt hàng bị phụ thu cho quý khách hàng nắm. Lưu ý ACE không cam kết chính xác và đầy đủ 100% các mặt hàng ở đây. Đối với các mặt hàng khác có giá trị cao nếu bị phụ thu sẽ phản hiện trường làm thủ tục xuất					
1. Phụ Ti - Tiền quan, và An Ninh Đường bay - AIR					
STT	MẶT HÀNG PHỤ THU	PHỤ THU AN NINH	PHỤ THU HẢI QUAN	NOTE	
C1	C2	C3	C4	C5	
1	Đem miếng tay	300.000 - 700.000 VNĐ/Kiện		Từ 1 - 22 kg phụ thu 500.000VNĐ, từ 22-30 kg phụ thu 700.000VNĐ	
2	Pha làm thiết bị	300.000 - 700.000 VNĐ/Kiện		Từ 1 - 5 kg phụ thu 500.000VNĐ, từ 5 tới 22 kg phụ thu 500.000VNĐ, từ 22-30 kg phụ thu 700.000VNĐ	
3	Pha làm thiết bị	1.000.000 - 2.000.000 VNĐ/Kiện			
4	Loa hành thương	500.000 VNĐ/Kiện	500.000 VNĐ CÁI	Lưu ý nếu vận hàng nào > 1 loa thì hải quan sẽ phụ thu thêm từ 200-500.000VNĐ (Cái loa tùy loại loa khác nhau)	
5	Loa hành thương	1.000.000 - 2.000.000 VNĐ/Cái	500.000 VNĐ CÁI	Lưu ý nếu vận hàng nào > 1 loa thì hải quan sẽ phụ thu thêm từ 200-500.000VNĐ (Cái loa tùy loại loa khác nhau)	
6	Loa nhỏ có ống bên tay	300.000 VNĐ/Kiện		Lưu ý nếu vận hàng nào > 1 loa thì hải quan sẽ phụ thu thêm từ 200-500.000VNĐ (Cái loa tùy loại loa khác nhau)	
7	Loa nhỏ có giá trị cao và có pin	1.000.000 VNĐ/Cái		Lưu ý nếu vận hàng nào > 1 loa thì hải quan sẽ phụ thu thêm từ 200-500.000VNĐ (Cái loa tùy loại loa khác nhau)	
8	Nước hoa	300.000 - 700.000 VNĐ/Kiện	50.000VNĐ/CHAI	Từ 1 - 5 kg phụ thu 300.000VNĐ, từ 5-22 kg phụ thu 500.000VNĐ, từ 22-30 kg phụ thu 700.000VNĐ	
9	Hàng lỏng nên nút	500.000 VNĐ/Kiện		BÌNH GAS, MÁY CỎ BÌNH GAS KHÔNG NHẬN	
10	Hàng chất lỏng	300.000 VNĐ/Kiện			
11	Dầu Gạo, Chai Gạo (Nước Mắm, Nước Ngọt...)	300.000 VNĐ/Kiện	30.000VNĐ/Kg		
12	Cây Gạo		17.000VNĐ/Kg		
13	Cây xanh		30.000VNĐ/Kg		
14	Gỗ Thùng		30.000VNĐ/Kg		
15	Bìa da		30.000VNĐ/Kg		
16	Bìa phong thư, đi quỳ (Thạch Anh...)		300.000VNĐ/Kg		
17	Pha thương hiệu (QUÂN, ADO)		30.000 VNĐ/Kg	Lưu ý phụ thu sẽ ngất hàng không tách ra các: AUS, EU, UK, CANADA	
18	Pha rui, mặt kính, chất lỏng (gỗ kiến) thương hiệu		50.000 VNĐ/Cái		
19	Pha phụ kiện thương hiệu		50.000 VNĐ/Bộ		
20	Túi, ví, giày da và vớ		100.000 VNĐ/Cái		
21	Đồng hồ thương		50.000 VNĐ/Cái		
22	Đồng hồ Fala		100.000 VNĐ/Cái		
23	Hộp đồng hồ điện, hộp thương hiệu		50.000 VNĐ/hộp		
24	Nhang, Trâm, hạt trâm, các sản phẩm và trâm (không chấp trâm trâm)		100.000 - 300.000 VNĐ/Kg		
25	HÀCH, BẢO, TẬP CHÍ, THIẾP, CATALOGUE		20.000 VNĐ/Kg	Hàng Tồn Giỏ: 30.000VNĐ/Kg	
26	Hàng vận: Nhựa Hoa Nhựa Tươi Bã Rau		150.000 VNĐ/Kg	Tồn Giỏ 1 Bồn chỉ được vận tối đa 700 sản phẩm và các sản phẩm từ Tồn Giỏ để bán chỉ với số: Phụ thu 150.000VNĐ/1 Bồn	

Hình 2.3.2: Bảng giá phụ thu chung của công ty ACE

• Thông tin lịch tàu / lịch bay

LỊCH BI HÀNG ACE								
	NOTE	THỨ 2	THỨ 3	THỨ 4	THỨ 5	THỨ 6	THỨ 7	NGƯỜI PHỤ TRÁCH
CHUYẾN TUYẾN TAIWAN	NHẬN FOOD nhân mức đầy đủ 6KG/KIEN CẤM rải cả các sp hải sản, thủy sản (bao gồm cả hàng khô và không khô) Tối đa 20KG/Kiện Người nhận đăng kí EZWAY		9H00(bay hôm sau)		9H00(bay hôm sau)		9H00(bay hôm sau)	TRẦN MY
CHUYẾN TUYẾN MALAYSIA	HỌ MALAY ĐĂNG TÀNG CƯỜNG KIỂM TRA THUỐC TÁY và TPCN vẫn có thể gửi đi nhưng sẽ có rủi ro bị kiểm tra và bị hủy hàng theo		11H30(bay tối cùng ngày)	1H30(bay tối cùng ngày)	11H30(bay tối cùng ngày)	11H30(bay tối cùng ngày)	11H30(bay tối cùng ngày)	THANH THỦY
CHUYẾN TUYẾN SINGAPORE		14H(bay hôm sau)		14H(bay hôm sau)		14H(bay hôm sau)		THANH THỦY
CHUYẾN TUYẾN THAILAND	1/3000đự kiến 7-10 ngày làm việc	14H(bay hôm sau)		14H(bay hôm sau)		14H(bay hôm sau)		THANH THỦY
CHUYẾN TUYẾN CHINA	DDU/5000	14H(bay hôm sau)	14H(bay hôm sau)	14H(bay hôm sau)	14H(bay hôm sau)	14H(bay hôm sau)	14H(bay hôm sau)	THANH THỦY
	USTT - PRIORITY		10H(bay Thứ 5)	10H(bay Thứ 6)	10H(bay Thứ 7)	10H, 13H(bay CN, Thứ 2)		YẾN KHOA

Hình 2.3.3: Lịch bay của công ty ACE

LỊCH SEA CÁC TUYẾN				
		CUT OFF	ETD	NGƯỜI PHỤ TRÁCH
	SEA MALAYSIA			TRẦN MY
	SEA US	THỨ 2 HÀNG TUẦN		HẢI YẾN
	SEA USDL	12h 4/5		HẢI YẾN
	SEA AUS	12h 19/5 delay từ 12H 5/5		HẢI YẾN
	SEA PHILIPPINE	11h 15/5		HẢI YẾN
	SEA EU	11H 28/04		TRÚC LY
	SEA UK	11H 28/04		TRÚC LY

Hình 2.3.4: Lịch tàu của công ty ACE

Lưu ý

- Cần cập nhật thường xuyên giá cước từ hãng tàu, hãng hàng không và các đối tác vận chuyển do giá cước quốc tế có thể thay đổi theo thời điểm.
- Khi gửi báo giá cho khách hàng, cần nêu rõ thời hạn hiệu lực của báo giá nhằm tránh phát sinh tranh chấp nếu giá cước thay đổi.
- Các khoản phụ phí như phí THC, phí hải quan, phí lưu kho hoặc các chi phí phát sinh khác cần được thông báo rõ ràng cho khách hàng để tăng tính minh bạch.
- Nhân viên cần tư vấn phương án vận chuyển phù hợp với nhu cầu của khách hàng về thời gian, chi phí và tính an toàn của hàng hóa thay vì chỉ tập trung vào yếu tố giá thấp.

Bước 3: Khách hàng xác nhận sử dụng dịch vụ

Sau khi khách hàng xem xét báo giá và cảm thấy phù hợp với nhu cầu vận chuyển, khách hàng sẽ tiến hành xác nhận sử dụng dịch vụ với công ty. Việc xác nhận này thể hiện rằng khách hàng đã đồng ý với các nội dung mà công ty tư vấn trước đó như mức giá vận chuyển, tuyến vận chuyển, thời gian giao hàng dự kiến, phương thức vận chuyển và các điều kiện liên quan khác.

Thông thường, khách hàng sẽ gửi xác nhận thông qua email, Zalo, điện thoại hoặc các nền tảng liên lạc mà hai bên đang sử dụng trong quá trình trao đổi công việc. Đối với khách hàng doanh nghiệp đã hợp tác lâu dài, việc xác nhận có thể được thực hiện nhanh chóng thông qua tin nhắn hoặc cuộc gọi trực tiếp với nhân viên kinh doanh. Trong khi đó, đối với khách hàng mới hoặc các lô hàng có giá trị lớn, khách hàng thường xác nhận bằng email hoặc văn bản để thuận tiện cho việc lưu trữ và đối chiếu sau này.

Bộ phận thực hiện: Khách hàng

Lưu ý

- Các thông tin xác nhận từ khách hàng cần được lưu trữ đầy đủ nhằm hạn chế tranh chấp hoặc nhầm lẫn trong quá trình thực hiện dịch vụ.
- Trong trường hợp khách hàng xác nhận qua điện thoại hoặc tin nhắn, nhân viên cần ghi chú lại nội dung trao đổi để đảm bảo thông tin được thống nhất giữa hai bên.

Bước 4: Kiểm tra thông tin

Sau khi khách hàng xác nhận sử dụng dịch vụ, nhân viên kinh doanh sẽ tiến hành kiểm tra lại toàn bộ thông tin liên quan đến lô hàng và thông tin người nhận trước khi

chuyển sang bước xử lý chứng từ và đặt chỗ vận chuyển. Đây là bước quan trọng nhằm đảm bảo tính chính xác và thống nhất của dữ liệu trong quá trình thực hiện dịch vụ giao nhận vận chuyển quốc tế.

Ở bước này, nhân viên sẽ rà soát lại các thông tin mà khách hàng đã cung cấp như tên hàng hóa, số lượng, trọng lượng, kích thước, quy cách đóng gói, địa điểm nhận hàng, địa điểm giao hàng, thông tin người gửi, thông tin người nhận, điều kiện giao hàng và thời gian vận chuyển dự kiến. Đồng thời, nhân viên cũng kiểm tra lại phương thức vận chuyển mà khách hàng lựa chọn nhằm đảm bảo phù hợp với đặc điểm của lô hàng và yêu cầu vận chuyển thực tế.

Đối với những mặt hàng đặc biệt như hàng nguy hiểm, hàng dễ vỡ hoặc hàng yêu cầu điều kiện bảo quản riêng, nhân viên sẽ kiểm tra thêm các yêu cầu liên quan đến quy định vận chuyển của hãng tàu, hãng hàng không hoặc quốc gia nhập khẩu để hạn chế rủi ro phát sinh trong quá trình vận chuyển.

Sau khi hoàn tất việc kiểm tra và xác nhận tính chính xác của thông tin, bộ phận kinh doanh sẽ chuyển đầy đủ dữ liệu lô hàng cho bộ phận chứng từ để tiến hành đặt booking với hãng tàu, hãng hàng không hoặc các đối tác vận tải phù hợp với lịch trình vận chuyển của khách hàng.

Bộ phận thực hiện: Bộ phận kinh doanh

Lưu ý

- Nhân viên cần kiểm tra kỹ và đối chiếu toàn bộ thông tin lô hàng trước khi chuyển sang bước đặt booking nhằm hạn chế sai sót trong quá trình vận chuyển.
- Đối với các thông tin quan trọng như tên hàng, trọng lượng, địa điểm giao nhận và thời gian vận chuyển, cần xác nhận lại với khách hàng nếu phát hiện có sự chưa thống nhất.
- Các mặt hàng đặc biệt như hàng nguy hiểm, hàng dễ vỡ hoặc hàng cần bảo quản riêng phải được kiểm tra kỹ về điều kiện vận chuyển và quy định của hãng tàu, hãng hàng không hoặc quốc gia nhập khẩu.
- Nhân viên cần cập nhật kịp thời các thay đổi từ phía khách hàng để tránh ảnh hưởng đến tiến độ xử lý chứng từ và đặt chỗ vận chuyển.
- Thông tin lô hàng sau khi kiểm tra cần được lưu trữ đầy đủ và chuyển chính xác cho các bộ phận liên quan nhằm đảm bảo quá trình phối hợp công việc được thực hiện đồng bộ.

Trong trường hợp số lượng đơn hàng lớn, nhân viên cần rà soát dữ liệu cẩn thận để hạn chế thiếu sót hoặc nhầm lẫn thông tin.

2.3.2 Quy trình dịch vụ khách hàng trong bán hàng tại công ty

5	Xử lý đơn hàng	Bộ phận giao nhận
6	Gửi thông tin lô hàng cho bộ phận chứng từ	Bộ phận kinh doanh -> Bộ phận chứng từ
7	Nhận chứng từ từ bộ phận chứng từ	Bộ phận chứng từ -> Bộ phận kinh doanh
8	Gửi các chứng từ liên quan và mã tracking cho khách	Bộ phận kinh doanh -> Khách hàng
9	Xử lý các vấn đề phát sinh	Bộ phận kinh doanh, Chứng từ và Giao nhận

Quy trình 5: Quy trình dịch vụ khách hàng trong bán hàng (Nguồn: Công ty TNHH ACE, 2025)

Bước 5: Xử lý đơn hàng

Sau khi khách hàng xác nhận sử dụng dịch vụ, khách hàng sẽ gửi kiện hàng đến kho gần nhất của công ty. Bộ phận giao nhận sẽ tiếp nhận kiện hàng và tiến hành kiểm tra. Nhân viên giao nhận sẽ kiểm tra số lượng kiện hàng, trọng lượng hàng hóa, kích thước, tình trạng đóng gói.

Đối với những lô hàng chưa được đóng gói đúng quy cách, bộ phận giao nhận sẽ hỗ trợ hoặc hướng dẫn khách hàng đóng kiện hàng phù hợp với yêu cầu vận chuyển quốc tế. Tùy theo đặc điểm hàng hóa, nhân viên sẽ tiến hành đóng thùng carton, đóng pallet, quấn màng PE hoặc gia cố kiện hàng nhằm đảm bảo an toàn trong quá trình bốc xếp và vận chuyển. Đối với hàng dễ vỡ hoặc hàng có giá trị cao, nhân viên sẽ kiểm tra kỹ hơn về quy cách đóng gói để hạn chế hư hỏng trong quá trình vận chuyển.

Tiếp theo, bộ phận giao nhận cũng tiến hành cân hàng, đo kích thước thực tế để xác định trọng lượng tính cước và kiểm tra xem hàng hóa có thuộc nhóm hàng đặc biệt hay không như hàng nguy hiểm, hàng dễ cháy nổ hoặc hàng cần bảo quản riêng.

Bước xử lý đơn hàng có vai trò quan trọng vì giúp đảm bảo hàng hóa được chuẩn bị đúng quy cách trước khi vận chuyển, đồng thời hạn chế các rủi ro liên quan đến sai lệch thông tin, thiếu sót chứng từ hoặc phát sinh chi phí trong quá trình giao nhận vận chuyển quốc tế.

Bộ phận thực hiện: Bộ phận giao nhận

Mẫu biểu, chứng từ liên quan:



Hình 2.3.5: Quy cách đóng gói

Lưu ý

- Hàng hóa cần được đóng gói đúng quy cách phù hợp với từng loại hình vận chuyển nhằm hạn chế hư hỏng trong quá trình bốc xếp và vận chuyển quốc tế.
- Đối với hàng dễ vỡ, hàng giá trị cao hoặc hàng cần điều kiện bảo quản riêng, nhân viên cần kiểm tra kỹ quy cách đóng gói và dán nhãn cảnh báo phù hợp.
- Việc cân hàng và đo kích thước cần được thực hiện chính xác để xác định đúng trọng lượng tính cước và tránh phát sinh chênh lệch chi phí sau này.
- Nhân viên cần kiểm tra xem hàng hóa có thuộc nhóm hàng đặc biệt hoặc hàng bị hạn chế vận chuyển hay không để kịp thời tư vấn và xử lý theo đúng quy định.

Bước 6: Gửi thông tin lô hàng cho bộ phận chứng từ

Sau khi hoàn tất việc kiểm tra, xử lý đơn hàng và xác nhận thông tin lô hàng với khách hàng, bộ phận kinh doanh sẽ tiến hành tổng hợp toàn bộ dữ liệu liên quan và chuyển giao cho bộ phận chứng từ để thực hiện các nghiệp vụ tiếp theo trong quy trình giao nhận vận chuyển quốc tế. Đây là bước có vai trò quan trọng trong việc đảm

bảo sự liên kết và phối hợp giữa bộ phận kinh doanh với bộ phận nghiệp vụ nhằm triển khai dịch vụ đúng tiến độ và hạn chế các sai sót phát sinh.

Thông tin được chuyển giao bao gồm các nội dung liên quan đến lô hàng như tên hàng hóa, số lượng, trọng lượng, kích thước, hình thức đóng gói, điều kiện giao hàng, địa điểm nhận hàng, địa điểm giao hàng, thông tin người gửi và người nhận hàng. Bên cạnh đó, bộ phận kinh doanh cũng sẽ chuyển các yêu cầu cụ thể của khách hàng như thời gian vận chuyển mong muốn, phương thức vận chuyển, yêu cầu về lịch trình, lưu ý về bảo quản hàng hóa hoặc các yêu cầu đặc biệt khác nếu có.

Sau khi tiếp nhận thông tin, bộ phận chứng từ sẽ tiến hành kiểm tra lại toàn bộ dữ liệu và chuẩn bị các chứng từ cần thiết phục vụ cho quá trình vận chuyển và thông quan hàng hóa.

Bước này được xem là bước chuyển giao thông tin nội bộ quan trọng trong quy trình dịch vụ khách hàng, đóng vai trò là cầu nối giữa bộ phận kinh doanh và bộ phận chứng từ. Nếu thông tin được chuyển giao đầy đủ, rõ ràng và chính xác sẽ giúp bộ phận chứng từ xử lý hồ sơ nhanh chóng, hạn chế sai sót và đảm bảo tiến độ vận chuyển. Ngược lại, nếu thông tin bị thiếu hoặc sai lệch sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình lập chứng từ, đặt booking và thực hiện vận chuyển quốc tế.

Bộ phận thực hiện: Bộ phận kinh doanh phối hợp chuyển giao thông tin cho bộ phận chứng từ.

Lưu ý

- Bộ phận kinh doanh cần kiểm tra kỹ toàn bộ thông tin lô hàng trước khi chuyển giao cho bộ phận chứng từ nhằm hạn chế sai sót trong quá trình lập hồ sơ vận chuyển.
- Các thông tin quan trọng như tên hàng, số lượng, trọng lượng, thông tin người gửi và người nhận cần được đối chiếu chính xác.
- Những yêu cầu đặc biệt của khách hàng liên quan đến thời gian vận chuyển, bảo quản hàng hóa hoặc lịch trình giao nhận cần được ghi chú rõ ràng khi bàn giao thông tin.
- Việc chuyển giao dữ liệu giữa các bộ phận cần thực hiện đầy đủ và đúng thời gian để tránh ảnh hưởng đến tiến độ đặt booking và xử lý chứng từ.

Bước 7: Nhận chứng từ từ bộ phận chứng từ

Sau khi bộ phận chứng từ hoàn tất việc lập và xử lý hồ sơ cho lô hàng, các chứng từ liên quan sẽ được chuyển lại cho bộ phận kinh doanh để tiến hành kiểm tra lần

cuối trước khi gửi cho khách hàng hoặc các bên liên quan. Đây là bước quan trọng nhằm đảm bảo toàn bộ thông tin trên chứng từ chính xác, đầy đủ và phù hợp với yêu cầu vận chuyển cũng như thông tin mà khách hàng đã xác nhận trước đó.

Các chứng từ được chuyển giao thường bao gồm booking, vận đơn đường biển đối với hàng vận chuyển bằng đường biển hoặc vận đơn hàng không đối với hàng vận chuyển bằng đường hàng không, hóa đơn thương mại, phiếu đóng gói, thông tin hành trình vận chuyển và các chứng từ khác liên quan đến lô hàng tùy theo từng trường hợp cụ thể.

Sau khi tiếp nhận bộ chứng từ, nhân viên kinh doanh sẽ tiến hành rà soát và đối chiếu lại toàn bộ thông tin trên chứng từ với booking, thông tin xác nhận của khách hàng và các thông tin đã được chuyển giao trước đó. Các nội dung được kiểm tra bao gồm tên người gửi, người nhận, tên hàng hóa, số lượng, trọng lượng, cảng đi, cảng đến, điều kiện giao hàng và các thông tin liên quan khác. Trong trường hợp phát hiện sai sót hoặc thiếu thông tin, bộ phận kinh doanh sẽ phối hợp với bộ phận chứng từ để chỉnh sửa và cập nhật lại trước khi gửi cho khách hàng.

Ngoài việc kiểm tra tính chính xác của chứng từ, nhân viên phụ trách cũng theo dõi tiến độ hoàn thành hồ sơ nhằm đảm bảo chứng từ được gửi đúng thời gian, tránh ảnh hưởng đến quá trình thông quan hoặc giao nhận hàng hóa của khách hàng.

Bộ phận thực hiện: Bộ phận chứng từ → Bộ phận kinh doanh.

Mẫu biểu, chứng từ liên quan:

- Vận đơn đường biển hoặc vận đơn hàng không (phụ lục 1)
- Hóa đơn thương mại

NON-COMMERCIAL INVOICE

SHIPPER: ASIA CARGO EXPRESS CO.,LTD
24 YEN THE ST, TAN SON HOA WARD,
HO CHI MINH CITY, VIETNAM.

Invoice's Number: ACE070326KUL
Date: 7-Mar-26

CNEE: SMYS GLOBAL TRANSPORT
NO 55 JALAN TEKOMA KS6 BANDAR BOTANIC
41200 KLANG SELANGOR MALAYSIA

PKG: 15
GW (KG): 648

DELIVERY TERMS: FOB INCOTERMS 2020

Full Description of Goods	Quantity	Unit	VALUE (USD)	Total Value (USD)
WOMEN'S T-SHIRT, SIZE M	520	PCE	0.20	104
WOMEN'S T-SHIRT, SIZE L	455	PCE	0.20	91
TOTAL				195.00

NON COMMERCIAL INVOICE

Designation of Authorised Signatory

Name/ Stamp of Company/ firm
Signature

Hình 2.3.6: Hóa đơn thương mại

- Phiếu đóng gói

PACKING LIST

SHIPPER: ASIA CARGO EXPRESS CO.,LTD
24 YEN THE STREET, TAN SON HOA WARD,
HO CHI MINH CITY, VIETNAM.

CNEE: SMYS GLOBAL TRANSPORT
NO 55 JALAN TEKOMA KS6 BANDAR BOTANIC
41200 KLANG SELANGOR MALAYSIA

DESCRIPTION OF GOODS	BOXES	DIMENSIONS (cm)	GROSS WEIGHT (Kg)
WOMEN'S T-SHIRT, SIZE M	8	76x48x46	345
WOMEN'S T-SHIRT, SIZE L	7	54x48x46	303
TOTAL	15		648.0

Designation of Authorised Signatory

Name/ Stamp of Company/ firm
Signature

Hình 2.3.7: Phiếu đóng gói

- Tờ khai hải quan (phụ lục 2)

Lưu ý

- Bộ phận chứng từ cần kiểm tra kỹ nội dung trên các chứng từ trước khi chuyển cho bộ phận kinh doanh nhằm hạn chế sai sót trong quá trình rà soát và gửi khách hàng.
- Nhân viên kinh doanh cần đối chiếu đầy đủ thông tin trên chứng từ với booking và thông tin khách hàng đã xác nhận trước đó để đảm bảo tính chính xác và thống nhất.
- Các thông tin quan trọng như tên người gửi, người nhận, tên hàng hóa, trọng lượng, số lượng, cảng đi và cảng đến cần được kiểm tra cẩn thận vì sai sót có thể ảnh hưởng đến quá trình thông quan và giao nhận hàng hóa.
- Trong trường hợp phát hiện sai lệch hoặc thiếu thông tin, cần phối hợp xử lý và chỉnh sửa ngay với bộ phận chứng từ trước khi gửi cho khách hàng hoặc đối tác vận chuyển.

Bước 8: Gửi các chứng từ liên quan và mã tracking cho khách

Sau khi bộ phận kinh doanh hoàn tất việc kiểm tra và xác nhận tính chính xác của bộ chứng từ, nhân viên sẽ tiến hành gửi các chứng từ vận chuyển cùng với mã tracking của lô hàng cho khách hàng. Đây là bước quan trọng trong quy trình dịch vụ khách

hàng vì giúp khách hàng nắm được tình trạng vận chuyển của lô hàng và chủ động theo dõi tiến độ giao nhận trong suốt quá trình vận chuyển quốc tế.

Các chứng từ được gửi cho khách hàng thường bao gồm vận đơn đường biển đối với hàng vận chuyển bằng đường biển hoặc vận đơn hàng không đối với hàng vận chuyển bằng đường hàng không. Ngoài ra, tùy theo từng lô hàng và yêu cầu của khách hàng, công ty có thể gửi kèm các chứng từ khác như hóa đơn thương mại, phiếu đóng gói hoặc thông tin hành trình vận chuyển.

Việc gửi chứng từ và thông tin tracking thường được thực hiện thông qua email hoặc các nền tảng liên lạc trực tuyến như Zalo hoặc các ứng dụng làm việc nội bộ nhằm đảm bảo khách hàng có thể tiếp cận thông tin nhanh chóng và thuận tiện. Trong email gửi khách hàng, nhân viên sẽ đính kèm đầy đủ chứng từ và cung cấp mã tracking hoặc đường dẫn tra cứu để khách hàng dễ dàng theo dõi tình trạng lô hàng.

Sau khi gửi chứng từ, bộ phận kinh doanh tiếp tục theo dõi tình trạng vận chuyển của lô hàng trên hệ thống tracking của hãng tàu, hãng hàng không hoặc đối tác vận tải. Trong trường hợp có thay đổi về lịch trình vận chuyển như chậm tàu, đổi chuyến bay hoặc phát sinh sự cố, nhân viên sẽ chủ động cập nhật thông tin cho khách hàng nhằm đảm bảo khách hàng nắm bắt được tình hình vận chuyển thực tế.

Ngoài ra, đối với những khách hàng chưa quen với việc sử dụng hệ thống tracking, nhân viên sẽ hỗ trợ hướng dẫn cách tra cứu thông tin và giải thích các trạng thái vận chuyển hiển thị trên hệ thống. Điều này góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng và giúp khách hàng cảm thấy yên tâm hơn trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Bộ phận thực hiện: Bộ phận kinh doanh -> Khách hàng

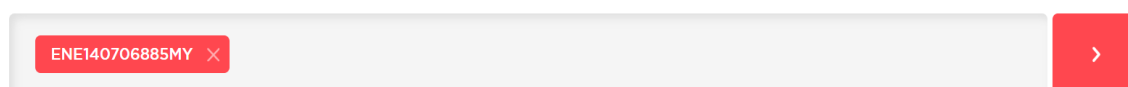
Chứng từ liên quan:

- Vận đơn tương tự như bước 7 (Phụ lục 1)
- Mã tracking lô hàng

Theo dõi đơn hàng của bạn

Tất cả các bưu kiện của bạn đều được theo dõi trong thời gian thực.

Luôn cập nhật thông tin với công cụ Theo dõi và Định vị Bưu kiện của Pos Malaysia. Dễ dàng theo dõi các lô hàng bưu kiện của bạn trên khắp Malaysia và quốc tế. Nhận thông tin cập nhật giao hàng theo thời gian thực cho mọi mặt hàng, từ thư từ nội địa đến theo dõi quốc tế các gói hàng và tài liệu ở nước ngoài.



Hình 1.3.8: Mã tracking đơn hàng

Lưu ý

- Nhân viên cần hướng dẫn rõ cách sử dụng mã tracking hoặc đường dẫn tra cứu để khách hàng dễ dàng theo dõi tình trạng vận chuyển.
- Đối với những khách hàng chưa quen với hệ thống tracking, nhân viên cần hỗ trợ giải thích các trạng thái vận chuyển nhằm tránh hiểu nhầm về tình trạng lô hàng.
- Bộ phận kinh doanh cần thường xuyên theo dõi hệ thống tracking để kịp thời cập nhật cho khách hàng khi có thay đổi về lịch tàu, lịch bay hoặc các sự cố phát sinh trong quá trình vận chuyển.

Bước 9: Xử lý các vấn đề phát sinh

Trong quá trình giao nhận vận chuyển quốc tế, các vấn đề phát sinh là điều khó tránh khỏi do hoạt động logistics chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khác nhau như lịch tàu, lịch bay, điều kiện thời tiết, thủ tục hải quan, quy định xuất nhập khẩu của từng quốc gia hoặc các sai sót liên quan đến chứng từ vận chuyển. Vì vậy, bước xử lý các vấn đề phát sinh đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong quy trình dịch vụ khách hàng tại Công ty TNHH Asia Cargo Express.

Khi xảy ra sự cố hoặc phát sinh vấn đề liên quan đến lô hàng, bộ phận kinh doanh sẽ là bộ phận đầu tiên tiếp nhận thông tin từ khách hàng, hãng tàu, hãng hàng không hoặc các bộ phận nội bộ khác trong công ty. Sau khi tiếp nhận thông tin, nhân viên phụ trách sẽ nhanh chóng kiểm tra tình trạng thực tế của lô hàng, xác định nguyên nhân phát sinh và mức độ ảnh hưởng của sự cố đối với quá trình vận chuyển.

Các vấn đề phát sinh thường gặp trong hoạt động vận chuyển quốc tế có thể bao gồm chậm lịch tàu hoặc chuyến bay, thiếu hoặc sai chứng từ, hàng hóa bị giữ tại hải quan, thất lạc hàng hóa, hư hỏng hàng hóa, phát sinh phụ phí hoặc thay đổi lịch trình vận chuyển. Tùy theo từng trường hợp cụ thể, bộ phận kinh doanh sẽ phối hợp với bộ phận giao nhận, bộ phận chứng từ, hãng tàu, hãng hàng không hoặc cơ quan hải quan để đưa ra phương án xử lý phù hợp.

Trong quá trình xử lý sự cố, nhân viên sẽ thường xuyên cập nhật tình hình cho khách hàng thông qua email, zalo hoặc các nền tảng liên lạc trực tuyến nhằm giúp khách hàng nắm được tiến độ xử lý và hạn chế tâm lý lo lắng. Đối với các trường hợp phát sinh liên quan đến bồi thường hàng hóa hoặc khiếu nại dịch vụ, công ty sẽ hướng dẫn khách hàng chuẩn bị hồ sơ liên quan và phối hợp xử lý theo quy định của hãng vận chuyển hoặc các bên liên quan.

Ngoài việc xử lý sự cố, bộ phận kinh doanh cũng tiến hành ghi nhận lại các vấn đề phát sinh trong quá trình vận chuyển nhằm phục vụ cho việc đánh giá nguyên nhân, rút kinh nghiệm và cải thiện chất lượng dịch vụ trong tương lai. Đây cũng là cơ sở giúp công ty nâng cao khả năng kiểm soát rủi ro và hoàn thiện quy trình chăm sóc khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế.

Bộ phận thực hiện: Bộ phận kinh doanh phối hợp với bộ phận chứng từ và giao nhận
Mẫu biểu, chứng từ liên quan:

- Chính sách giải quyết khiếu nại khi sự cố xảy ra (phụ lục 3)

Lưu ý

- Khi tiếp nhận thông tin về sự cố hoặc vấn đề phát sinh, nhân viên cần nhanh chóng xác minh tình trạng thực tế của lô hàng để có hướng xử lý kịp thời.
- Bộ phận kinh doanh cần chủ động phối hợp với bộ phận giao nhận, bộ phận chứng từ và các bên liên quan nhằm hạn chế ảnh hưởng đến tiến độ vận chuyển của khách hàng.
- Trong quá trình xử lý sự cố, nhân viên cần cập nhật thông tin thường xuyên và rõ ràng cho khách hàng để tránh gây tâm lý lo lắng hoặc hiểu nhầm.
- Đối với các vấn đề liên quan đến chứng từ, hải quan hoặc thay đổi lịch trình vận chuyển, cần kiểm tra kỹ nguyên nhân trước khi đưa ra phương án xử lý nhằm hạn chế phát sinh thêm chi phí.
- Các trường hợp hàng hóa hư hỏng, thất lạc hoặc phát sinh khiếu nại cần được lập biên bản và lưu trữ đầy đủ hồ sơ để phục vụ cho quá trình xử lý bồi thường nếu có.
- Nhân viên cần giữ thái độ chuyên nghiệp, bình tĩnh và hỗ trợ khách hàng trong suốt quá trình xử lý sự cố nhằm duy trì sự tin tưởng và hình ảnh của doanh nghiệp.

2.3.3 Quy trình dịch vụ khách hàng sau bán hàng tại công ty

10		Bộ phận kinh doanh -> Khách hàng
----	---	----------------------------------

Quy trình 6: Quy trình dịch vụ khách hàng sau bán hàng (Nguồn: Công ty TNHH ACE, 2025)

Bước 10: Hoàn tất dịch vụ

Sau khi hàng hóa được vận chuyển đến địa điểm nhận theo đúng thỏa thuận giữa công ty và khách hàng, bộ phận kinh doanh sẽ tiến hành xác nhận lại tình trạng giao hàng với khách hàng nhằm đảm bảo lô hàng đã được giao đầy đủ, đúng thời gian và không phát sinh vấn đề trong quá trình nhận hàng. Đây là bước cuối cùng trong quy trình dịch vụ khách hàng của Công ty TNHH Asia Cargo Express, đồng thời đánh dấu việc hoàn tất quá trình giao nhận vận chuyển quốc tế đối với một lô hàng.

Ở bước này, nhân viên phụ trách sẽ liên hệ với khách hàng thông qua email, điện thoại hoặc các nền tảng liên lạc trực tuyến để xác nhận việc giao hàng thành công. Đồng thời, nhân viên cũng ghi nhận các phản hồi của khách hàng liên quan đến chất lượng dịch vụ, thời gian vận chuyển, thái độ phục vụ của nhân viên cũng như các vấn đề phát sinh trong quá trình thực hiện dịch vụ nếu có.

Bộ phận thực hiện: Bộ phận kinh doanh

Mẫu biểu liên quan:

- Thông tin xác nhận hoàn tất dịch vụ

ENE140706885MY

 Sao chép liên kết theo dõi

Trạng thái:

ĐÃ GIAO HÀNG

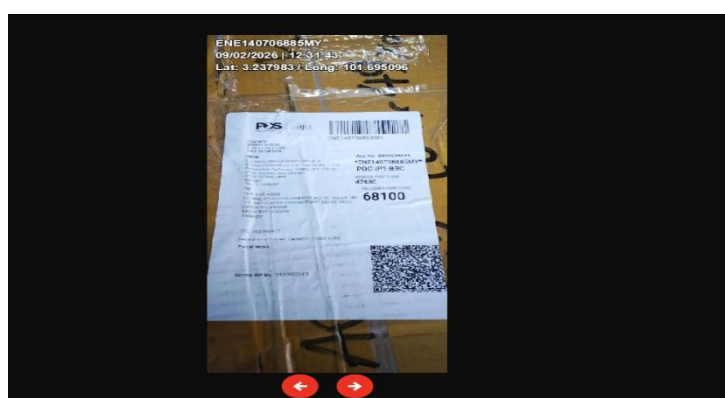
(Cập nhật ngày Thứ Hai, 09 tháng 02 năm 2026)

Bằng chứng giao hàng

SUBANG JAYA, SELANGOR

ĐỘNG BATU, SELANGOR

Hình 2.3.9: Thông tin xác nhận hoàn tất dịch vụ



Hình 2.3.10: Bằng chứng đã giao hàng

Lưu ý

- Nhân viên cần chủ động liên hệ với khách hàng ngay sau khi hàng hóa được giao để xác nhận tình trạng nhận hàng và mức độ hoàn thành dịch vụ.

2.4 Đánh giá

2.4.1 Ưu nhược điểm của quy trình

Ưu điểm

(1) Quy trình dịch vụ khách hàng được xây dựng tương đối đầy đủ trước và trong quá trình bán hàng

Quy trình cung cấp dịch vụ khách hàng tại công ty TNHH Asia Cargo Express nhìn chung đã được xây dựng với các bước cơ bản từ tiếp nhận yêu cầu của khách hàng, tư vấn dịch vụ, báo giá, theo dõi lô hàng cho đến khi hoàn tất giao nhận. Việc phân chia các bước trong quy trình được sắp xếp hợp lý, phản ánh đúng quy trình xử lý một lô hàng trong thực tế, qua đó giúp đảm bảo sự liên kết chặt chẽ giữa các khâu và hạn chế tình trạng gián đoạn trong quá trình cung cấp dịch vụ và giúp nhân viên dễ dàng thực hiện công việc và đảm bảo quá trình phục vụ khách hàng diễn ra tương đối thuận lợi.

(2) Sự phân công công việc giữa các bộ phận tương đối rõ ràng

Sự phân công công việc giữa các bộ phận tương đối rõ ràng và phù hợp với chuyên môn. Bộ phận kinh doanh đóng vai trò đầu mối trong việc tiếp nhận, xử lý và truyền đạt thông tin từ khách hàng, trong khi các bộ phận như chứng từ và giao nhận đảm nhiệm các nghiệp vụ chuyên sâu liên quan đến hồ sơ và tổ chức vận chuyển. Sự phân chia này góp phần nâng cao hiệu quả xử lý công việc, đồng thời hạn chế sai sót trong quá trình thực hiện.

(3) Quy trình có tính linh hoạt, phù hợp với đặc thù ngành logistics quốc tế

Quy trình của công ty ACE có tính linh hoạt cao, phù hợp khi chịu ảnh hưởng lớn từ các yếu tố bên ngoài như lịch tàu, chuyến bay, thủ tục hải quan và các rủi ro phát sinh trong quá trình vận chuyển. Nhân viên có thể chủ động điều chỉnh phương án xử lý theo từng tình huống xảy ra, giúp đảm bảo tiến độ giao hàng và duy trì chất lượng dịch vụ.

Nhược điểm

Bên cạnh những ưu điểm đạt được, quy trình chăm sóc khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế tại công ty TNHH Asia Cargo Express vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định cần được xem xét và hoàn thiện.

(1) Công ty chưa chú tâm đến chăm sóc khách hàng trong quy trình dịch vụ khách hàng sau bán hàng

Mặc dù Công ty TNHH Asia Cargo Express đã xây dựng được quy trình dịch vụ khách hàng tương đối đầy đủ trong giai đoạn trước và trong khi cung cấp dịch vụ, tuy nhiên quy trình hiện tại vẫn chưa hình thành được một chu trình dịch vụ khách hàng hoàn chỉnh. Các hoạt động dịch vụ khách hàng chủ yếu tập trung vào việc tư vấn, báo giá, theo dõi lô hàng và xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình vận chuyển, trong khi giai đoạn sau khi hoàn tất dịch vụ vẫn chưa được doanh nghiệp chú trọng đúng mức.

Sau khi giao hàng thành công, công ty chủ yếu dừng lại ở việc xác nhận hoàn tất lô hàng mà chưa triển khai hiệu quả các hoạt động chăm sóc khách hàng sau dịch vụ như khảo sát mức độ hài lòng, thu thập ý kiến phản hồi, duy trì liên hệ hoặc xây dựng chính sách khách hàng thân thiết. Điều này khiến doanh nghiệp khó nắm bắt được đánh giá thực tế của khách hàng về chất lượng dịch vụ đã cung cấp.

Bên cạnh đó, việc thiếu các hoạt động chăm sóc sau dịch vụ cũng làm giảm khả năng duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng. Trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế, khách hàng thường có nhu cầu sử dụng dịch vụ lặp lại nhiều lần. Vì vậy, nếu doanh nghiệp không chủ động duy trì kết nối và chăm sóc khách hàng sau giao hàng, khách hàng rất dễ chuyển sang sử dụng dịch vụ của các doanh nghiệp khác có chính sách dịch vụ khách hàng tốt hơn.

Việc không thu thập và phân tích phản hồi từ khách hàng cũng khiến doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc đánh giá chất lượng dịch vụ và xác định các hạn chế còn tồn tại trong quy trình hiện tại. Điều này làm hạn chế khả năng cải thiện chất lượng dịch vụ cũng như nâng cao trải nghiệm khách hàng trong dài hạn.

(2) Chất lượng nguồn nhân lực và kỹ năng nghiệp vụ chưa đồng đều

Một trong những hạn chế đáng chú ý trong quy trình dịch vụ khách hàng tại Công ty TNHH Asia Cargo Express là chất lượng nguồn nhân lực và năng lực thực hiện quy trình của nhân viên vẫn chưa thực sự đồng đều. Hiện nay, nhiều công đoạn trong quá trình cung cấp dịch vụ như tiếp nhận thông tin khách hàng, kiểm tra chứng từ,

theo dõi lô hàng, cập nhật tiến độ vận chuyển và xử lý các vấn đề phát sinh vẫn phụ thuộc chủ yếu vào kinh nghiệm thực tế và kỹ năng cá nhân của từng nhân viên. Trong khi đó, công ty chưa xây dựng được hệ thống hướng dẫn nghiệp vụ và tiêu chuẩn thực hiện công việc cụ thể cho từng khâu trong quy trình dịch vụ khách hàng.

Do chưa có sự hỗ trợ mạnh mẽ từ các hệ thống công nghệ quản lý nên phần lớn công việc vẫn được xử lý thủ công. Điều này làm gia tăng áp lực cho nhân viên, đặc biệt trong những thời điểm khối lượng công việc tăng cao hoặc phát sinh các tình huống phức tạp liên quan đến chứng từ và vận chuyển quốc tế. Khi nhân viên thiếu kinh nghiệm hoặc chưa có kỹ năng xử lý tình huống tốt, nguy cơ xảy ra sai sót, chậm trễ hoặc thiếu sót thông tin là điều khó tránh khỏi.

Ngoài ra, khả năng kiểm soát rủi ro trong quá trình cung cấp dịch vụ vẫn còn hạn chế do việc xử lý sự cố chủ yếu dựa vào kinh nghiệm cá nhân thay vì thực hiện theo quy trình chuẩn hóa. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến hiệu quả vận hành mà còn tác động trực tiếp đến chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của khách hàng.

Hiện tại, công ty chưa có quy trình đào tạo nghiệp vụ và hướng dẫn thực hiện công việc một cách bài bản và thường xuyên cho nhân viên. Điều này dẫn đến sự khác biệt trong cách xử lý công việc giữa các cá nhân, ảnh hưởng đến tính thống nhất và hiệu quả của toàn bộ quy trình dịch vụ khách hàng.

(3) Ứng dụng công nghệ và lưu trữ hồ sơ trong quy trình dịch vụ khách hàng còn hạn chế

Công tác quản lý, truyền đạt thông tin và ứng dụng công nghệ thông tin vẫn chưa thực sự hiệu quả. Hiện nay, việc trao đổi thông tin giữa các bộ phận như Sale, chứng từ và giao nhận chủ yếu vẫn được thực hiện thông qua email, zalo hoặc các phương thức thủ công, dẫn đến tình trạng cập nhật thông tin chưa đồng bộ và thiếu tính liên kết giữa các bộ phận.

Trong một số trường hợp, thông tin lô hàng hoặc yêu cầu của khách hàng chưa được truyền đạt đầy đủ hoặc kịp thời, làm gia tăng nguy cơ sai sót trong quá trình xử lý chứng từ, theo dõi lô hàng và cập nhật tiến độ vận chuyển cho khách hàng. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến hiệu quả xử lý công việc nội bộ mà còn tác động trực tiếp đến chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của khách hàng.

Doanh nghiệp hiện chưa xây dựng được hệ thống quản lý dữ liệu khách hàng tập trung hoặc phần mềm hỗ trợ quản lý quy trình dịch vụ khách hàng một cách đồng bộ.

Việc lưu trữ, truy xuất và cập nhật thông tin vẫn còn phân tán, gây khó khăn trong quá trình quản lý hồ sơ và theo dõi lịch sử giao dịch của khách hàng. Trong bối cảnh ngành logistics đang đẩy mạnh chuyển đổi số, hạn chế trong việc ứng dụng công nghệ thông tin khiến doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc nâng cao hiệu quả vận hành và cải thiện chất lượng dịch vụ khách hàng.

2.4.2 Nguyên nhân

Nhân tố tác động khách quan

Các hạn chế trong quy trình dịch vụ khách hàng tại công ty TNHH Asia Cargo Express chịu ảnh hưởng đáng kể từ các yếu tố môi trường bên ngoài, đặc biệt là các yếu tố vĩ mô trong lĩnh vực vận chuyển quốc tế.

(1) Sự phụ thuộc vào các bên liên quan trong hoạt động vận chuyển quốc tế

Các bên liên quan trong hoạt động vận chuyển quốc tế ảnh hưởng đến quy trình dịch vụ khách hàng tại Công ty TNHH Asia Cargo Express như sự phụ thuộc lớn vào các bên liên quan trong chuỗi vận chuyển quốc tế như hãng tàu, hãng hàng không, cơ quan hải quan và các đối tác nước ngoài. Đây đều là những đơn vị nằm ngoài khả năng kiểm soát trực tiếp của doanh nghiệp.

Trong thực tế, lịch tàu hoặc chuyến bay có thể thay đổi đột xuất, thời gian thông quan kéo dài hoặc phát sinh các vấn đề liên quan đến chứng từ từ phía đối tác. Những yếu tố này làm ảnh hưởng đến tiến độ xử lý lô hàng, gây khó khăn cho công ty trong việc cập nhật thông tin chính xác và kịp thời cho khách hàng. Vì vậy, quy trình dịch vụ khách hàng khó có thể chuẩn hóa hoàn toàn và doanh nghiệp buộc phải duy trì tính linh hoạt trong quá trình xử lý tình huống phát sinh.

(2) Sự biến động của thị trường vận chuyển quốc tế

Thị trường vận chuyển quốc tế thường xuyên có nhiều biến động như thay đổi giá cước vận chuyển, tình trạng thiếu container, tắc nghẽn cảng biển hoặc thay đổi chính sách thương mại giữa các quốc gia. Những yếu tố này tác động trực tiếp đến hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế của doanh nghiệp.

Sự biến động liên tục của thị trường khiến công ty gặp khó khăn trong việc duy trì mức giá ổn định cũng như cung cấp thông tin chính xác về lịch trình vận chuyển cho khách hàng. Trong nhiều trường hợp, báo giá dịch vụ phải điều chỉnh liên tục theo biến động thị trường, dễ làm khách hàng cảm thấy thiếu ổn định hoặc phát sinh thắc mắc liên quan đến chi phí vận chuyển.

(3) Ảnh hưởng của tình hình chính trị và xung đột quốc tế và biến động giá nhiên liệu

Tình hình bất ổn chính trị và các cuộc xung đột quân sự tại một số khu vực trên thế giới cũng là nguyên nhân khách quan ảnh hưởng đến quy trình dịch vụ khách hàng của doanh nghiệp. Các cuộc chiến tranh hoặc căng thẳng địa chính trị có thể làm gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu, ảnh hưởng đến hoạt động vận chuyển hàng hóa quốc tế.

Trong một số trường hợp, các tuyến vận chuyển đến khu vực xảy ra xung đột bị hạn chế hoặc ngừng khai thác, khiến doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc duy trì lịch trình vận chuyển ổn định. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng cam kết thời gian giao hàng và chất lượng phục vụ khách hàng của công ty.

Ảnh hưởng của tình hình chính trị, giá nhiên liệu đặc biệt là giá xăng dầu, thường xuyên biến động. Khi giá nhiên liệu tăng cao, các hãng tàu và hãng hàng không thường điều chỉnh thêm các loại phụ phí vận chuyển, làm cho chi phí logistics quốc tế tăng lên đáng kể.

Điều này khiến công ty khó duy trì mức giá dịch vụ ổn định trong thời gian dài. Việc báo giá phải thay đổi liên tục theo biến động thị trường không chỉ ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp mà còn dễ phát sinh khiếu nại hoặc thắc mắc từ phía khách hàng liên quan đến chi phí vận chuyển.

Nhân tố chủ quan từ doanh nghiệp

Bên cạnh các yếu tố khách quan, những hạn chế trong quy trình dịch vụ khách hàng tại công ty TNHH Asia Cargo Express còn xuất phát chủ yếu từ các nguyên nhân nội tại của doanh nghiệp, có thể phân thành ba nhóm chính: yếu tố quy trình, con người và công cụ quản lý.

(1) Công ty chưa chú tâm đến dịch vụ khách hàng sau bán hàng

Một trong những nguyên nhân dẫn đến việc quy trình dịch vụ khách hàng tại Công ty TNHH Asia Cargo Express chưa hoàn chỉnh là do doanh nghiệp hiện vẫn tập trung chủ yếu vào hoạt động xử lý vận chuyển và hoàn thành lô hàng mà chưa thực sự chú trọng đến giai đoạn sau dịch vụ. Công ty chưa xem hoạt động dịch vụ khách hàng sau giao hàng là một phần quan trọng trong việc duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Doanh nghiệp chưa xây dựng được kế hoạch và quy trình cụ thể cho các hoạt động sau dịch vụ như khảo sát mức độ hài lòng, thu thập phản hồi hay chăm sóc khách hàng thân thiết. Việc thiếu định hướng rõ ràng trong công tác duy trì quan hệ khách hàng khiến hoạt động dịch vụ khách hàng sau giao hàng chưa được triển khai đồng bộ và hiệu quả.

Ngoài ra, công ty hiện chưa phân bổ nguồn lực phù hợp cho hoạt động chăm sóc khách hàng sau dịch vụ. Bộ phận Sale – Chăm sóc khách hàng chủ yếu tập trung xử lý các lô hàng đang thực hiện nên chưa có nhiều thời gian để theo dõi và chăm sóc khách hàng sau khi hoàn tất dịch vụ.

(2) Nguyên nhân của hạn chế về chất lượng nguồn nhân lực và kỹ năng nghiệp vụ

Nguyên nhân chủ yếu dẫn đến sự chưa đồng đều về chất lượng nguồn nhân lực là do công ty chưa xây dựng được chương trình đào tạo nghiệp vụ và kỹ năng dịch vụ khách hàng một cách bài bản và thường xuyên cho nhân viên. Phần lớn nhân viên hiện nay chủ yếu học hỏi thông qua kinh nghiệm thực tế trong quá trình làm việc, dẫn đến sự khác biệt về trình độ chuyên môn và kỹ năng xử lý công việc giữa các cá nhân. Doanh nghiệp chưa xây dựng đầy đủ các quy trình hướng dẫn công việc và tiêu chuẩn nghiệp vụ cụ thể cho từng vị trí. Điều này khiến việc thực hiện công việc còn phụ thuộc nhiều vào kinh nghiệm cá nhân và khả năng tự xử lý của từng nhân viên.

Ngoài ra, công ty vẫn chưa chú trọng đầu tư đầy đủ vào công tác phát triển nguồn nhân lực như đào tạo kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống, kỹ năng nghiệp vụ logistics và khả năng sử dụng công nghệ trong công việc. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả thực hiện quy trình dịch vụ khách hàng và khả năng xử lý các tình huống phát sinh trong thực tế.

(3) Nguyên nhân của hạn chế trong ứng dụng công nghệ và lưu trữ hồ sơ trong quy trình dịch vụ khách hàng

Nguyên nhân chủ quan của hạn chế này xuất phát từ việc công ty chưa thực sự chú trọng đầu tư vào hệ thống công nghệ thông tin phục vụ quản lý và vận hành quy trình dịch vụ khách hàng. Hiện nay, doanh nghiệp vẫn ưu tiên xử lý công việc theo phương thức thủ công thông qua email, file Excel và các nền tảng liên lạc đơn giản thay vì xây dựng hệ thống quản lý dữ liệu tập trung và đồng bộ.

Công ty vẫn chưa có chiến lược chuyển đổi số rõ ràng trong hoạt động quản lý khách hàng và quản lý quy trình dịch vụ. Việc chưa ứng dụng các phần mềm quản lý khách hàng (CRM), phần mềm quản lý chứng từ hoặc hệ thống theo dõi lô hàng khiến quá trình lưu trữ, truy xuất và cập nhật thông tin còn nhiều hạn chế.

Doanh nghiệp cũng chưa chú trọng đào tạo nhân viên về kỹ năng sử dụng công nghệ và các phần mềm quản lý trong công việc. Điều này làm giảm hiệu quả ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động nội bộ và ảnh hưởng đến khả năng nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng trong bối cảnh ngành logistics đang ngày càng đẩy mạnh chuyển đổi số.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Trong chương 2, khóa luận đã tiến hành phân tích và đánh giá thực trạng quy trình dịch vụ khách hàng tại Công ty TNHH Asia Cargo Express thông qua việc tìm hiểu tình hình hoạt động kinh doanh, cơ cấu tổ chức, cung cấp dịch vụ và công tác chăm sóc khách hàng của công ty trong giai đoạn gần đây.

Qua quá trình phân tích cho thấy, công ty đã từng bước xây dựng được quy trình dịch vụ khách hàng tương đối phù hợp với đặc thù hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế. Đội ngũ nhân viên có tinh thần trách nhiệm, hỗ trợ khách hàng trong quá trình tư vấn, xử lý chứng từ và theo dõi lô hàng.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, công tác dịch vụ khách hàng của Công ty TNHH Asia Cargo Express vẫn còn tồn tại một số hạn chế như quy trình dịch vụ khách hàng chưa được chuẩn hóa đầy đủ, việc ứng dụng công nghệ và phần mềm quản lý khách hàng còn hạn chế, nhân sự còn mỏng dẫn đến khối lượng công việc chưa được phân bổ hợp lý, đồng thời hoạt động sau dịch vụ vẫn chưa được chú trọng nhiều. Những hạn chế này phần nào ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ cũng như mức độ hài lòng của khách hàng.

Từ những phân tích trên có thể thấy rằng, việc hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng là yêu cầu cần thiết nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng khả năng cạnh tranh và xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng trong bối cảnh thị trường vận chuyển quốc tế ngày càng cạnh tranh gay gắt. Đây cũng chính là cơ sở để đề xuất các giải pháp hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng tại Công ty TNHH Asia Cargo Express trong chương 3 của khóa luận.

CHƯƠNG 3: HOÀN THIỆN QUY TRÌNH DỊCH VỤ KHÁCH HÀNG TRONG HOẠT ĐỘNG GIAO NHẬN VẬN CHUYỂN QUỐC TẾ TẠI CÔNG TY TNHH ASIA CARGO EXPRESS

3.1 Cơ sở giải pháp hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng

3.1.1 Nghiên cứu và dự báo môi trường kinh doanh

Môi trường vĩ mô

Trong những năm tới, môi trường kinh doanh của Công ty TNHH Asia Cargo Express được dự báo sẽ chịu tác động từ nhiều yếu tố thuộc môi trường chính trị, kinh tế, xã hội, công nghệ và môi trường pháp lý.

Về môi trường chính trị, Việt Nam được đánh giá tiếp tục duy trì sự ổn định chính trị và đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế thông qua các hiệp định thương mại tự do như EVFTA, CPTPP và RCEP. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động xuất nhập khẩu phát triển, kéo theo nhu cầu vận chuyển quốc tế ngày càng gia tăng. Bên cạnh đó, Nhà nước cũng được kỳ vọng tiếp tục đầu tư vào cơ sở hạ tầng logistics, cảng biển, sân bay và đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, giúp doanh nghiệp nâng cao hiệu quả hoạt động. Tuy nhiên, các bất ổn chính trị và xung đột quốc tế vẫn có thể ảnh hưởng đến chuỗi cung ứng và hoạt động vận tải quốc tế.

Môi trường kinh tế, nền kinh tế Việt Nam được dự báo tiếp tục tăng trưởng ổn định nhờ hoạt động xuất nhập khẩu, thu hút đầu tư nước ngoài và sự phát triển mạnh của thương mại điện tử. Nhu cầu vận chuyển quốc tế, giao nhận hàng hóa và dịch vụ logistics sẽ tiếp tục tăng, đặc biệt ở nhóm khách hàng cá nhân và kinh doanh online. Tuy nhiên, doanh nghiệp vẫn phải đối mặt với các rủi ro như biến động giá nhiên liệu, tỷ giá ngoại tệ và chi phí vận tải quốc tế ngày càng tăng.

Môi trường xã hội, sự gia tăng của tầng lớp trung lưu, tốc độ đô thị hóa và xu hướng mua sắm trực tuyến sẽ làm tăng nhu cầu gửi hàng quốc tế, đặc biệt tại các thị trường như Hàn Quốc, Malaysia, Hoa Kỳ và Châu Âu. Nhóm khách hàng là du học sinh, người lao động và người Việt Nam ở nước ngoài cũng tiếp tục là phân khúc tiềm năng đối với ACE.

Môi trường công nghệ, chuyển đổi số sẽ trở thành xu hướng tất yếu trong ngành vận chuyển quốc tế. Các doanh nghiệp logistics sẽ ngày càng ứng dụng phần mềm quản lý khách hàng, hệ thống tracking, AI, chatbot và chứng từ điện tử nhằm nâng

cao tốc độ xử lý và chất lượng dịch vụ. Đây vừa là cơ hội vừa là áp lực đối với ACE trong việc đầu tư công nghệ và hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng.

Môi trường pháp lý, hệ thống pháp luật liên quan đến xuất nhập khẩu, hải quan và logistics được dự báo tiếp tục hoàn thiện theo hướng minh bạch và hiện đại hơn. Việc mở rộng hải quan điện tử và cơ chế một cửa quốc gia sẽ hỗ trợ doanh nghiệp rút ngắn thời gian xử lý thủ tục. Tuy nhiên, các quy định quốc tế về kiểm dịch, môi trường và tiêu chuẩn hàng hóa sẽ ngày càng chặt chẽ hơn, đòi hỏi doanh nghiệp phải liên tục cập nhật và thích ứng.

Môi trường ngành

Môi trường ngành vận chuyển quốc tế tại Việt Nam được dự báo sẽ tiếp tục phát triển mạnh mẽ nhờ tốc độ tăng trưởng của hoạt động xuất nhập khẩu, thương mại điện tử xuyên biên giới và sự mở rộng của chuỗi cung ứng toàn cầu. Việt Nam ngày càng khẳng định vai trò là trung tâm sản xuất và trung chuyển hàng hóa quan trọng trong khu vực, kéo theo nhu cầu về dịch vụ giao nhận và vận chuyển quốc tế ngày càng gia tăng.

Xu hướng nổi bật của ngành trong thời gian tới là sự phát triển mạnh của thương mại điện tử và logistics xuyên biên giới. Hoạt động mua bán trực tuyến quốc tế ngày càng phổ biến khiến nhu cầu vận chuyển hàng lẻ, hàng nhỏ gọn, chuyển phát nhanh và giao hàng door-to-door tăng nhanh. Đặc biệt, nhóm khách hàng cá nhân, hộ kinh doanh online và doanh nghiệp nhỏ sẽ là phân khúc tăng trưởng mạnh trong tương lai.

Ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số trong vận chuyển quốc tế sẽ ngày càng mạnh mẽ hơn. Các doanh nghiệp trong ngành đang từng bước ứng dụng AI, IoT, phần mềm quản lý đơn hàng, hệ thống tracking online và tự động hóa chứng từ để tối ưu quy trình vận hành và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Trong vài năm tới, khách hàng sẽ có xu hướng ưu tiên lựa chọn những doanh nghiệp có khả năng cung cấp thông tin minh bạch, cập nhật lộ trình nhanh chóng và xử lý yêu cầu tự động, chính xác hơn.

Logistics xanh và phát triển bền vững sẽ trở thành xu hướng tất yếu của ngành. Trong bối cảnh biến đổi khí hậu và yêu cầu cắt giảm phát thải carbon ngày càng cao, các doanh nghiệp vận chuyển quốc tế sẽ phải tối ưu hóa tuyến đường, giảm phương tiện chạy rỗng, sử dụng bao bì thân thiện môi trường và hướng đến các giải pháp vận

tải xanh hơn. Nhiều đối tác quốc tế, đặc biệt tại Liên minh Châu Âu và Hoa Kỳ, cũng ngày càng quan tâm đến tiêu chí môi trường khi lựa chọn đối tác.

Tuy nhiên, cùng với cơ hội là mức độ cạnh tranh trong ngành ngày càng gay gắt. Trong tương lai, các doanh nghiệp vận chuyển quốc tế lớn trong và ngoài nước sẽ tiếp tục mở rộng thị phần tại Việt Nam. Những doanh nghiệp có tiềm lực tài chính mạnh, công nghệ hiện đại và mạng lưới rộng sẽ tạo áp lực lớn lên các doanh nghiệp vừa và nhỏ như ACE. Cạnh tranh không chỉ ở giá cước mà còn ở tốc độ giao hàng, độ chính xác, khả năng xử lý sự cố và chất lượng chăm sóc khách hàng.

Chi phí vận tải vẫn có khả năng biến động mạnh trong thời gian tới. Giá nhiên liệu, cước tàu biển, cước hàng không, phụ phí cảng và các khoản phụ phí quốc tế có thể thay đổi theo tình hình kinh tế và địa chính trị thế giới. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến giá dịch vụ và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Môi trường ngành vận chuyển quốc tế sẽ phát triển theo hướng hiện đại hơn, cạnh tranh hơn và yêu cầu chất lượng dịch vụ cao hơn.

3.1.2 Định hướng và mục tiêu phát triển của công ty Asia Cargo Express

Định hướng chiến lược

Trong bối cảnh ngành logistics và giao nhận vận tải quốc tế ngày càng phát triển mạnh mẽ cùng với xu hướng toàn cầu hóa thương mại, Công ty TNHH Asia Cargo Express định hướng trở thành một trong những đơn vị logistics uy tín và có năng lực cạnh tranh hàng đầu khu vực Châu Á. Với phương châm lấy chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng làm nền tảng phát triển, công ty hướng đến xây dựng hình ảnh doanh nghiệp logistics chuyên nghiệp, hiện đại và có khả năng cung cấp các giải pháp vận chuyển nhanh chóng, an toàn và tối ưu chi phí cho khách hàng trong và ngoài nước.

Trong giai đoạn 5 năm tới, Asia Cargo Express định hướng không chỉ tập trung nâng cao năng lực vận hành mà còn từng bước trở thành đối tác đồng hành đáng tin cậy của các doanh nghiệp xuất nhập khẩu Việt Nam. Công ty mong muốn đóng vai trò là “người dẫn lối” trên những hành trình vận chuyển quốc tế phức tạp, góp phần hỗ trợ hàng hóa Việt Nam mở rộng thị trường và nâng cao vị thế trên thị trường quốc tế.

Công ty định hướng mở rộng thị trường và đa dạng hóa dịch vụ logistics trong thời gian tới. Doanh nghiệp sẽ tăng cường hợp tác với các hãng tàu, hãng hàng không

và đối tác vận chuyển quốc tế nhằm mở rộng mạng lưới hoạt động, đồng thời phát triển thêm các dịch vụ hỗ trợ như khai báo hải quan, vận chuyển nội địa, lưu kho và tư vấn chứng từ xuất nhập khẩu. Việc đa dạng hóa dịch vụ sẽ giúp công ty nâng cao khả năng cạnh tranh và đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

Mục tiêu doanh thu và lợi nhuận

Về định hướng doanh thu và lợi nhuận, Asia Cargo Express đặt mục tiêu duy trì tốc độ tăng trưởng doanh thu ổn định từ 10% đến 15% mỗi năm trong giai đoạn 2026 – 2030. Công ty kỳ vọng doanh thu sẽ từng bước phục hồi và tăng trưởng bền vững nhờ mở rộng tệp khách hàng, nâng cao chất lượng dịch vụ và phát triển thêm nhiều tuyến vận chuyển quốc tế mới.

Song song với mục tiêu tăng trưởng doanh thu, doanh nghiệp cũng định hướng cải thiện hiệu quả lợi nhuận thông qua kiểm soát chi phí vận hành, hạn chế rủi ro phát sinh và tối ưu hóa quy trình làm việc. Công ty đặt mục tiêu nâng cao lợi nhuận sau thuế qua từng năm, đảm bảo duy trì khả năng tài chính ổn định và tạo nguồn lực cho các hoạt động đầu tư, mở rộng trong tương lai.

Với định hướng phát triển trên, Công ty TNHH Asia Cargo Express kỳ vọng sẽ từng bước nâng cao vị thế trên thị trường logistics, xây dựng thương hiệu uy tín trong khu vực Châu Á và trở thành cầu nối góp phần đưa hàng hóa Việt Nam vươn xa trên thị trường quốc tế.

3.1.3 Định hướng phát triển hoạt động dịch vụ khách hàng trong giao nhận vận chuyển quốc tế của công ty Asia Cargo Express

Định hướng chiến lược

Trong 5 năm tới, Công ty TNHH Asia Cargo Express (ACE) định hướng phát triển dịch vụ khách hàng theo chiến lược lấy khách hàng làm trung tâm, xem chất lượng phục vụ là yếu tố cốt lõi để nâng cao năng lực cạnh tranh và xây dựng thương hiệu bền vững trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế. Trong bối cảnh thị trường logistics ngày càng cạnh tranh gay gắt và nhu cầu của khách hàng ngày càng cao, công ty xác định dịch vụ khách hàng không chỉ là hoạt động hỗ trợ mà còn là yếu tố tạo nên giá trị khác biệt cho doanh nghiệp.

Công ty kỳ vọng việc nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế sẽ góp phần gia tăng số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ thường xuyên, mở rộng tệp khách hàng mới và nâng cao uy tín thương hiệu trên

thị trường. Trong giai đoạn 2026–2030, Asia Cargo Express đặt mục tiêu duy trì tốc độ tăng trưởng doanh thu tăng 10% mỗi năm, đồng thời nâng cao lợi nhuận thông qua việc tối ưu hóa quy trình phục vụ khách hàng, hạn chế sai sót và giảm chi phí phát sinh trong hoạt động vận chuyển quốc tế.

3.2 Giải pháp hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng tại công ty TNHH Asia Cargo Express

(1) Hoàn thiện hoạt động chăm sóc khách hàng sau bán hàng

Để khắc phục tình trạng quy trình dịch vụ khách hàng chưa hoàn chỉnh và chưa chú trọng đến giai đoạn sau dịch vụ, Công ty TNHH Asia Cargo Express cần xây dựng và triển khai đầy đủ các hoạt động dịch vụ khách hàng sau khi hoàn tất giao hàng. Đây là giai đoạn có vai trò quan trọng nhưng hiện nay vẫn chưa được doanh nghiệp quan tâm đúng mức. Trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế, việc duy trì liên hệ với khách hàng sau khi hoàn thành dịch vụ không chỉ giúp doanh nghiệp đánh giá chất lượng dịch vụ mà còn góp phần tạo dựng mối quan hệ lâu dài, nâng cao sự hài lòng và gia tăng khả năng khách hàng tiếp tục sử dụng dịch vụ trong tương lai. Vì vậy, việc hoàn thiện giai đoạn dịch vụ sau bán là giải pháp cần thiết nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

Trước hết, Công ty TNHH Asia Cargo Express cần thiết kế và chuẩn hóa quy trình chăm sóc khách hàng sau khi hoàn tất giao nhận vận chuyển quốc tế. Cụ thể, ngay sau khi lô hàng được giao thành công, trong khoảng thời gian từ 24 đến 48 giờ, bộ phận kinh doanh cần chủ động liên hệ lại với khách hàng nhằm xác nhận tình trạng giao nhận và ghi nhận mức độ hài lòng đối với dịch vụ mà công ty cung cấp. Việc chủ động liên hệ sau dịch vụ sẽ giúp khách hàng cảm nhận được sự quan tâm và tính chuyên nghiệp của doanh nghiệp, thay vì chỉ dừng lại ở việc hoàn tất giao hàng.

Hoạt động dịch vụ khách hàng sau bán hàng cần được thực hiện theo một quy trình thống nhất nhằm đảm bảo tính đồng bộ và chuyên nghiệp trong quá trình giao tiếp với khách hàng. Công ty có thể xây dựng các kịch bản trao đổi hoặc mẫu khảo sát chất lượng dịch vụ với những nội dung cụ thể như: thời gian giao hàng có đúng theo cam kết hay không, tình trạng hàng hóa khi đến tay khách hàng có đảm bảo nguyên vẹn hay không, mức độ chính xác của chứng từ vận chuyển, cũng như thái độ và tác phong làm việc của nhân viên trong quá trình hỗ trợ khách hàng. Việc chuẩn

hóa nội dung trao đổi sẽ giúp hạn chế sự phụ thuộc vào kinh nghiệm cá nhân của từng nhân viên, đồng thời nâng cao tính nhất quán trong chất lượng dịch vụ giữa các bộ phận.

Công ty cần xây dựng hệ thống thu thập và xử lý phản hồi khách hàng một cách bài bản và khoa học hơn. Doanh nghiệp có thể thiết kế các bảng khảo sát ngắn gọn, dễ thực hiện thông qua email, Google Form hoặc liên hệ trực tiếp qua điện thoại nhằm tạo sự thuận tiện cho khách hàng trong quá trình phản hồi. Nội dung khảo sát nên được xây dựng theo thang điểm cụ thể, ví dụ từ 1 đến 5, để đo lường mức độ hài lòng của khách hàng đối với từng tiêu chí như: tốc độ phản hồi, chất lượng hỗ trợ, thời gian giao hàng, độ chính xác của chứng từ và thái độ phục vụ của nhân viên. Việc lượng hóa các tiêu chí đánh giá sẽ giúp doanh nghiệp dễ dàng tổng hợp và phân tích dữ liệu nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ một cách khách quan hơn.

Các phản hồi thu thập được cần được tổng hợp và phân tích định kỳ theo tuần hoặc theo tháng nhằm nhận diện những điểm mạnh và hạn chế còn tồn tại trong quy trình dịch vụ khách hàng. Ví dụ, nếu nhiều khách hàng đánh giá thấp về thời gian phản hồi hoặc tình trạng cập nhật thông tin lô hàng chậm, công ty có thể xem xét điều chỉnh quy trình phối hợp giữa các bộ phận để cải thiện hiệu quả xử lý công việc. Đối với các phản hồi tiêu cực hoặc các trường hợp khách hàng không hài lòng, doanh nghiệp cần xây dựng cơ chế cảnh báo và xử lý ưu tiên nhằm kịp thời khắc phục sai sót, tránh ảnh hưởng đến uy tín và hình ảnh của công ty trên thị trường.

Song song với hoạt động khảo sát, việc xây dựng quy trình tiếp nhận và xử lý khiếu nại rõ ràng, minh bạch cũng là yếu tố đặc biệt quan trọng trong hoạt động dịch vụ khách hàng. Công ty cần quy định cụ thể thời gian tiếp nhận phản hồi, thời gian xử lý và thời gian phản hồi kết quả cho khách hàng nhằm nâng cao tính chuyên nghiệp trong quá trình giải quyết vấn đề. Ví dụ, các khiếu nại liên quan đến sai sót chứng từ cần được phản hồi trong vòng 2 giờ kể từ khi tiếp nhận, trong khi các vấn đề liên quan đến tình trạng lô hàng hoặc phát sinh chi phí cần được xử lý trong vòng 24 giờ. Việc quy định rõ thời gian xử lý sẽ giúp nâng cao trách nhiệm của nhân viên và hạn chế tình trạng chậm trễ trong quá trình hỗ trợ khách hàng.

Quy trình tiếp nhận và xử lý khiếu nại cần được số hóa và tích hợp vào hệ thống quản lý thông tin khách hàng nhằm đảm bảo mọi phản ánh đều được ghi nhận và theo dõi đầy đủ. Khi khách hàng gửi phản ánh, hệ thống sẽ tự động tạo phiếu theo dõi yêu

cầu để cập nhật tiến độ xử lý và phân công nhân viên phụ trách. Điều này giúp các bộ phận liên quan dễ dàng phối hợp xử lý, đồng thời hạn chế tình trạng bỏ sót hoặc xử lý không nhất quán giữa các nhân viên. Trong quá trình giải quyết khiếu nại, doanh nghiệp cũng cần thể hiện thái độ cầu thị, tinh thần trách nhiệm và thiện chí hỗ trợ khách hàng thay vì chỉ tập trung xử lý vấn đề về mặt kỹ thuật. Đây là yếu tố quan trọng góp phần duy trì niềm tin và xây dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

Để nâng cao hiệu quả khai thác khách hàng và gia tăng tỷ lệ khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ, công ty cũng cần chú trọng đến các hoạt động duy trì và phát triển mối quan hệ khách hàng lâu dài. Doanh nghiệp có thể tiến hành phân loại khách hàng dựa trên các tiêu chí như tần suất sử dụng dịch vụ, giá trị đơn hàng hoặc mức độ đóng góp doanh thu để xây dựng các chính sách chăm sóc phù hợp cho từng nhóm khách hàng. Đối với nhóm khách hàng thường xuyên hoặc có giá trị cao, công ty có thể áp dụng các chính sách ưu tiên như hỗ trợ báo giá nhanh, ưu đãi chi phí vận chuyển, hỗ trợ xử lý chứng từ hoặc chăm sóc định kỳ nhằm nâng cao sự gắn kết với doanh nghiệp. Công ty cũng có thể triển khai các chương trình khách hàng thân thiết như tích điểm ưu đãi, gửi thư cảm ơn, chúc mừng vào các dịp đặc biệt hoặc thường xuyên cập nhật thông tin về lịch tàu, chính sách vận chuyển và các ưu đãi mới. Những hoạt động này tuy không quá phức tạp nhưng sẽ giúp khách hàng cảm nhận được sự quan tâm và chuyên nghiệp của doanh nghiệp, từ đó gia tăng mức độ hài lòng và khuyến khích khách hàng tiếp tục sử dụng dịch vụ trong tương lai.

Thông qua việc hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng sau bán, Công ty TNHH Asia Cargo Express không chỉ nâng cao chất lượng phục vụ mà còn cải thiện khả năng duy trì khách hàng, xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp và nâng cao lợi thế cạnh tranh trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế.

Kết quả dự kiến:

Sau khi hoàn tất một đơn hàng vận chuyển quốc tế, trong vòng 24 giờ, nhân viên chăm sóc khách hàng của công ty chủ động liên hệ với khách hàng để xác nhận tình trạng giao hàng. Trong quá trình trao đổi, khách hàng phản ánh rằng mặc dù hàng hóa được giao đúng thời gian cam kết nhưng bao bì có dấu hiệu bị móp nhệ. Ngay lập tức, nhân viên ghi nhận thông tin vào hệ thống, đồng thời gửi lời xin lỗi và cam kết kiểm tra lại quy trình đóng gói. Doanh nghiệp sau đó tiến hành rà soát nội bộ, xác định nguyên nhân xuất phát từ khâu đóng gói chưa đảm bảo tiêu chuẩn. Để khắc phục,

công ty không chỉ điều chỉnh quy trình đóng gói mà còn áp dụng chính sách giảm giá 10% cho đơn hàng tiếp theo của khách hàng như một hình thức bồi thường. Đồng thời, khách hàng này được đưa vào nhóm khách hàng tiềm năng và nhận được các chương trình ưu đãi định kỳ trong thời gian tiếp theo.

(2) Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong quy trình dịch vụ khách hàng

Để khắc phục tình trạng chất lượng nguồn nhân lực và kỹ năng nghiệp vụ của nhân viên chưa đồng đều, Công ty TNHH Asia Cargo Express cần chú trọng nâng cao năng lực chuyên môn cho đội ngũ nhân sự, đồng thời xây dựng quy trình làm việc theo hướng chuẩn hóa và thống nhất giữa các bộ phận. Đây được xem là một trong những giải pháp quan trọng nhằm nâng cao hiệu quả vận hành, hạn chế sai sót trong quá trình xử lý nghiệp vụ và cải thiện chất lượng dịch vụ khách hàng trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế. Trong bối cảnh ngành logistics ngày càng cạnh tranh gay gắt và khách hàng có yêu cầu cao hơn về tốc độ, độ chính xác cũng như khả năng hỗ trợ, việc đầu tư vào nguồn nhân lực không chỉ giúp doanh nghiệp nâng cao chất lượng dịch vụ mà còn tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững trên thị trường.

Công ty cần tiến hành đánh giá toàn diện năng lực hiện tại của đội ngũ nhân viên thông qua các tiêu chí cụ thể như: kỹ năng giao tiếp với khách hàng, khả năng xử lý tình huống phát sinh, kiến thức chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng phối hợp giữa các bộ phận và mức độ đáp ứng yêu cầu công việc thực tế. Việc đánh giá có thể được thực hiện thông qua hình thức kiểm tra chuyên môn, quan sát quá trình làm việc thực tế, lấy ý kiến phản hồi từ khách hàng hoặc đánh giá nội bộ từ cấp quản lý. Kết quả đánh giá này sẽ giúp doanh nghiệp xác định được những điểm mạnh và hạn chế của từng nhân viên, từ đó phân loại nhân sự theo từng nhóm năng lực để xây dựng kế hoạch đào tạo phù hợp. Điều này sẽ giúp tránh tình trạng đào tạo dàn trải, thiếu trọng tâm và không mang lại hiệu quả thực tế.

Công ty sẽ xây dựng chương trình đào tạo kỹ năng tư vấn và chăm sóc khách hàng một cách bài bản và có hệ thống. Nội dung đào tạo cần tập trung vào các kỹ năng thiết yếu đối với nhân viên ngành giao nhận vận chuyển quốc tế như: kỹ năng giao tiếp chuyên nghiệp, kỹ năng lắng nghe và thấu hiểu nhu cầu khách hàng, kỹ năng xử lý tình huống phát sinh, kỹ năng giải quyết khiếu nại và kỹ năng phối hợp làm việc nhóm. Trong quá trình làm việc, nhân viên thường xuyên phải tiếp xúc với khách hàng trong nhiều tình huống khác nhau như chậm lịch tàu, sai sót chứng từ, phát sinh

chi phí hoặc thay đổi lịch trình vận chuyển. Vì vậy, việc được trang bị kỹ năng kiểm soát cảm xúc, xử lý tình huống linh hoạt và giao tiếp khéo léo sẽ giúp nhân viên nâng cao khả năng hỗ trợ khách hàng, hạn chế xung đột và tạo dựng hình ảnh chuyên nghiệp cho doanh nghiệp.

Ngoài các kỹ năng mềm, công ty cũng cần chú trọng đào tạo chuyên sâu về nghiệp vụ logistics và xuất nhập khẩu cho nhân viên. Các khóa đào tạo nội bộ cần tập trung vào quy trình vận chuyển hàng hóa quốc tế, quy trình giao nhận, kiến thức về chứng từ xuất nhập khẩu như vận đơn, hóa đơn thương mại, phiếu đóng gói, hợp đồng ngoại thương, cũng như các quy định liên quan đến hải quan và xuất nhập khẩu. Đồng thời, nhân viên cần được cập nhật thường xuyên các quy định mới về thương mại quốc tế, chính sách hải quan hoặc những thay đổi trong quy trình vận chuyển nhằm hạn chế sai sót trong quá trình xử lý lô hàng. Việc nâng cao kiến thức chuyên môn sẽ giúp nhân viên chủ động hơn trong công việc, giảm thiểu rủi ro phát sinh và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

Để các chương trình đào tạo đạt hiệu quả cao, công ty nên ưu tiên áp dụng các phương pháp đào tạo thực hành thay vì chỉ đào tạo lý thuyết. Có thể tổ chức các buổi mô phỏng tình huống thực tế, đóng vai xử lý khiếu nại khách hàng hoặc thảo luận các trường hợp phát sinh thường gặp trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế. Thông qua các tình huống thực tế, nhân viên sẽ có cơ hội rèn luyện kỹ năng phản xạ, nâng cao khả năng xử lý linh hoạt và tích lũy kinh nghiệm thực tế ngay trong quá trình đào tạo. Đồng thời, việc kết hợp giữa đào tạo nội bộ và mời chuyên gia bên ngoài chia sẻ kinh nghiệm cũng sẽ giúp nhân viên tiếp cận thêm nhiều kiến thức và góc nhìn mới trong lĩnh vực logistics.

Sau quá trình đào tạo, công ty cần thiết lập cơ chế theo dõi và đánh giá hiệu quả đào tạo một cách rõ ràng và thường xuyên. Cụ thể, sau mỗi chương trình đào tạo cần tổ chức các bài kiểm tra, bài tập tình huống hoặc đánh giá thực hành để đo lường mức độ tiếp thu kiến thức của nhân viên. Ngoài ra, doanh nghiệp có thể theo dõi hiệu quả đào tạo thông qua các tiêu chí như tỷ lệ sai sót chứng từ, tốc độ xử lý công việc, mức độ hài lòng của khách hàng hoặc khả năng xử lý khiếu nại của nhân viên sau đào tạo. Kết quả đánh giá cần được liên kết với hệ thống KPI nhằm đánh giá mức độ cải thiện trong hiệu suất làm việc của từng cá nhân. Việc gắn kết kết quả đào tạo với các chỉ tiêu đánh giá cụ thể không chỉ giúp doanh nghiệp kiểm soát tốt chất lượng dịch vụ

mà còn tạo động lực để nhân viên chủ động học hỏi, nâng cao năng lực chuyên môn và tinh thần trách nhiệm trong công việc.

Công ty cũng nên xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, khuyến khích tinh thần học hỏi và chia sẻ kinh nghiệm giữa các nhân viên. Việc tạo điều kiện cho nhân viên tham gia các khóa học chuyên ngành, hội thảo logistics hoặc các chương trình đào tạo bên ngoài sẽ góp phần nâng cao trình độ chuyên môn và cập nhật xu hướng mới của ngành. Đồng thời, công ty có thể áp dụng các chính sách khen thưởng, ghi nhận thành tích đối với những nhân viên có kết quả làm việc tốt hoặc có sự tiến bộ rõ rệt sau đào tạo nhằm tạo động lực phát triển lâu dài cho đội ngũ nhân sự.

Thông qua việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và chuẩn hóa kỹ năng nghiệp vụ, Công ty TNHH Asia Cargo Express sẽ từng bước cải thiện chất lượng dịch vụ khách hàng, nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường giao nhận vận chuyển quốc tế trong thời gian tới.

Kết quả dự kiến:

Trong quý đầu tiên, công ty tổ chức khóa đào tạo chuyên đề về kỹ năng xử lý khiếu nại khách hàng. Nội dung đào tạo tập trung vào các tình huống thường gặp trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế như: khách hàng phản ánh giao hàng chậm, hàng hóa bị hư hỏng, thất lạc hoặc sai sót chứng từ xuất nhập khẩu. Nhân viên sẽ được chia thành các nhóm để thực hành xử lý tình huống theo hình thức mô phỏng thực tế. Sau mỗi phần thực hành, quản lý trực tiếp sẽ tiến hành nhận xét, đánh giá kỹ năng giao tiếp, khả năng xử lý vấn đề và đưa ra phương án xử lý tối ưu nhằm giúp nhân viên rút kinh nghiệm và nâng cao khả năng phản xạ trong công việc.

Sau quá trình đào tạo, công ty tiến hành kiểm tra đánh giá bằng nhiều hình thức như bài test nghiệp vụ, bài tập tình huống và theo dõi hiệu quả thực tế trong quá trình làm việc. Đồng thời, doanh nghiệp áp dụng hệ thống KPI cụ thể để đo lường hiệu quả làm việc của nhân viên như: thời gian phản hồi khách hàng không quá 30 phút, tỷ lệ xử lý khiếu nại trong vòng 24 giờ đạt trên 90%, tỷ lệ sai sót chứng từ giảm xuống dưới mức quy định và mức độ hài lòng của khách hàng đạt tối thiểu 4/5 điểm thông qua khảo sát sau sử dụng dịch vụ.

Sau khoảng 3 tháng triển khai, công ty tiến hành so sánh kết quả trước và sau đào tạo để đánh giá hiệu quả của chương trình. Kết quả dự kiến cho thấy thời gian phản hồi khách hàng được rút ngắn đáng kể, số lượng khiếu nại tồn đọng giảm xuống, khả

năng phối hợp giữa các bộ phận được cải thiện và tỷ lệ xử lý công việc đúng thời hạn tăng lên. Đồng thời, thái độ phục vụ và tính chuyên nghiệp của nhân viên cũng được nâng cao, góp phần làm tăng mức độ hài lòng và sự tin tưởng của khách hàng đối với doanh nghiệp.

Ngoài ra, nhờ chất lượng dịch vụ được cải thiện, tỷ lệ khách hàng quay lại sử dụng dịch vụ cũng có xu hướng tăng lên, góp phần mở rộng tệp khách hàng trung thành và nâng cao uy tín của công ty trên thị trường giao nhận vận chuyển quốc tế. Những kết quả này cho thấy việc đầu tư vào đào tạo và phát triển nguồn nhân lực không chỉ giúp nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng mà còn góp phần cải thiện hiệu quả hoạt động kinh doanh và tăng khả năng cạnh tranh của Công ty TNHH Asia Cargo Express trong thời gian dài hạn.

(3) Ứng dụng công nghệ và phần mềm quản lý khách hàng

Để khắc phục tình trạng thông tin khách hàng còn phân tán, thiếu tính liên kết giữa các bộ phận và nâng cao hiệu quả hoạt động dịch vụ khách hàng, Công ty TNHH Asia Cargo Express cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin theo hướng đồng bộ và hiện đại hơn. Trong đó, giải pháp trọng tâm là triển khai hệ thống quản lý quan hệ khách hàng kết hợp với việc chuẩn hóa quy trình làm việc giữa các bộ phận như kinh doanh, chứng từ và vận hành. Việc ứng dụng CRM không chỉ giúp doanh nghiệp quản lý tập trung dữ liệu khách hàng mà còn góp phần nâng cao khả năng phối hợp nội bộ, giảm thiểu sai sót trong quá trình xử lý công việc và cải thiện chất lượng dịch vụ khách hàng trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế.

Hiện nay, tại công ty, thông tin khách hàng chủ yếu được lưu trữ rời rạc thông qua file Excel, email hoặc trao đổi cá nhân giữa các nhân viên. Điều này dễ dẫn đến tình trạng thất lạc dữ liệu, thiếu đồng bộ thông tin hoặc khó kiểm soát lịch sử giao dịch với khách hàng. Bên cạnh đó, khi có sự thay đổi nhân sự hoặc phát sinh vấn đề trong quá trình xử lý lô hàng, việc tra cứu thông tin thường mất nhiều thời gian, gây ảnh hưởng đến tốc độ phản hồi và chất lượng phục vụ khách hàng. Vì vậy, việc xây dựng một hệ thống quản lý dữ liệu tập trung là yêu cầu cần thiết nhằm nâng cao hiệu quả quản lý và hỗ trợ quá trình chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp hơn.

Về lựa chọn phần mềm, do quy mô doanh nghiệp hiện tại còn nhỏ và nguồn lực tài chính còn hạn chế, công ty nên ưu tiên sử dụng các hệ thống CRM dạng điện toán đám mây có giao diện thân thiện, dễ sử dụng và chi phí hợp lý như HubSpot CRM.

Đây là phần mềm phù hợp với các doanh nghiệp vừa và nhỏ nhờ khả năng triển khai nhanh chóng, không yêu cầu đầu tư hạ tầng phức tạp và có thể sử dụng trên nhiều thiết bị khác nhau. Hệ thống CRM cho phép doanh nghiệp lưu trữ tập trung toàn bộ thông tin khách hàng như tên doanh nghiệp, người liên hệ, lịch sử giao dịch, báo giá, hợp đồng, lịch sử trao đổi và tình trạng lô hàng. Nhờ đó, các bộ phận có thể dễ dàng tra cứu và cập nhật thông tin trong thời gian thực, hạn chế tình trạng thông tin bị thiếu hoặc không đồng nhất giữa các phòng ban.

Sau khi triển khai hệ thống CRM, công ty cần tiến hành thiết kế lại quy trình dịch vụ khách hàng theo hướng số hóa và chuẩn hóa nhằm đảm bảo sự thống nhất trong quá trình xử lý công việc. Cụ thể, khi khách hàng gửi yêu cầu về báo giá, lịch tàu, tình trạng vận chuyển hoặc các vấn đề phát sinh, nhân viên sẽ tiếp nhận và cập nhật trực tiếp lên hệ thống CRM. Mỗi yêu cầu của khách hàng sẽ được tạo thành một “ticket” riêng để theo dõi tiến độ xử lý. Hệ thống sẽ thiết lập thời gian xử lý cụ thể nhằm tránh tình trạng bỏ sót hoặc chậm phản hồi khách hàng.

Trong quá trình xử lý lô hàng, toàn bộ nội dung trao đổi với khách hàng như email, báo giá, xác nhận booking, lịch tàu, thông tin chứng từ hoặc các yêu cầu phát sinh đều được cập nhật liên tục trên hệ thống. Điều này giúp các bộ phận như kinh doanh, chứng từ và vận hành có thể theo dõi tiến độ công việc một cách đồng bộ, từ đó nâng cao khả năng phối hợp và xử lý vấn đề nhanh chóng hơn. Ví dụ, khi khách hàng cần cập nhật tình trạng lô hàng, nhân viên kinh doanh có thể nhanh chóng kiểm tra thông tin trên hệ thống mà không cần phải liên hệ qua nhiều bộ phận khác nhau như trước đây.

Đối với hoạt động theo dõi lô hàng, trạng thái vận chuyển sẽ được cập nhật thường xuyên trên hệ thống CRM theo từng giai đoạn như: xác nhận booking, đóng hàng, khai báo hải quan, vận chuyển, thông quan và giao hàng. Việc cập nhật liên tục giúp đảm bảo tính minh bạch thông tin, đồng thời hỗ trợ nhân viên phản hồi nhanh chóng khi khách hàng có yêu cầu kiểm tra tiến độ lô hàng. Trong trường hợp phát sinh sự cố như chậm lịch tàu, thiếu chứng từ hoặc thay đổi lịch trình vận chuyển, các bộ phận liên quan cũng có thể nhanh chóng nắm bắt thông tin để đưa ra phương án xử lý kịp thời.

Một điểm cải tiến quan trọng khi áp dụng CRM là nâng cao hoạt động dịch vụ khách hàng sau bán hàng. Sau khi hoàn tất giao hàng, hệ thống sẽ tự động nhắc nhở

nhân viên phụ trách liên hệ lại với khách hàng trong khoảng từ 24 đến 48 giờ nhằm thu thập phản hồi và đánh giá mức độ hài lòng. Thông qua việc khảo sát khách hàng sau dịch vụ, công ty có thể nhận biết được những hạn chế còn tồn tại trong quá trình phục vụ để kịp thời điều chỉnh và cải thiện chất lượng dịch vụ. Đồng thời, việc chủ động liên hệ sau dịch vụ cũng giúp tạo sự chuyên nghiệp và nâng cao khả năng duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

Bên cạnh đó, toàn bộ dữ liệu liên quan như thông tin khách hàng, báo giá, hợp đồng, hóa đơn, phiếu đóng gói, vận đơn và các chứng từ vận chuyển khác cần được số hóa và lưu trữ tập trung trên hệ thống. Việc số hóa dữ liệu không chỉ giúp doanh nghiệp dễ dàng tra cứu thông tin mà còn hỗ trợ bảo mật dữ liệu và giảm thiểu nguy cơ thất lạc hồ sơ. Thông qua hệ thống CRM, doanh nghiệp còn có thể phân tích dữ liệu khách hàng như tần suất sử dụng dịch vụ, tuyến vận chuyển thường xuyên hoặc nhu cầu của từng nhóm khách hàng. Đây sẽ là cơ sở quan trọng để công ty xây dựng chính sách chăm sóc khách hàng, chương trình ưu đãi hoặc chiến lược phát triển khách hàng phù hợp hơn trong tương lai.

Về chi phí triển khai, trong giai đoạn đầu công ty có thể sử dụng phiên bản miễn phí của HubSpot CRM nhằm tiết kiệm chi phí và làm quen với hệ thống. Trong trường hợp mở rộng quy mô hoặc cần sử dụng thêm các tính năng nâng cao, chi phí sử dụng phần mềm dự kiến dao động khoảng từ 300.000 đến 1.000.000 đồng/người/tháng tùy theo gói dịch vụ. Ngoài ra, doanh nghiệp cần dự trù thêm chi phí đào tạo nhân viên và triển khai hệ thống ban đầu khoảng từ 5 đến 10 triệu đồng. Tổng chi phí triển khai trong năm đầu tiên ước tính khoảng từ 15 đến 25 triệu đồng, phù hợp với khả năng tài chính của doanh nghiệp vừa và nhỏ như Asia Cargo Express.

Về thời gian thực hiện, quá trình triển khai có thể chia thành ba giai đoạn cụ thể. Giai đoạn đầu kéo dài từ 1 đến 2 tuần nhằm rà soát, chuẩn hóa và nhập dữ liệu khách hàng lên hệ thống. Giai đoạn tiếp theo từ 2 đến 3 tuần để tiến hành cài đặt phần mềm, phân quyền tài khoản và tổ chức đào tạo nhân viên sử dụng hệ thống CRM. Cuối cùng, giai đoạn vận hành thử kéo dài từ 2 đến 4 tuần nhằm kiểm tra mức độ phù hợp của quy trình, xử lý các lỗi phát sinh và hoàn thiện hệ thống trước khi áp dụng chính thức. Như vậy, tổng thời gian triển khai dự kiến khoảng từ 1,5 đến 2 tháng.

Thông qua việc ứng dụng hệ thống CRM kết hợp với chuẩn hóa quy trình làm việc, Công ty TNHH Asia Cargo Express sẽ nâng cao hiệu quả quản lý thông tin

khách hàng, cải thiện khả năng phối hợp giữa các bộ phận và nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng. Đồng thời, giải pháp này còn giúp doanh nghiệp giảm thiểu sai sót trong quá trình xử lý công việc, nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng và tạo nền tảng cho việc phát triển bền vững trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế trong thời gian tới.

Kết quả dự kiến:

Công ty tiến hành triển khai ứng dụng HubSpot CRM nhằm quản lý tập trung thông tin khách hàng và quy trình dịch vụ khách hàng. Mỗi khách hàng được tạo một hồ sơ riêng, bao gồm thông tin liên hệ, lịch sử giao dịch, loại hình dịch vụ đã sử dụng và các phản hồi trước đó.

Khi khách hàng gửi yêu cầu báo giá, nhân viên nhập thông tin trực tiếp HubSpot CRM và hệ thống tự động tạo một yêu cầu xử lý. Yêu cầu xử lý này được phân công cho nhân viên phụ trách và có thời gian xử lý cụ thể. Trong quá trình xử lý, toàn bộ nội dung trao đổi với khách hàng được cập nhật liên tục trên hệ thống, giúp các bộ phận liên quan có thể theo dõi và phối hợp khi cần thiết.

Ứng dụng HubSpot CRM được thiết lập chức năng nhắc việc tự động. Sau khi đơn hàng hoàn tất, hệ thống sẽ gửi thông báo đến nhân viên phụ trách yêu cầu liên hệ lại với khách trong vòng 24 – 48 giờ để thu thập phản hồi. Nếu quá thời gian quy định mà chưa thực hiện, hệ thống sẽ gửi cảnh báo đến quản lý để đảm bảo không bỏ sót khách hàng.

Bên cạnh đó, đưa toàn bộ các biểu mẫu như báo giá, hợp đồng và chứng từ vận chuyển, lưu trữ trực tiếp trên HubSpot CRM. Khi cần tra cứu, nhân viên có thể truy cập nhanh chóng mà không phải tìm kiếm thủ công, từ đó rút ngắn thời gian xử lý và nâng cao hiệu quả công việc.

3.3 Điều kiện và cách thức thực hiện giải pháp

Để các giải pháp hoàn thiện quy trình, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và ứng dụng công nghệ trong quy trình dịch vụ khách hàng được triển khai hiệu quả trong thực tế, Công ty TNHH Asia Cargo Express cần đảm bảo các điều kiện cần thiết và xây dựng phương thức triển khai phù hợp với quy mô và đặc thù hoạt động của doanh nghiệp.

3.3.1 Điều kiện thực hiện giải pháp

Điều kiện tiên quyết để triển khai hiệu quả các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng là sự cam kết và định hướng chiến lược rõ ràng từ ban lãnh đạo doanh nghiệp. Các giải pháp được đề xuất không chỉ mang tính cải tiến trong ngắn hạn mà còn hướng đến mục tiêu phát triển bền vững trong dài hạn, vì vậy cần có sự thống nhất về quan điểm, mục tiêu và quyết tâm thực hiện từ cấp quản lý. Ban lãnh đạo cần nhận thức đầy đủ vai trò của dịch vụ khách hàng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh, giữ chân khách hàng và xây dựng hình ảnh doanh nghiệp chuyên nghiệp trên thị trường logistics. Từ đó, doanh nghiệp cần ban hành các chính sách hỗ trợ phù hợp, tạo điều kiện thuận lợi cho các phòng ban phối hợp triển khai đồng bộ các giải pháp cải tiến quy trình và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

Ban lãnh đạo cần đảm bảo nguồn lực tài chính ổn định và hợp lý để triển khai các giải pháp một cách hiệu quả. Việc đầu tư vào hệ thống CRM, nâng cấp phần mềm quản lý, ứng dụng công nghệ trong theo dõi lô hàng hay tổ chức các chương trình đào tạo nhân sự đều đòi hỏi chi phí tương đối lớn. Do đó, công ty cần xây dựng kế hoạch ngân sách cụ thể, xác định rõ các hạng mục ưu tiên và triển khai theo từng giai đoạn phù hợp với khả năng tài chính của doanh nghiệp. Việc phân bổ nguồn vốn hợp lý không chỉ giúp tối ưu chi phí đầu tư mà còn đảm bảo quá trình triển khai diễn ra liên tục và đạt hiệu quả thực tế trong hoạt động kinh doanh.

Ngoài yếu tố tài chính, nguồn nhân lực cũng giữ vai trò then chốt trong quá trình thực hiện các giải pháp nâng cao dịch vụ khách hàng. Nhân viên không chỉ là người trực tiếp áp dụng các quy trình và công cụ mới mà còn là cầu nối giữa doanh nghiệp với khách hàng, ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng và trải nghiệm của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ. Vì vậy, công ty cần chú trọng xây dựng đội ngũ nhân sự có chuyên môn nghiệp vụ vững vàng, kỹ năng giao tiếp tốt, thái độ làm việc tích cực và khả năng xử lý tình huống linh hoạt. Đồng thời, doanh nghiệp cũng cần thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng chăm sóc khách hàng và cập nhật kiến thức chuyên môn liên quan đến hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế. Các ban lãnh đạo cần xây dựng cơ chế đánh giá, khen thưởng và khuyến khích phù hợp nhằm tạo động lực cho nhân viên chủ động nâng cao hiệu quả làm việc và sẵn sàng thích ứng với sự thay đổi trong quá trình triển khai các giải pháp mới.

Về hạ tầng công nghệ thông tin, đây cũng là một điều kiện quan trọng cần được đảm bảo nhằm hỗ trợ hiệu quả cho hoạt động dịch vụ khách hàng. Công ty cần đầu

tư hệ thống phần mềm quản lý phù hợp với quy mô và đặc điểm hoạt động của doanh nghiệp, đảm bảo khả năng lưu trữ, xử lý và đồng bộ dữ liệu giữa các bộ phận như kinh doanh, chứng từ và giao nhận. Việc đảm bảo tính ổn định của hệ thống, an toàn thông tin và khả năng tích hợp giữa các nền tảng như CRM, phần mềm quản lý vận tải và hệ thống theo dõi lô hàng sẽ giúp nâng cao hiệu quả vận hành, hạn chế sai sót và tăng tốc độ xử lý thông tin. Đồng thời, việc ứng dụng công nghệ còn giúp doanh nghiệp nâng cao tính minh bạch trong cung cấp thông tin cho khách hàng, hỗ trợ phản hồi nhanh chóng và góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế.

3.3.2 Cách thức thực hiện giải pháp

Để đảm bảo tính khả thi và hiệu quả trong quá trình nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng, các giải pháp cần được triển khai theo một lộ trình cụ thể, có sự phân công trách nhiệm rõ ràng giữa các bộ phận và gắn với các mốc thời gian nhất định. Việc triển khai theo từng giai đoạn không chỉ giúp doanh nghiệp dễ dàng kiểm soát tiến độ thực hiện mà còn tạo điều kiện thuận lợi trong việc đánh giá hiệu quả và điều chỉnh kịp thời khi phát sinh vấn đề. Đồng thời, lộ trình triển khai cần phù hợp với quy mô, nguồn lực tài chính và tình hình hoạt động thực tế của Công ty TNHH Asia Cargo Express nhằm đảm bảo các giải pháp được áp dụng một cách đồng bộ và mang lại hiệu quả lâu dài.

Trước tiên, công ty cần tiến hành đánh giá tổng thể hiện trạng dịch vụ khách hàng theo từng bước cụ thể. Bộ phận quản lý phối hợp với các phòng ban liên quan như kinh doanh, giao nhận và chứng từ tiến hành rà soát toàn bộ quy trình dịch vụ khách hàng hiện tại, từ khâu tiếp nhận yêu cầu cho đến chăm sóc sau dịch vụ. Trong quá trình đánh giá, công ty cần thu thập các dữ liệu liên quan như thời gian phản hồi khách hàng, tỷ lệ xử lý đơn hàng đúng tiến độ, số lượng và nguyên nhân khiếu nại, mức độ hài lòng của khách hàng cũng như phương thức phối hợp giữa các bộ phận trong xử lý công việc. Ngoài việc tổng hợp dữ liệu nội bộ, doanh nghiệp cũng nên thực hiện khảo sát trực tiếp đối với khách hàng và nhân viên nhằm xác định rõ các điểm hạn chế còn tồn tại như quy trình chưa thống nhất, thông tin xử lý còn phân tán, khả năng phản hồi chậm hoặc chưa chú trọng đến giai đoạn chăm sóc sau dịch vụ. Các kết quả đánh giá cần được tổng hợp thành báo cáo chi tiết để làm cơ sở xây dựng kế hoạch cải tiến phù hợp với thực tế hoạt động của công ty.

Sau giai đoạn đánh giá hiện trạng, công ty cần tiến hành xây dựng và chuẩn hóa quy trình dịch vụ khách hàng nhằm tạo sự đồng bộ trong quá trình thực hiện giữa các bộ phận. Doanh nghiệp có thể thành lập nhóm phụ trách xây dựng quy trình gồm các quản lý và nhân viên có kinh nghiệm thực tế trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế để đảm bảo tính khả thi khi áp dụng. Nhóm này sẽ tiến hành thiết kế chi tiết từng bước công việc tương ứng với từng giai đoạn trong quy trình dịch vụ khách hàng như: tiếp nhận yêu cầu, tư vấn dịch vụ, báo giá, xử lý đơn hàng, theo dõi lô hàng, xử lý phát sinh và chăm sóc sau dịch vụ. Đối với mỗi bước, cần quy định rõ trách nhiệm của từng bộ phận hoặc cá nhân phụ trách, thời gian xử lý cụ thể (ví dụ phản hồi khách hàng trong vòng 2 giờ làm việc), các biểu mẫu và tài liệu cần sử dụng cũng như tiêu chí đánh giá hiệu quả thực hiện. Việc chuẩn hóa quy trình không chỉ giúp giảm sai sót trong quá trình xử lý công việc mà còn góp phần nâng cao tính chuyên nghiệp và cải thiện trải nghiệm của khách hàng khi sử dụng dịch vụ.

Song song với quá trình chuẩn hóa quy trình, công ty cần triển khai ứng dụng công nghệ thông tin theo từng giai đoạn cụ thể để đảm bảo phù hợp với khả năng tài chính và nguồn lực hiện có. Trong giai đoạn đầu từ 1–2 tháng, doanh nghiệp nên tập trung chuẩn hóa và số hóa dữ liệu khách hàng từ các nguồn lưu trữ hiện tại như file Excel, email hoặc dữ liệu rời rạc tại các bộ phận nhằm tạo nền tảng dữ liệu thống nhất. Sau đó, công ty tiến hành triển khai hệ thống CRM để quản lý tập trung thông tin khách hàng, lịch sử giao dịch và quá trình chăm sóc khách hàng. Hệ thống này giúp doanh nghiệp dễ dàng theo dõi tiến độ xử lý công việc, lưu trữ dữ liệu đồng bộ và hỗ trợ nâng cao khả năng phản hồi khách hàng nhanh chóng. Khi hệ thống CRM vận hành ổn định, công ty có thể tiếp tục tích hợp với website tracking hoặc các phần mềm quản lý vận tải hiện có nhằm đồng bộ dữ liệu đơn hàng và tăng khả năng kiểm soát quá trình vận chuyển. Để hạn chế rủi ro trong quá trình triển khai, doanh nghiệp nên thực hiện thử nghiệm trên một bộ phận hoặc một nhóm khách hàng trước, sau đó đánh giá hiệu quả và từng bước mở rộng áp dụng trên toàn công ty.

Bên cạnh yếu tố công nghệ, công ty cũng cần chú trọng tổ chức đào tạo và phát triển nguồn nhân lực theo kế hoạch cụ thể và thường xuyên. Hàng quý, doanh nghiệp nên tổ chức các khóa đào tạo về kỹ năng chăm sóc khách hàng, kỹ năng giao tiếp, xử lý tình huống cũng như cập nhật kiến thức nghiệp vụ liên quan đến giao nhận vận chuyển quốc tế. Nội dung đào tạo cần gắn với thực tế công việc hằng ngày của nhân

viên, kết hợp giữa lý thuyết và thực hành thông qua các tình huống mô phỏng hoặc hoạt động đóng vai nhằm giúp nhân viên nâng cao khả năng xử lý các vấn đề phát sinh trong thực tế. Ngoài ra, công ty cần xây dựng cơ chế đánh giá hiệu quả sau đào tạo thông qua kiểm tra năng lực, theo dõi mức độ cải thiện trong hiệu quả công việc và phản hồi từ khách hàng. Việc đầu tư vào đào tạo không chỉ giúp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực mà còn góp phần xây dựng đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, chủ động và có tinh thần trách nhiệm cao trong công việc.

Cuối cùng, công ty cần thực hiện hoạt động đánh giá và cải tiến liên tục theo chu kỳ nhằm đảm bảo các giải pháp luôn phù hợp với tình hình thực tế và nhu cầu của khách hàng. Định kỳ hàng tháng hoặc hàng quý, doanh nghiệp cần tổng hợp dữ liệu từ hệ thống như KPI chăm sóc khách hàng, thời gian phản hồi, tỷ lệ xử lý đúng tiến độ, số lượng khiếu nại và mức độ hài lòng của khách hàng để phân tích hiệu quả hoạt động. Trên cơ sở đó, công ty có thể điều chỉnh quy trình làm việc, cải tiến hệ thống công nghệ hoặc bổ sung các chính sách hỗ trợ phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả dịch vụ khách hàng. Đồng thời, doanh nghiệp cũng cần duy trì việc thu thập ý kiến phản hồi từ khách hàng và nhân viên để kịp thời phát hiện các vấn đề còn tồn tại và tiếp tục hoàn thiện các giải pháp theo hướng ngày càng tối ưu hơn. Việc duy trì hoạt động đánh giá và cải tiến thường xuyên sẽ giúp Công ty TNHH Asia Cargo Express nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng một cách bền vững và tạo nền tảng cho sự phát triển lâu dài trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trong chương 3, đã đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế tại Công ty TNHH Asia Cargo Express trên cơ sở những hạn chế đã được phân tích ở chương 2. Đồng thời, chương cũng phân tích định hướng phát triển của doanh nghiệp trong giai đoạn 2026 – 2031 để làm cơ sở xây dựng các giải pháp phù hợp với thực tiễn hoạt động và xu hướng phát triển của ngành giao nhận vận chuyển quốc tế.

Thông qua việc phân tích môi trường kinh doanh, có thể thấy ngành giao nhận vận chuyển quốc tế trong thời gian tới sẽ tiếp tục phát triển mạnh nhưng đồng thời cũng đặt ra nhiều áp lực cạnh tranh về chất lượng dịch vụ, tốc độ phản hồi, khả năng ứng dụng công nghệ và trải nghiệm khách hàng. Trong bối cảnh đó, dịch vụ khách hàng không chỉ đóng vai trò hỗ trợ mà đã trở thành yếu tố quan trọng quyết định khả năng giữ chân khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Các giải pháp được đề xuất trong chương tập trung vào việc hoàn thiện quy trình chăm sóc khách hàng theo hướng đầy đủ và khép kín; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; đồng thời đẩy mạnh ứng dụng công nghệ và phần mềm quản lý khách hàng trong quy trình dịch vụ khách hàng. Bên cạnh đó, khóa luận cũng đề cập đến các điều kiện và cách thức triển khai nhằm đảm bảo tính khả thi và hiệu quả khi áp dụng vào thực tế tại Công ty TNHH Asia Cargo Express.

Việc triển khai đồng bộ các giải pháp trên sẽ góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, cải thiện mức độ hài lòng của khách hàng, tăng khả năng giữ chân khách hàng cũ cũng như thu hút khách hàng mới. Đồng thời, đây cũng là cơ sở giúp Công ty TNHH Asia Cargo Express nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh, xây dựng hình ảnh doanh nghiệp chuyên nghiệp và từng bước nâng cao năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế.

KẾT LUẬN CHUNG

Trong bối cảnh nền kinh tế ngày càng hội nhập sâu rộng với khu vực và thế giới, hoạt động xuất nhập khẩu ngày càng phát triển mạnh mẽ, kéo theo nhu cầu sử dụng vận chuyển quốc tế ngày càng gia tăng. Điều này mở ra nhiều cơ hội nhưng cũng đặt ra không ít thách thức đối với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế, đặc biệt là trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ và năng lực cạnh tranh trên thị trường. Trong đó, dịch vụ khách hàng ngày càng đóng vai trò quan trọng, trở thành một trong những yếu tố quyết định khả năng giữ chân khách hàng cũ, thu hút khách hàng mới và xây dựng hình ảnh doanh nghiệp chuyên nghiệp.

Công ty TNHH Asia Cargo Express là doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực giao nhận vận chuyển quốc tế, chuyển phát nhanh, kho bãi và khai báo hải quan. Qua quá trình tìm hiểu và phân tích thực tế tại công ty, có thể thấy rằng trong những năm qua ACE đã không ngừng nỗ lực mở rộng thị trường, nâng cao chất lượng dịch vụ và từng bước xây dựng uy tín trên thị trường. Đặc biệt, công ty đã chú trọng đến hoạt động tư vấn, hỗ trợ khách hàng trước và trong quá trình cung cấp dịch vụ. Đây là nền tảng quan trọng giúp công ty duy trì được nguồn khách hàng tương đối ổn định.

Bên cạnh những kết quả đạt được, quy trình dịch vụ khách hàng trong hoạt động giao nhận vận chuyển quốc tế tại công ty vẫn còn tồn tại một số hạn chế nhất định. Quy trình dịch vụ khách hàng chưa thực sự hoàn chỉnh, đặc biệt là ở giai đoạn sau dịch vụ; việc thu thập phản hồi và duy trì mối quan hệ với khách hàng sau khi hoàn tất đơn hàng chưa được chú trọng. Bên cạnh đó, mức độ chuẩn hóa trong quy trình còn thấp, việc trao đổi thông tin giữa các bộ phận đôi lúc chưa kịp thời và hiệu quả, dễ dẫn đến sai sót trong quá trình xử lý công việc. Ngoài ra, việc ứng dụng công nghệ trong quản lý thông tin khách hàng và theo dõi đơn hàng còn hạn chế, làm ảnh hưởng đến tốc độ phản hồi và chất lượng phục vụ khách hàng.

Trên cơ sở phân tích thực trạng và những tồn tại nêu trên, khóa luận đã đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng tại Công ty TNHH Asia Cargo Express như: hoàn thiện quy trình dịch vụ khách hàng theo hướng đầy đủ và chuyên nghiệp hơn; tăng cường đào tạo và nâng cao kỹ năng cho đội ngũ nhân viên; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin và triển khai các phần mềm hỗ trợ quản lý khách hàng. Những giải pháp này nếu được áp dụng hiệu quả sẽ góp phần nâng

cao chất lượng dịch vụ, gia tăng sự hài lòng của khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong thời gian tới.

Trong tương lai, cùng với xu hướng phát triển mạnh mẽ của ngành giao nhận vận chuyển quốc tế, ACE sẽ đứng trước nhiều cơ hội để mở rộng thị trường, đa dạng hóa dịch vụ và tiếp cận thêm nhiều nhóm khách hàng tiềm năng. Tuy nhiên, công ty cũng sẽ phải đối mặt với áp lực cạnh tranh ngày càng gay gắt, yêu cầu cao hơn từ khách hàng cũng như xu hướng chuyển đổi số trong ngành. Vì vậy, công ty cần có chiến lược phát triển phù hợp, đầu tư vào chất lượng dịch vụ và đặc biệt chú trọng hoàn thiện hoạt động dịch vụ khách hàng để phát triển bền vững và nâng cao vị thế trên thị trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Xuân Quyết. (2017). Giáo trình Logistics. TP. Hồ Chí Minh.
2. Đặng Đình Đào, & Nguyễn Thị Bạch Tuyết (Đồng chủ biên). (2024). Giáo trình quản trị logistics căn bản. Nhà xuất bản Lao động.
3. Nguyễn Hồng Đàm, H. V. Châu, N. N. Tiến & V. S. Tuấn. (2003). Vận tải và giao nhận trong ngoại thương. NXB Giao thông Vận tải.
4. Giáo trình kinh doanh xuất nhập khẩu
5. Getfly CRM. (2026). Dịch vụ khách hàng trong logistics và một vài ví dụ thực tế.
<https://getfly.vn/dich-vu-khach-hang-trong-logistics-va-mot-vai-vi-du-thuc-te.html>
6. Thư Viện Pháp Luật. (n.d.). Luật Thương mại 2005 số 36/2005/QH11.
<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Luat-Thuong-mai-2005-36-2005-QH11-2633.aspx>
7. Thư Viện Pháp Luật. (n.d.). Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng 2023 số 19/2023/QH15.
<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Luat-Bao-ve-quyen-loi-nguoi-tieu-dung-2023-19-2023-QH15-500102.aspx>
8. Thư Viện Pháp Luật. (2014). Văn bản hợp nhất 07/VBHN-VPQH Luật Hải quan.
<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Xuat-nhap-khau/Van-ban-hop-nhat-07-VBHN-VPQH-2014-hop-nhat-Luat-hai-quan-do-Van-phong-Quoc-hoi-ban-hanh-264493.aspx>
9. Thư Viện Pháp Luật. (2023). 11 điều kiện về Incoterms 2020.
<https://thuvienphapluat.vn/phap-luat-doanh-nghiep/bai-viet/11-dieu-kien-ve-incoterms-2020-phien-ban-moi-nhat-6603.html>
10. FAST. (n.d.). Quy trình chăm sóc khách hàng.
<https://fast.com.vn/quy-trinh-cham-soc-khach-hang/>
11. Asia Cargo Express Co., Ltd. (n.d.). Asia Cargo Express.
<http://www.asiacargoexpress.com.vn/>
12. Mã Số thuế. (n.d.). Công ty TNHH Asia Cargo Express.
<https://masothue.com/0313312889-cong-ty-tnhh-asia-cargo-express>
13. Vietnam E-Commerce and Digital Economy Agency. (2025). Vietnam e-commerce White book 2025. Ministry of Industry and Trade.

<https://vecom.vn/bao-cai-chi-so-thuong-mai-dien-tu-viet-nam-2025>

14. Trung tâm WTO và Hội nhập. (n.d.). Quy tắc xuất xứ và cam kết cắt bỏ thuế quan trong RCEP.

<https://trungtamwto.vn/thi-truong-rcep/tin-tuc/19957-quy-tac-xuat-xu-va-cam-ket-cat-bo-thue-quan-trong-rcep>

15. Bộ Công Thương. (n.d.). Hiệp định thương mại tự do (FTA).

<https://vntr.moit.gov.vn/vi/fta/31/1>

16. Chính phủ Việt Nam. (n.d.). Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia nhìn từ góc độ phát triển hạ tầng logistics.

<https://media.chinhphu.vn/nang-cao-nang-luc-can-phan-tranh-quoc-gia-nhin-tu-goc-do-phat-trien-ha-tang-logistics-102231026181617909.htm>

17. Báo Đầu Tư. (n.d.). Theo dõi chặt diễn biến về giá cước vận tải biển.

<https://baodautu.vn/theo-doi-chat-dien-bien-ve-gia-cuoc-van-tai-bien-d311461.html>

18. Báo Lâm Đồng. (n.d.). Lộ trình phát triển logistics Việt Nam 2025–2035, phần đầu trở thành ngành kinh tế nền tảng.

<https://baolamdong.vn/lo-trinh-phat-trien-logistics-viet-nam-2025-2035-phan-dau-tro-thanh-nganh-kinh-te-nen-tang-431577.html?>

19. Đồng Nai Logistics. (n.d.). Dự báo xu hướng thị trường logistics trong những năm tới.

<https://dongnailogistics.com/du-bao-xu-huong-thi-truong-logistics-trong-nhung-nam-toi/>

TÀI LIỆU TỪ DOANH NGHIỆP

1. Công ty TNHH Asia Cargo Express. Báo cáo tài chính năm 2023. [Tài liệu nội bộ].
2. Công ty TNHH Asia Cargo Express. Báo cáo tài chính năm 2024. [Tài liệu nội bộ].
3. Công ty TNHH Asia Cargo Express. Báo cáo tài chính năm 2025. [Tài liệu nội bộ].

PHỤ LỤC

Phụ lục 1: Vận đơn hàng không

738

SGN

05623645

738-05623645

Shipper's Name and Address ASIA CARGO EXPRESS COMPANY LIMITED 24 YEN THE TAN SON HOA WARD HO CHI MINH 700000 VN		Shipper's Account Number		NOT NEGOTIABLE Air Waybill ISSUED BY Vietnam Airlines 200 Nguyen Son - Long Bien, Ha Noi/VN, Vietnam			
Consignee's Name and Address SMYS GLOBAL TRANSPORT NO 55 JALAN TEKOMA KS6 BANDAR BOTANIC KLANG , SELANGOR 41200 MY 0182872059		Consignee's Account Number		Copies 1, 2 and 3 of this Air Waybill are originals and have the same validity. It is agreed that the goods described herein are accepted in apparent good order and condition (except as noted) for carriage SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. ALL GOODS MAY BE CARRIED BY ANY OTHER MEANS INCLUDING ROAD OR ANY OTHER CARRIER UNLESS SPECIFIC CONTRARY INSTRUCTIONS ARE GIVEN HEREON BY THE SHIPPER, AND SHIPPER AGREES THAT THE SHIPMENT MAY BE CARRIED VIA INTERMEDIATE STOPPING PLACES WHICH THE CARRIER DEEMS APPROPRIATE. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher value for carriage and paying a supplemental charge if required.			
Issuing Carrier's Agent Name and City SGN-7653215-Transviet		Accounting Information GEN DEB VPC					
Agent's IATA Code 7653215		Account No.					
Airport of Departure (addr. Of First Carrier) and Requesting Routing Ho Chi Minh City Tan Son Nhat (SGN) - Vietnam [VN]		Reference Number		Optional Shipping Information			
To	By First Carrier	Routing and Destination	to	by	to		
KUL	VN						
Kuala Lumpur (KUL) - Malaysia [MY]		Requested Flight/Date		Amount of Insurance			
VN679/08Mar		XXX		INSURANCE - If Carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in figures in box marked "Amount of Insurance".			
Handling Information NO IAWAR EAW/ECC							
SG							
No. of Pieces RCP	Gross Weight	No. of is	Rate Class Commodity Rate No.	Chargeable Weight	Rate Charge	Total	Nature and quality of Goods (incl. Dimensions of Volume)
15	648	K	Q	648	2.46	1,594.08	GARMENT AND SAMPLES VOL : 3.31 MC HCC : 61042900
15	648					1,594.08	Total Volume: 3.31
Prepaid		Weight Charge		Collect		Other Charges	
1,594.08		Valuation Charge				SCC12.31	
		Tax					
		Total Other Charges Due Agent					
		Total Other Charges Due Carrier				Shipper certifies that the particulars on the face hereof are correct and that insofar as any part of the consignment contains dangerous goods, such part is properly described by name and is in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations.	
12.31						ASIA CARGO EXPRESS COMPANY LIMITED Signature of shipper or his Agent	
Total Prepaid		Total Collect					
1,606.39							
Currency Conversion Rate		CC Charges in Dest. Currency					
For Carrier's use only at Destination		Charges at Destination		Total Collect Charges		738-05623645	

Original 2 (for Consignee)

Phụ lục 2: Tờ khai hải quan

<EXP>

1/3

Tờ khai hàng hóa xuất khẩu (thông quan)

Số tờ khai308304207650Số tờ khai đầu tiên- / 08304207650

Số tờ khai tạm nhập tái xuất tương ứng

Mã phân loại kiểm tra1Mã loại hìnhH21 1Mã số thuế đại diện6109

Tên cơ quan Hải quan tiếp nhận tờ khaiHQTSNHATMã bộ phận xử lý tờ khai04

Ngày đăng ký07/03/2026 14:56:51Ngày thay đổi đăng ký/ /

Thời hạn tái nhập/ tái xuất/ / -

Người xuất khẩu

Mã0313312889

TênCÔNG TY TNHH Asia Cargo Express

Mã bưu chính

Địa chỉ24 Yên Thả, Phường Tân Sơn Hòa, Thành Phố Hồ Chí Minh.

Số điện thoại-

Người ủy thác xuất khẩu

Mã

Tên

Người nhập khẩu

Mã

TênSMYS GLOBAL TRANSPORT

Mã bưu chính

Địa chỉNO 55 JALAN TEROMA K96BANDAR BOTANIC
41200 KLANGSELANGOR

Mã nướcMY

Đại lý Hải quan

Mã nhân viên Hải quan

Số vận đơn122600038022857

Số lượng15 PK

Tổng trọng lượng hàng (Gross)648 KGM

Địa điểm lưu kho02B1A03KHO TCS

Địa điểm nhận hàng cuối cùngMYKULKUALA LUMPUR

Địa điểm xếp hàngVNSQNHỒ CHI MINH

Phương tiện vận chuyển dự kiếnVND679/08MAR

Ngày hàng đi dự kiến08/03/2026

Ký hiệu và số hiệu

Giấy phép xuất khẩu

1

2

3

4

5

Số hóa đơnB - ACE070326KUL

Số tiếp nhận hóa đơn điện tử

Ngày phát hành07/03/2026

Phương thức thanh toánKHONGTT

Tổng trị giá hóa đơnFOB - USD - 195 - B

Tổng trị giá tính thuếUSD - 195

Tỷ giá tính thuếUSD - 25.880 -

Tổng hệ số phân bổ trị giá195 -

Phân loại không cần quy đổi VND

Người nộp thuế1

Mã xác định thời hạn nộp thuếD

Phân loại nộp thuếA

Tổng số tiền thuế xuất khẩu

Tổng số tiền lệ phí

VND

Số tiền bảo lãnh

Tổng số trang của tờ khai3

Tổng số dòng hàng của tờ khai2

Số đính kèm khai báo điện tử1 - 2 - 3 -

Phần ghi chú

HÀNG QUẢ BIỂU QUẢ TẶNG, KHÔNG CÓ GIÁ TRỊ THANH TOÁN. NƯỚC NHẬP KHẨU KHÔNG YÊU CẦU KIỂM DỊCH.

Số quản lý của nội bộ doanh nghiệp

Số quản lý người sử dụng00037

Mục thông báo của Hải quan

Tên trưởng đơn vị Hải quanTrưởng Hải quan CRSBQT Tân Sơn Nhất

Ngày hoàn thành kiểm tra07/03/2026 14:56:51

Ngày cấp phép xuất nhập07/03/2026 14:56:51

Thời hạn cho phép vận chuyển bảo thuế (khởi hành)07/03/2026

Địa điểm

Ngày đến

Ngày khởi hành

Thông tin trung chuyển

1/ / ~ / /

2/ / ~ / /

3/ / ~ / /

Địa điểm đích cho vận chuyển bảo thuế02B1A03

07/03/2026

Tờ khai hàng hóa xuất khẩu (thông quan)

Số tờ khai
Số tờ khai tạm nhập tái xuất tương ứng
Mã phân loại kiểm tra
Tên cơ quan Hải quan tiếp nhận tờ khai
Ngày đăng ký
Thời hạn tái nhập/ tái xuất

308304207650
1
07/03/2026 14:56:51
/ / -

Số tờ khai đầu tiên
Mã loại hình
Mã số thuế đại diện
Mã bộ phận xử lý tờ khai
Ngày thay đổi đăng ký

- /
H21 1
6109
04
/ /

Vanning

Địa điểm xếp hàng lên xe chở hàng

Mã 1 2 3 4 5

Tên

Địa chỉ

Số container				
1	2	3	4	5
6	7	8	9	10
11	12	13	14	15
16	17	18	19	20
21	22	23	24	25
26	27	28	29	30
31	32	33	34	35
36	37	38	39	40
41	42	43	44	45
46	47	48	49	50

Chi thị của Hải quan

	Ngày	Tên	Nội dung
1	/ /		
2	/ /		
3	/ /		
4	/ /		
5	/ /		
6	/ /		
7	/ /		
8	/ /		
9	/ /		
10	/ /		

Tờ khai hàng hóa xuất khẩu (thông quan)

Số tờ khai	308304207650	Số tờ khai đầu tiên	-	/
Số tờ khai tạm nhập tái xuất tương ứng				
Mã phân loại kiểm tra	1	Mã loại hình	H21	1
			Mã số thuế đại diện	6109
Tên cơ quan Hải quan tiếp nhận tờ khai	HQTSHHAT		Mã bộ phận xử lý tờ khai	04
Ngày đăng ký	07/03/2026	14:56:51	Ngày thay đổi đăng ký	/ /
Thời hạn tái nhập/tái xuất	/ /	-		

<01>		Mã số hàng hóa		Mã quản lý riêng	
Mã tờ hàng hóa		61091020		Áo thun nữ, 100% cotton, size M, không nhãn hiệu. Hàng mới 100%.#4VN	
				Số lượng (1)	520 PCE
				Số lượng (2)	520 PCE
Trị giá hóa đơn	104	Đơn giá hóa đơn		0,2	USD - PCE
Thuế xuất khẩu					
Trị giá tính thuế (S)	2.691.520 VND	Trị giá tính thuế (M)		-	
Số lượng tính thuế		Đơn giá tính thuế		5.176	VND PCE
Thuế suất					
Số tiền thuế	VND				
Số tiền miễn giảm					
Số thứ tự của dòng hàng trên tờ khai tạm nhập tái xuất tương ứng					
Danh mục miễn thuế xuất khẩu					
Tiền lệ phí	Đơn giá	Tiền bảo hiểm		Đơn giá	
	Số lượng			Số lượng	
	Khoản tiền	VND		Khoản tiền	VND
Mã văn bản pháp luật khác	1	2	3	4	5
Miễn / Giảm / Không chịu thuế xuất khẩu					

<02>									
Mã số hàng hóa		61091020			Mã quản lý riêng				
Mô tả hàng hóa		Áo thun nữ, 100% cotton, size L, không nhãn hiệu. Hàng mới 100%.#&VN							
					Số lượng (1)		455 PCE		
					Số lượng (2)		455 PCE		
Trị giá hóa đơn		91			Đơn giá hóa đơn		0,2		- USD - PCE
Thuế xuất khẩu									
Trị giá tính thuế (S)		2.355.080			Trị giá tính thuế (M)		-		
Số lượng tính thuế					Đơn giá tính thuế		5.176		VND PCE
Thuế suất		-							
Số tiền thuế		VND							
Số tiền miễn giảm									
Số thứ tự của dòng hàng trên tờ khai tạm nhập tái xuất tương ứng									
Danh mục miễn thuế xuất khẩu									
Tiền lệ phí		Đơn giá			Tiền bảo hiểm		Đơn giá		
		Số lượng					Số lượng		
		Khoản tiền			VND		Khoản tiền		
Mã văn bản pháp luật khác		1	2	3	4	5			
Miễn / Giảm / Không chịu thuế xuất khẩu									

Phụ lục 3: Chính sách giải quyết khiếu nại và bồi thường

Công ty TNHH Asia Cargo Express
(ACE)

Số: 01/ACE.BT - 2026

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc Lập – Tự Do – Hạnh Phúc

TP.HCM, Ngày 03 tháng 04 năm 2026

THÔNG BÁO

V/v: Chính sách giải quyết khiếu nại và bồi thường thiệt hại

Kính gửi: Quý Khách hàng/Quý Đối tác

Nhằm đảm bảo quyền lợi và tăng cường sự minh bạch trong quá trình hợp tác, Công ty TNHH Asia Cargo Express (ACE) xin thông báo đến Quý Công ty chính sách bồi thường áp dụng như sau:

1. Phạm vi áp dụng: Chính sách này áp dụng đối với các giao dịch, đơn hàng và hoạt động hợp tác giữa hai bên kể từ ngày công văn này có hiệu lực.

2. Thời gian giải quyết khiếu nại: từ 30 - 90 ngày kể từ ngày nhận được khiếu nại.

3. Chính sách bồi thường:

3.1 Trường hợp Khách mua bảo hiểm:

- Phí bảo hiểm: 5%-35% giá trị hóa đơn khách hàng.
- Mức bồi thường tối đa: 100.000.000 VNĐ/đơn hàng.
- Chính sách: bồi thường 100% giá trị đơn hàng (theo giá trị khách hàng khai báo trên hóa đơn hoặc bảng kê gửi hàng) trong trường hợp hàng bị mất; bồi thường giá trị phần hàng bị hỏng trong trường hợp đồ vỡ, hư hỏng một phần; không hoàn lại cước vận chuyển.

- Điều kiện:

- ✓ Khách hàng cần liệt kê chi tiết hàng hóa trong từng kiện kèm giá trị từng loại hàng khi gửi hàng.
- ✓ Khách hàng cần cung cấp đầy đủ bằng chứng pháp lý về việc hàng hỏng, hàng đồ vỡ (quay/chụp lại hình ảnh hàng trước khi gửi và ngay khi mở kiện sau khi nhận hàng) khi có vấn đề mất mát, hư hỏng hàng hóa xảy ra để làm cơ sở xử lý khiếu nại.
- ✓ Hàng hóa phải được đóng gói đúng quy cách vận chuyển.

3.2 Trường hợp Khách không mua bảo hiểm:

- Đối hàng thông thường bồi hoàn 150% tiền cước vận chuyển đối với trường hợp mất hàng do lỗi vận chuyển.

3.3 Các trường hợp không bồi thường và miễn khiếu nại:

- Không bồi thường và không hoàn cước đối với các trường hợp hàng hóa bị tiêu hủy, giữ hoặc tịch thu bởi hải quan hoặc mất mát trong quá trình vận chuyển hàng hóa, bao gồm nhưng không giới hạn: Các loại thuốc tây, thuốc nam, Hàng giả (fake), các loại mìn, thực phẩm muối chua, thực phẩm có nguồn

gốc từ động vật trên cạn như: trứng , thịt, sữa , Yến...., thực phẩm chức năng , các loại bột, chất lỏng.

- Miễn khiếu nại cho các loại hàng: Hàng Khó, Nguy hiểm, Chất lỏng, Hóa Chất, Chất bột, Tiền, Kim loại quý, Thẻ tín dụng. Hộ chiếu, hàng là Pin hoặc có kèm theo Pin và hàng dễ vỡ, trang sức vàng. ... khi bị tiêu hủy hoặc mất mát trong quá trình vận chuyển hàng hóa.

ACE xin chân thành cảm ơn những đóng góp, ủng hộ của quý khách hàng trong suốt thời gian qua. ACE rất mong tiếp tục nhận được sự phối hợp chặt chẽ từ Quý Công ty trong thời gian tới.

Trân trọng thông báo!

GIÁM ĐỐC

Nơi nhận:

- **Như trên**
- **Lưu VT**

Đã Ký

Phan Thụy Thùy Trang