

# GIÁ TRỊ CÁC TIÊU CHUẨN CỦA GS1 ĐỐI VỚI CÁC NHÀ CUNG CẤP DỊCH VỤ GIAO NHẬN VẬN CHUYỂN

Các nhà cung cấp dịch vụ giao nhận vận chuyển (LSP) là nhân tố chủ chốt trong lĩnh vực vận tải - giao nhận vận chuyển. Vai trò của các LSP trong chuỗi cung ứng toàn cầu đang ngày càng thiết yếu khi các quá trình giao nhận vận chuyển từ đơn giản dần trở nên phức tạp và liên kết chặt chẽ với nhau.

Một trong những nguyên nhân dẫn đến sự phức tạp này là nhu cầu giao nhận vận chuyển được nhiều hàng hóa hơn trong thời gian ngắn hơn của phía khách hàng (LSC). Bên cạnh đó, giá cả leo thang và áp lực cạnh tranh cũng đang gây ra nhiều sóng gió cho các LSP.

Rất nhiều LSP đã và đang thay đổi phương thức, chiến lược kinh doanh bằng cách cộng tác với các LSC cũng như các đối tác vận tải - giao nhận vận chuyển khác nhằm cung cấp dịch vụ linh hoạt, bền vững đồng thời giảm thiểu chi phí, tổn thất. Họ đều nhận ra rằng việc hợp tác chỉ có thể hiệu quả khi tất cả các đối tác cùng sử dụng một hệ thống tiêu chuẩn mở toàn cầu.

Các quy trình dựa trên tiêu chuẩn toàn cầu cũng đem lại sự đa dạng, linh hoạt cho các LSP khi làm việc với nhiều khách hàng khác nhau. Khi LSP áp dụng các quy trình này, họ có thể nhanh chóng và dễ dàng có thêm nhiều bạn hàng mà không cần phải thiết lập lại quy trình kinh doanh của mình.

Tuy nhiên, vẫn có rất nhiều LSP chưa cảm thấy cần thiết phải chuyển đổi từ các hệ thống riêng sang các tiêu chuẩn mở để có thể thành công trong công việc vận tải - giao nhận vận chuyển.

“Unilever có hàng chục nhà kho trên toàn châu Âu, cùng với đó là rất nhiều đối tác giao nhận vận chuyển. Do đó, Unilever rất chú trọng đến việc cải thiện phương thức kinh doanh cùng với các đối tác sao cho đem lại hiệu quả tốt nhất.

Gần đây, nhờ áp dụng tiêu chuẩn truyền dữ liệu eCom của GS1, việc mở rộng thị trường của chúng tôi đã trở nên dễ dàng, nhanh chóng hơn. Với tiêu chí “áp dụng 1 lần, triển khai khắp nơi”, Unilever có thể giới thiệu nhiều sản phẩm mới hơn ra công chúng. Chi phí bảo trì cũng giảm đi đáng kể. Phương thức kinh doanh hiệu quả này đã được các nhà kho trao đổi với nhau dễ dàng hơn.

Những bước tiến đó đã tạo động lực cho Unilever quyết định triển khai hệ tiêu chuẩn này trên toàn châu Âu và trên toàn thế giới.”

*Ông Fred Kempkes, Quản lý khối Tương tác, Bộ phận Dịch vụ Chất lượng cao, Unilever*

*Đã đến lúc thảo luận theo hướng khác thông qua cách tiếp cận mới.*

Chúng ta cùng xem xét một vài lời bình luận từ các LSP, và hãy xem vì sao những câu chuyện đó lại trở nên “thần kỳ” khi các LSP được tiếp cận với những thông tin mới.

## Câu chuyện số 1

“Hệ thống riêng/ Giao diện riêng của chúng tôi cho phép công ty chúng tôi “khóa chân” khách hàng. Đây là một điểm vượt trội so với các đối thủ. Khách hàng khó có thể rời bỏ chúng tôi.”

### Các điểm cần lưu ý

- ✓ LSP cần hướng đến khách hàng và thị trường để biết điều gì là (và điều gì không phải là) thế mạnh cạnh tranh, điều gì là thực sự có giá trị trong việc duy trì doanh nghiệp.

*Khách hàng coi trọng điều gì ở LSP?*

Họ coi trọng một đối tác có khả năng và sẽ giúp họ giải quyết các khó khăn và đạt được mục tiêu trong chiến lược kinh doanh. Cũng như LSP, khách hàng muốn cải thiện năng suất, giảm thiểu giá thành và đạt hiệu quả tối ưu. Do đó, họ cần có sự thông suốt trong chuỗi cung ứng.

Trong bản báo cáo tháng 5/2013 với tên gọi “Tính thông suốt của chuỗi cung ứng: chiến lược sống còn nhằm tối ưu hóa giá thành và dịch vụ”, tập đoàn Aberdeen đã đưa ra kết quả nghiên cứu 149 công ty với chuỗi cung ứng toàn cầu.

60% các công ty cho rằng tính thông suốt của chuỗi cung ứng đóng vai trò tối quan trọng trong việc phát triển, trong khi 28% các công ty đánh giá vai trò này ở mức độ trung bình. Kết hợp lại chúng ta có thể thấy tính thông suốt của chuỗi cung ứng là một ưu tiên hàng đầu của hầu hết các công ty tham gia nghiên cứu của Aberdeen.

Nghiên cứu cũng chỉ ra tầm quan trọng sống còn của tính thông suốt trong chuỗi cung ứng đối với các công ty nhằm giảm giá thành và cải thiện hoạt động kinh doanh, đặc biệt là trong bối cảnh mạng lưới nhu cầu cung ứng ngày càng phức tạp và phân chia đa tầng.

- ✓ Xét theo nghiên cứu gần đây của Aberdeen, khách hàng thực sự coi trọng LSP mà có thể đảm bảo tính thông suốt của chuỗi cung ứng, hay nói cách khác cụ thể hơn là thông suốt từ A đến Z.

“Một trong những ưu tiên hàng đầu của chúng tôi là đáp ứng nhanh nhu cầu của khách hàng. Trong thời buổi cạnh tranh ngày nay, chúng tôi cần một đối tác cung cấp dịch vụ giao nhận vận chuyển hoạt động hết sức hiệu quả cùng với sự thông suốt trong các chuyến hàng của chúng tôi.”

*Ông David McNeil, Giám đốc điều hành,  
Bộ phận Tiếp thị, Công ty Khoáng sản & Vật liệu Arrium*

“DHL là một trong những công ty tiên phong trong việc triển khai và tuân thủ hệ tiêu chuẩn mở toàn cầu của GS1. Hệ tiêu chuẩn trừ danh này cũng được rất nhiều khách hàng của DHL áp dụng.”

*Ông Jaco Voorspuij, Trưởng bộ phận  
IT - Phát triển kinh doanh, Khu vực  
Âu - Phi - Trung Đông, DHL*

Về cơ bản, để cung cấp dịch vụ vận tải - giao nhận vận chuyển hoàn chỉnh, các LSP liên kết với nhiều đối tác khác như các nhà vận chuyển. Tuy nhiên với hệ thống riêng, họ *chỉ* có thể đảm bảo sự thông suốt trong chặng đường của họ, chứ không thể đảm bảo sự thông suốt từ A đến Z; hoặc nếu có thể thì họ sẽ tốn rất nhiều thời gian và tiền bạc bởi phải kết hợp thông tin từ nhiều hệ thống khác nhau của các đối tác trong toàn chuỗi cung ứng.

Với các tiêu chuẩn của GS1, doanh nghiệp hoàn toàn có thể có được sự thông suốt từ A đến Z mà không tốn nhiều công sức như trước đây. Các LSP dễ dàng theo dõi việc chuyên phát trong suốt chuỗi cung ứng. Ví dụ như Mã Công-ten-nơ Vận chuyển theo Xê-ri (SSCC) của GS1 là hệ thống nhận diện độc đáo, hiệu quả khi cùng được các nhà vận chuyển sử dụng. Đây chính là điểm mà mọi doanh nghiệp tham gia vào chuỗi cung ứng cần lưu ý nếu muốn có được tính thông suốt trong toàn chuỗi, kể cả thông tin chi tiết đến từng chuyến hàng và từng món hàng.

- ✓ Do đó, trong thời buổi có rất nhiều bên tham gia vận tải - giao nhận vận chuyển trong chuỗi cung ứng, việc nâng cao năng suất, dịch vụ khách hàng và các tiêu chí chủ chốt khác chỉ có thể đạt được khi các LSP bao quát toàn bộ chuỗi cung ứng, chứ không chỉ phần việc của họ.
- ✓ Thêm nữa, các LSP sẽ thấy một hệ thống riêng/ giao diện riêng không có nghĩa là “khóa chân” hãy giữ chân được khách hàng.

Về phía khách hàng, việc sử dụng hệ tiêu chuẩn mở sẽ đem lại nhiều lợi ích đáng kể so với việc sử dụng hệ thống riêng của các LSP.

“Các tiêu chuẩn của GS1 đã và đang là khuôn khổ cho việc trao đổi thông tin giữa các công ty, là cơ sở cho hoạt động tương kết được dễ dàng, thuận lợi. DSV chúng tôi nhận thấy giá trị kinh doanh đích thực đơn giản trong các giải pháp chung dựa trên hệ tiêu chuẩn áp dụng toàn cầu. Việc DSV sử dụng tiêu chuẩn của GS1 vừa giúp cho hệ tiêu chuẩn này được phát triển rộng khắp vừa giúp chúng tôi hiện thực hóa được nhu cầu kinh doanh.”

*Ông Mats Rosen, DSV*

Ông Jaco Voorspuij, Trưởng bộ phận IT - Phát triển kinh doanh, Khu vực Âu - Phi - Trung Đông của DHL, thường xuyên phải tham gia vào các gói thầu phức tạp, đa quốc gia. Ông khuyên rằng việc tích hợp hệ thống tiêu chuẩn này thực tế chỉ làm chi phí trội lên khoảng 1% giá trị hợp đồng, con số không đáng kể để khách hàng phải rút lui.

Các LSP có thể sẽ nhận ra rằng chiến lược “giữ chân” khách hàng nhiều khi lại phản tác dụng, kìm hãm những cơ hội mới, khách hàng mới, triển vọng mới.

✓ Khi ngày càng nhiều khách hàng áp dụng tiêu chuẩn cho tính thông suốt của chuỗi cung ứng, họ sẽ yêu cầu sự cởi mở từ phía các LSP.

Nếu chần chừ, các LSP rất có thể sẽ mất mối làm ăn vào tay các đối thủ có sử dụng hệ tiêu chuẩn toàn cầu.

“Khi sử dụng hệ tiêu chuẩn của GS1, LSP có thể đáp ứng nhu cầu của khách hàng nhanh hơn. Các hệ thống nhận dạng riêng không hẳn là không cho phép khách hàng chuyển từ LSP này sang LSP khác; quan trọng là hệ thống tiêu chuẩn mở sẽ giúp việc hợp tác giữa LSP và khách hàng được liền mạch, dễ dàng và ít rủi ro.”

*Ông Jaco Voorspuij, Trưởng bộ phận IT - Phát triển kinh doanh, Khu vực Âu - Phi - Trung Đông, DHL*

Như đã nêu, các LSP phải thường xuyên cộng tác với nhau để cung cấp dịch vụ giao nhận vận chuyển từ A đến Z. Với việc áp dụng hệ tiêu chuẩn mở, quan hệ hợp tác này sẽ có thể đạt được tính thông suốt từ A đến Z cũng như kiểm soát được toàn bộ chuỗi cung ứng.

Trong bản báo cáo có tên “Sự kết nối: khai thác công nghệ mới nhằm tạo ra năng suất trong toàn chuỗi cung ứng”, tập đoàn Telstra của Australia nhận xét: “Việc nâng cao năng suất thực [của các doanh nghiệp vận tải - giao nhận

Khách hàng sẽ được lợi về mặt thời gian – việc tích hợp hệ thống chỉ mất vài ngày thay vì vài tuần hay vài tháng. Giao diện dựa trên tiêu chuẩn có nhiều mức độ, cho phép LSP thêm nhiều khách hàng mới với chi phí thấp. Mặt khác, các giao diện được thiết lập riêng dựa trên khách hàng lại tốn nhiều phí tổn không cần thiết, mà không đem về cho LSP lợi thế cạnh tranh.

✓ Muốn giữ chân khách hàng, LSP cần hoạt động hiệu quả với chất lượng vượt trội để giúp khách hàng đạt được những ưu tiên trong kinh doanh.

✓ Chuyển đổi sang hệ thống mở với các tiêu chuẩn của GS1 giúp LSP có được tính thông suốt trong toàn chuỗi cung ứng và đạt được lợi thế cạnh tranh qua việc đem đến cho khách hàng điều họ thực sự cần.

## Câu chuyện số 2

“Khách hàng không bắt buộc chúng tôi phải sử dụng các tiêu chuẩn mở. Và với giao diện riêng, chúng tôi vẫn đang có thêm khách hàng mới.”

## Các điểm cần lưu ý

✓ Khách hàng đang dần định hướng lại sự ưu tiên trong danh sách yêu cầu đối với LSP bằng cách thêm tiêu chí “tuân theo các tiêu chuẩn mở.”

Ông Voorspuij khẳng định rằng trong khoảng 2 năm qua, công ty DHL ngày càng nhận được nhiều yêu cầu về tiêu chuẩn mở từ phía khách hàng.

Trên cương vị một nhà lãnh đạo phải làm việc tại nhiều quốc gia, ông Voorspuij cũng phải liên kết với rất nhiều công ty vận tải - giao nhận vận chuyển. Ông nhận định:

“Danh sách khách hàng có chính sách bám chặt các tiêu chuẩn là rất dài, dài hơn nhiều so với trước đây. Có một xu hướng mới là khách hàng yêu cầu LSP phải chủ động giới thiệu và áp dụng các tiêu chuẩn mở.”

✓ Một lý do chính cho xu hướng này là bản thân khách hàng cũng đang áp dụng các tiêu chuẩn của GS1 trong việc đẩy mạnh hợp tác và tương kết với các đối tác.

vận chuyển] chỉ có thể được hiện thực hóa thông qua hợp tác – có nghĩa là, thay đổi cách thức trao đổi, chia sẻ thông tin trong toàn chuỗi cung ứng. Điều này đòi hỏi tất cả hệ thống và những bên liên quan phải cùng làm việc trên một nền tảng.”

Bản báo cáo cũng cho thấy rõ trong quá trình thúc đẩy tiêu chuẩn hóa, vai trò của Hội đồng Giao nhận vận chuyển Australia (ALC) và GS1 Australia thông qua Nhóm làm việc về tiêu chuẩn chuỗi cung ứng là rất đáng kể. Nhóm làm việc này bao gồm các LSP như Border Express, DHL, Linfox và Toll Group; các khách hàng như Metcash, Nestle, Onesteel, The Reject Shop và Woolworths.

Sự thành lập của các nhóm làm việc GS1 hợp tác với các bên liên quan trong lĩnh vực vận tải - giao nhận vận chuyển đang ngày càng thu hút được sự quan tâm trên toàn cầu.

Vì vậy ngày càng có nhiều khách hàng áp dụng tiêu chuẩn của GS1, và họ cũng đang dần yêu cầu LSP làm điều tương tự để cũng có được tính thông suốt từ A đến Z trong chuỗi cung ứng, và sau cùng là thành quả trong kinh doanh.

### Danh hiệu “Người dẫn đầu” và “Người theo sau” của các công ty

Định nghĩa danh hiệu	Hoạt động
<b>Người dẫn đầu: 20% đầu</b> danh sách tính theo điểm hoạt động	<ul style="list-style-type: none"><li>• 96% đơn đặt hàng được chuyển đến khách hàng đầy đủ và đúng hạn</li><li>• 94% đơn đặt hàng nhận được từ nhà cung cấp đầy đủ và đúng hạn</li><li>• 26% trong số các công ty này đã giảm được tổng giá thành tính trên mỗi chuyến hàng trong năm trước</li><li>• 31% trong số các công ty này đã giảm được số hàng ngoài kho trong năm trước</li><li>• 100% các công ty này tuân theo tiêu chuẩn của GS1 và theo dõi trên từng sản phẩm</li></ul>
<b>Người theo sau: 80% còn lại</b> của danh sách	<ul style="list-style-type: none"><li>• 89% đơn đặt hàng được chuyển đến khách hàng đầy đủ và đúng hạn</li><li>• 87% đơn đặt hàng nhận được từ nhà cung cấp đầy đủ và đúng hạn</li><li>• 18% trong số các công ty này đã giảm được tổng giá thành tính trên mỗi chuyến hàng trong năm trước</li><li>• 18% trong số các công ty này đã giảm được số hàng ngoài kho trong năm trước</li><li>• Chỉ 25% các công ty này vừa tuân theo tiêu chuẩn của GS1 vừa theo dõi trên từng sản phẩm</li></ul>

Nguồn: Tập đoàn Aberdeen, tháng 5/2013

Theo thống kê ở trên, các công ty đạt danh hiệu “Người dẫn đầu” (có sử dụng tiêu chuẩn của GS1) có hoạt động vượt trội hơn hẳn các công ty có danh hiệu “Người theo sau” (chỉ 25 trong số này tuân theo tiêu chuẩn của GS1).

“Người dẫn đầu” hoạt động trội hơn 2,5 lần về mặt vận chuyển hàng hóa đến khách hàng chính xác, đúng hạn.

“Người dẫn đầu” trội hơn 2 lần về mặt nhận đủ số hàng trong thời gian quy định từ phía nhà cung cấp.

“Người dẫn đầu” trội hơn khoảng 1,5 lần về mặt giảm giá thành

“Người dẫn đầu” trội hơn 2 lần về mặt có sẵn hàng trong kho

30 trên tổng số 149 công ty đa quốc gia tham gia vào nghiên cứu của Tập đoàn Aberdeen<sup>1</sup> nay đã hoàn toàn áp dụng các tiêu chuẩn của GS1 để có được tính thông suốt trong chuỗi cung ứng và theo dõi được từng sản phẩm.

Các công ty này cũng đạt được danh hiệu “người dẫn đầu” dựa theo các thước đo sau của Aberdeen:

- Tỷ lệ % đơn đặt hàng nhận được từ nhà cung cấp đầy đủ và đúng hạn
- Tỷ lệ % đơn đặt hàng giao đến khách hàng đầy đủ và đúng hạn
- Thay đổi về tổng giá thành tính trên mỗi chuyến hàng trong năm trước
- Tỷ lệ hàng ngoài kho so với hàng có sẵn trong kho

“Khi cân nhắc lựa chọn đối tác cung cấp dịch vụ giao nhận vận chuyển, chúng tôi luôn ưu tiên những công ty có sử dụng các tiêu chuẩn của GS1 bởi họ có thể đem đến cho chúng tôi tính thông suốt trong chuỗi cung ứng và đáp ứng được nhu cầu hoạt động kinh doanh của chúng tôi.”

*Ông Marc Cox, Nhà Phân tích Kinh doanh Cấp cao, phụ trách Kho / Giao nhận vận chuyển / Quản trị Hệ thống Thông tin, Philips*

Nhờ chuyển đổi sang hệ thống các tiêu chuẩn mở của GS1, các LSP có thể thu hút nhiều môi kinh doanh mới và đáp ứng, hay thậm chí là vượt các nhu cầu của phía khách hàng. Việc nâng cao hoạt động và gặt hái thành quả là trong tầm tay của các LSP.

### Câu chuyện số 3

“Các đối thủ của tôi không đổi sang hệ tiêu chuẩn mở, vậy nên tôi không vội.”

#### Các điểm cần lưu ý

- ✓ Các LSP cần hành động ngay hôm nay; áp dụng các tiêu chuẩn của GS1 để ứng phó được với thị trường đầy thách thức ngày nay. Hãy lớn mạnh thay vì chỉ sống sót!

Từ trước tới giờ, các LSP có thể chuyển được nhiều chuyến hàng lớn đến tận tay khách hàng, mô hình kinh doanh cũng đơn giản, dễ quản lý và đem lại lợi nhuận. Xây dựng và duy trì năng lực để có thể chuyển phát được các chuyến hàng lớn luôn là ưu tiên hàng đầu của các LSP.

Tuy nhiên, vào năm 2004, tạp chí Wired<sup>2</sup> đã đăng một bài báo nói về lý thuyết “cái đuôi dài”. Lý thuyết này có thể được hiểu như sau: nền kinh tế đang chuyển mình từ việc chú trọng đến nhiều sản phẩm bình thường với số lượng nhỏ (phần đầu của đường cong nhu cầu khách hàng) sang quan tâm đến số lượng lớn các sản phẩm độc đáo (phần đuôi của đường cong nhu cầu khách hàng).

9 năm sau, lý thuyết này đã trở thành hiện thực. Khách hàng ngày nay có thể dễ dàng tiếp cận các sản phẩm trực tuyến. Điều này có nghĩa là các LSP phải làm việc trong một thị trường rời rạc khi phải chuyển phát nhiều chuyến hàng nhỏ lẻ của nhiều loại sản phẩm trong một khoảng thời gian ngắn.

Trong 10 năm qua, ngành giao nhận vận chuyển đã phát triển mạnh mẽ. Trong khi các LSP luôn muốn tìm cách giảm giá thành thì thị trường với “cái đuôi dài” liên tục đẩy giá thành lên cao.

Các nhân tố dẫn đến sự thay đổi trong thị trường mới còn có áp lực về chất lượng từ phía khách hàng và các chi phí khác.

Lấy chi phí duy trì hệ thống riêng làm ví dụ. Hơn mười năm trước, các LSP liên kết với hệ thống của khách hàng thông qua các hệ thống riêng đơn giản, dễ duy trì. Tuy nhiên, với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ ngày nay, bộ phận IT của các LSP trở nên bận rộn hơn khi phải đối mặt với gánh nặng duy trì nhiều kết nối với nhiều khách hàng. Vì vậy, trong khi giá thành của công nghệ có thể giảm thì giá thành của việc duy trì hệ thống kết nối với khách hàng lại leo thang. Với giao diện mở, chi phí cho việc duy trì có thể được giảm thiểu.

1 - Tập đoàn Aberdeen, “Tính thông suốt của chuỗi cung ứng: chiến lược sống còn nhằm tối ưu hóa giá thành và dịch vụ”, 5/2013

2 - Chris Anderson, “Lý thuyết cái đuôi dài”, tạp chí Wired, 10/2004

- ✓ Khi triển khai các tiêu chuẩn của GS1, LSP còn có thể tránh được hay giảm thiểu phí tổn cho những hoạt động không cần thiết và kém hiệu quả, góp phần cải thiện giá thành và chất lượng dịch vụ trong toàn chuỗi cung ứng.

Bằng việc sử dụng tiêu chuẩn của GS1, LSP có thể dễ dàng đáp ứng nhu cầu về dịch vụ giao nhận vận chuyển giá rẻ của khách hàng, cũng như mang đến khách hàng các dịch vụ giá trị gia tăng.

Ví dụ như khi chuyển phát 1 pa-lét từ LSP đến tay đối tác giao nhận vận chuyển, pa-lét này thường bị dán nhãn mác khác để phù hợp với hệ thống nhận diện riêng của đối tác này. Với các tiêu chuẩn của GS1 thì LSP và tất cả các đối tác sẽ không phải mất công dán nhãn lại mà chỉ cần dùng các mã phân định chung như SSCC (mã công-ten-nơ vận chuyển theo xê-ri – Serial Shipping Container Code) cho 1 đơn vị giao nhận vận chuyển (ví dụ pa-lét). Mã SSCC cùng với tất cả thông tin có trên đó được gắn trên pa-lét và đều có thể được quét bởi tất cả các bên sử dụng mã trong chuỗi cung ứng.

Các mã phân định khác góp phần đem lại sự thông suốt trong chuỗi cung ứng còn có Mã toàn cầu phân định hàng hóa kí gửi GINC (Global Identification Number for Consignment) và Mã toàn cầu phân định hàng gửi GSIN (Global Shipping Identification Number).

✓ Việc dùng chung các mã phân định, chung cách quản lý thông tin trên hàng gửi và sản phẩm có giá trị giúp LSP, đối tác và khách hàng tiết kiệm thời gian, tiền bạc cũng như hiệu lực từ việc có nhiều nhãn mác.

Một vài LSP lo ngại việc sử dụng các tiêu chuẩn mở sẽ biến công việc kinh doanh của họ thành những món hàng.

Theo ông Voorspuij, ưu tiên hàng đầu đối với đa phần khách hàng của DHL là chất lượng dịch vụ vận chuyển. Yêu cầu này được tính dựa trên các tiêu chí như giao hàng đầy đủ, đúng hẹn; số lượng thiệt hại, tổn thất; và tính tương thích của nhãn mác.

Ví dụ, LSP có thể tích hợp SSCC và GTIN (Global Trade Item Number – Mã số thương phẩm toàn cầu) vào các tin nhắn điện tử để quản lý hàng và hóa đơn tốt hơn. Tin nhắn điện tử này có nhiệm vụ báo trước các thông tin chi tiết về chuyển hàng đang chờ đến trung tâm phân phối của bên nhận là LSC. Thay vì phải chờ chuyển hàng đến rồi mới xác nhận thông tin, LSC có thể sử dụng gói tin Giấy báo vận chuyển hàng hóa, một phương thức gửi tin nhắn, để chuẩn bị sẵn chỗ trong kho cho chuyển hàng đó, giúp hoạt động kinh doanh nhanh hơn, hiệu quả hơn.

“Chúng tôi đang khuyến khích các công ty xây dựng chương trình khung sử dụng tiêu chuẩn của GS1 để hợp tác tốt hơn trên Australia và trên toàn thế giới.”

*Michael Kilgariff, CEO, Hội đồng Giao nhận vận chuyển Australia*

Khi lựa chọn đối tác, đặc biệt là đối tác giao nhận vận chuyển, rất nhiều công ty coi trọng việc sử dụng các phương thức kinh doanh bền vững và coi đây là nhân tố quyết định.

Các tiêu chuẩn của GS1 cho phép LSP, khách hàng và đối tác giao nhận vận chuyển cùng nhau hợp tác, vận chuyển và lưu kho hiệu quả, ổn định chuỗi cung ứng.

Chẳng hạn như các LSP có thể tổng hợp các chuyến hàng từ nhà máy hay nhà cung cấp nguyên vật liệu thành từng nhóm tương đương nhau cho các LSC khác nhau. Tiếp theo họ sẽ tách nhóm các đơn đặt hàng này để có thể vận chuyển trên chặng đường cuối, từ trạm gần nhất đến điểm đến. Với mô hình này, LSP và LSC cần phải phối hợp với nhau cùng sử dụng các tiêu chuẩn của GS1.

Có một điều rõ ràng là thị trường giao nhận vận chuyển ngày nay cần phải có những phương thức giao nhận vận chuyển mới, những phương thức chuyển hàng thông minh hơn trong suốt chuỗi cung ứng. Các LSP còn tiếp tục sử dụng những phương thức kinh doanh hiện thời cuối cùng cũng sẽ bị loại bỏ khỏi mạng lưới hợp tác của các đối tác cùng sử dụng tiêu chuẩn GS1 để cùng có lợi.

“Là một tổ chức phức hợp với nhiều ngành kinh doanh khác nhau, chúng tôi thấu hiểu tầm quan trọng của các tiêu chuẩn dữ liệu và tính tương kết giữa các hệ thống. Chúng tôi đang cực kỳ chú trọng đến vấn đề này và coi đó là một trong những mục tiêu trọng tâm.”

*Mohan Aiyaswami, Bộ phận chiến lược, Tập đoàn Toll*

## Để bắt đầu

Các LSP đã sẵn sàng cho một sự đổi mới hữu hiệu hơn có thể bắt đầu với những bước sau:

- ✓ Chọn lĩnh vực hoạt động với tiềm năng lớn nhất có thể có được khi sử dụng hệ tiêu chuẩn mở; ví dụ, quản lý kho, quản lý hóa đơn và giao nhận.
- ✓ Áp dụng những phương thức tốt nhất để thay đổi và tiêu chuẩn hóa các quá trình, nhằm tạo ra nền tảng vững chắc cho việc tích hợp các tiêu chuẩn GS1 sau này.
- ✓ Tích lũy thông tin từ phía GS1 cũng như những bài học kinh doanh từ các đối tác trong lĩnh vực vận tải - giao nhận vận chuyển. Tham khảo website [www.gs1.org/transportlogistics](http://www.gs1.org/transportlogistics) hoặc liên hệ với tổ chức thành viên GS1 gần nhất qua [www.gs1.org/contact](http://www.gs1.org/contact).

## Thông tin chi tiết:

Để biết thêm thông tin chi tiết về giá trị của các tiêu chuẩn GS1 trong lĩnh vực vận tải - giao nhận vận chuyển, vui lòng liên hệ Audrey Kremer, Văn phòng GS1 toàn cầu, tại địa chỉ email [audrey.kremer@gs1.org](mailto:audrey.kremer@gs1.org).