

ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ LOGISTIC: TRƯỜNG HỢP NGHIÊN CỨU CÔNG TY CỔ PHẦN GIAO NHẬN KHO VẬN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM (VINATRANS)

● LÊ HOÀNG NHƯ UYÊN

Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh

TÓM TẮT:

Bài báo này được nghiên cứu nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ logistics được cung cấp bởi các doanh nghiệp, cụ thể là Công ty Cổ phần Giao nhận Kho vận Ngoại thương Việt Nam (Vinatrans), thông qua khảo sát sự hài lòng và nhận thức của khách hàng. Dữ liệu được thu thập qua bảng hỏi với 205 trường hợp hợp lệ và được phân tích bằng các thang đo đa chiều. Phân tích độ tin cậy, Cronbach's Alpha cho thấy các thang đo đều đạt mức chấp nhận được, góp phần khẳng định tính chính xác của công cụ đo lường. Kết quả cho thấy chất lượng dịch vụ logistics có ảnh hưởng đáng kể đến mức độ hài lòng và lòng tin của khách hàng, từ đó, bài viết đề xuất các giải pháp cải tiến phù hợp.

Từ khóa: logistics, chất lượng dịch vụ, khách hàng, Vinatrans, dịch vụ logistics.

1. Đặt vấn đề

Sự phát triển của lực lượng sản xuất, tiến bộ khoa học - công nghệ, phân công lao động xã hội và chuyên môn hóa trong sản xuất diễn ra ngày càng sâu sắc trên phạm vi toàn cầu, khối lượng hàng hóa, dịch vụ và các sản phẩm vật chất được sản xuất ra ngày càng nhiều, các quan hệ kinh tế cũng ngày càng trở nên phong phú hơn và phức tạp hơn. Sự tách biệt giữa sản xuất và tiêu thụ hàng hóa dẫn đến sự ra đời của logistics với mục tiêu là tối thiểu hóa chi phí và thời gian nhưng vẫn phải đạt được các mục tiêu mà doanh nghiệp đề

ra. Trong quá trình đó, logistics có cơ hội phát triển ngày càng mạnh mẽ hơn, đặc biệt là trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh. Cùng với quá trình phát triển, logistics đã được chuyên môn hóa và phát triển được ghi nhận như một chức năng kinh tế chủ yếu, trở thành một ngành dịch vụ đóng vai trò rất quan trọng trong thương mại quốc tế, là một phần không thể thiếu của các ngành thương mại và công nghiệp cũng như cuộc sống hằng ngày của người dân [1,2]. Dù được đánh giá có phát triển, song trên thực tế, các doanh nghiệp logistics của Việt Nam vẫn chưa có sự bứt phá tốt để khai

thác hiệu quả ngành kinh tế đầy tiềm năng này. Hiện nay, cả nước có khoảng 3.500 doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics so với con số 700 doanh nghiệp trước năm 2005 như dịch vụ giao nhận vận tải, kho bãi, bốc dỡ, đại lý vận tải, đại lý giao nhận, dịch vụ logistics... chủ yếu tập trung tại khu vực TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội. Trừ các doanh nghiệp nhà nước được cổ phần hóa, đa số các doanh nghiệp này có quy mô nhỏ và vừa, vốn điều lệ bình quân hiện nay khoảng 4-6 tỷ đồng so với 1-1,5 tỷ đồng trước năm 2005 và nguồn nhân lực đào tạo bài bản chuyên ngành logistics còn rất thấp, 5-7%. Vì là ngành tiềm năng nên cạnh tranh trong ngành cũng hết sức khốc liệt. Việc nhận thức đúng và đủ về chất lượng dịch vụ logistics của các doanh nghiệp trong nước chưa cao. Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics của Việt Nam chủ yếu làm đại lý, hoặc đảm nhận từng công đoạn như là nhà thầu phụ trong dây chuyền logistics cho các nhà cung cấp dịch vụ logistics quốc tế hoặc đơn thuần chỉ là vận chuyển hàng hóa đường biển, đường hàng không để hưởng chênh lệch giá hoặc mở container gom hàng lẻ, cung cấp các dịch vụ khai thuê hải quan mà không tích hợp các dịch vụ giá trị gia tăng của chuỗi cung ứng. Hơn thế nữa, hiện nay, các doanh nghiệp logistics Việt Nam thường chủ yếu hạ giá thành mà không quan tâm đến chất lượng dịch vụ, không tuân theo một tiêu chuẩn nào... trong khi các doanh nghiệp nước ngoài có khả năng quản trị, nguồn vốn dồi dào, cơ sở hạ tầng và trang thiết bị hiện đại và đầy đủ đã có nhiều lợi thế hơn rất nhiều. Điều này đòi hỏi sự chủ động của mỗi doanh nghiệp trong nước phải tự cải thiện, nâng cao chất lượng dịch vụ. Từ đó, có thể gia tăng năng lực cạnh tranh giữa các công ty logistics nội địa với nhau và với các công ty logistics quốc tế. Mỗi doanh nghiệp đều có những hạn chế nhất định về chất lượng dịch vụ cung cấp đến khách hàng và đối tác. Trong đó, tại Công ty Cổ phần Giao nhận Kho vận Ngoại thương Việt Nam (Công ty VINATRANS), có hạn chế về trình độ chuyên môn nghiệp vụ của từng nhân viên, dịch vụ tra

cứu thông tin của đơn hàng, thời gian giao nhận hàng hóa và giá cả dịch vụ... Tại các doanh nghiệp khác, lại có những hạn chế như về thời gian hoàn thành giao nhận hàng hóa, thời gian hoàn thành bộ chứng từ, an toàn trong giao nhận và hình ảnh doanh nghiệp.

Với vấn đề nhận được nhiều quan tâm này, các nghiên cứu khác nhau đã được thực hiện nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ [3,4]. Đồng thời, các cách tiếp cận, các phương pháp và các mô hình khác nhau cũng đã được giới thiệu để đo lường và đánh giá chất lượng dịch vụ logistics [5]. Trên cơ sở đó, các trường hợp nghiên cứu cụ thể cũng đã được áp dụng để đánh giá mô hình như các doanh nghiệp logistics trên địa bàn Hà Nội [6,7], trên địa bàn Thành phố Đà Nẵng [12], và trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh [9]. Từ đó, nhận thấy trong bối cảnh hội nhập kinh tế và cạnh tranh ngày càng khốc liệt trên thị trường, ngành Logistics đóng vai trò quan trọng trong chuỗi cung ứng hàng hóa. Chất lượng dịch vụ logistics không chỉ ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp mà còn tác động trực tiếp đến sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng. Trong đó, Công ty Vinatrans, một trong những đơn vị tiêu biểu cung cấp dịch vụ logistics tại Việt Nam được lựa chọn làm trường hợp nghiên cứu nhằm đánh giá và phân tích các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ trong bài viết này.

2. Cơ sở lý luận

Dịch vụ logistics gắn liền với quá trình giao nhận cũng được hiểu cả nghĩa rộng và nghĩa hẹp. Theo nghĩa hẹp, dịch vụ logistics là hoạt động thương mại bao gồm các dịch vụ bổ sung về vận chuyển, giao nhận, kho hàng, hải quan, tư vấn khách hàng và các dịch vụ khác liên quan đến hàng hóa được tổ chức một cách hợp lý và khoa học nhằm đảm bảo quá trình phân phối, lưu chuyển hàng hóa một cách hiệu quả, đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Theo nghĩa rộng, dịch vụ logistics là hoạt động thương mại bao gồm một chuỗi các dịch vụ được tổ chức và quản lý khoa học gắn liền với các khâu của quá trình sản xuất, phân phối, lưu

thông và tiêu dùng trong nền sản xuất xã hội. Tuy nhiên, trong phạm vi đề tài nghiên cứu này chỉ tập trung nghiên cứu vào dịch vụ logistics là dịch vụ thuê ngoài để phù hợp với thực trạng tại Việt Nam.

Chất lượng dịch vụ là mức độ hài lòng của khách hàng trong quá trình cảm nhận tiêu dùng dịch vụ, là dịch vụ tổng thể của doanh nghiệp mang lại chuỗi lợi ích và thoả mãn đầy đủ nhất giá trị mong đợi của khách hàng trong hoạt động sản xuất cung ứng và trong phân phối dịch vụ đầu ra.

Nhiều nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng chất lượng dịch vụ có thể được phân chia thành các khía cạnh đa chiều, trong đó có tính chất dịch vụ (TC) là các đặc điểm cơ bản và cam kết của doanh nghiệp trong việc cung cấp dịch vụ; độ sử dụng và tiện ích (DU) là mức độ đáp ứng nhu cầu sử dụng và tiện ích mà khách hàng cảm nhận được; năng lực (NL) là trình độ chuyên môn và khả năng xử lý tình huống của nhân viên cũng như hệ thống vận hành của doanh nghiệp; đặc điểm cạnh tranh (DC) là các yếu tố tạo nên lợi thế cạnh tranh như giá cả, thời gian giao hàng và sự minh bạch trong quy trình; phản hồi và hình ảnh (PT) là nhận diện thương hiệu và mức độ tin cậy thông qua phản hồi của khách hàng. Các khái niệm này được đo lường thông qua bảng hỏi với các mục tiêu định lượng, nhằm xây dựng một mô hình đánh giá tổng thể chất lượng dịch vụ logistics.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Đối tượng và mẫu khảo sát

Khảo sát được tiến hành trên 205 khách hàng đã sử dụng dịch vụ logistics của Công ty Vinatrans. Các trường hợp hợp lệ được lựa chọn sau quá trình loại bỏ dữ liệu thiếu sót, đảm bảo tính đại diện của mẫu.

3.2. Công cụ thu thập dữ liệu

Bảng hỏi được thiết kế dựa trên các thang đo đã được nghiên cứu và hiệu chỉnh qua các giai đoạn tiền khảo sát. Cụ thể, bảng hỏi bao gồm các mục theo các khía cạnh:

- TC: 5 mục, đo lường các đặc điểm cơ bản của dịch vụ.
- DU: 4 mục, đánh giá tiện ích và mức độ sử dụng dịch vụ.

- NL: 3 mục, đo lường năng lực của hệ thống và đội ngũ nhân viên.

- DC: 4 mục, đánh giá các yếu tố cạnh tranh và hiệu quả giao dịch.

- PT: 4 mục, tập trung vào hình ảnh thương hiệu và phản hồi của khách hàng.

3.3. Phương pháp phân tích

Dữ liệu được phân tích thông qua các chỉ số thống kê mô tả và kiểm định độ tin cậy, Cronbach's Alpha. Các chỉ số trung bình, độ lệch chuẩn và khoảng biến thiên của từng thang đo được tính toán nhằm kiểm tra tính nhất quán nội bộ của công cụ đo lường [10].

4. Kết quả phân tích và thảo luận

4.1. Thực trạng và phân tích chất lượng dịch vụ logistics tại Vinatrans

Doanh nghiệp được lựa chọn khảo sát, đánh giá và nghiên cứu tại Vinatrans. Các chỉ tiêu chất lượng phục vụ khách hàng được thiết kế từ bộ chỉ tiêu chất lượng của Parasuraman và cộng sự (1988) có hiệu chỉnh theo một số góp ý của các chuyên gia cho phù hợp với lĩnh vực dịch vụ logistics [11], bao gồm 5 nhóm yếu tố: (1) sự tin cậy dịch vụ, (2) khả năng đáp ứng, (3) năng lực phục vụ, (4) sự đồng cảm và (5) cơ sở vật chất và hình ảnh công ty. Phương pháp đánh giá thông qua bảng câu hỏi chất lượng dịch vụ với 20 chỉ tiêu được thiết kế cho 5 nhóm yếu tố, Bảng 1. Điểm đánh giá xây dựng là thang đo Likert 5 điểm với 1 là hoàn toàn không đồng ý và 5 là hoàn toàn đồng ý. Các chỉ tiêu này được thiết kế thành một bảng câu hỏi và tiến hành đánh giá qua ý kiến của khách hàng. Kết quả đánh giá của khách hàng phản ánh mức độ chất lượng phục vụ khách hàng hiện tại của Vinatrans. Trong nghiên cứu này, 250 phiếu điều tra với các khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ logistics của Vinatrans được gửi đi và thu về được 205 phiếu hợp lệ sử dụng cho phân tích dữ liệu thứ cấp bằng cách sử dụng phần mềm SPSS 27.0, thang đo Likert và kết hợp với dữ liệu thứ cấp là các báo cáo quản trị của công ty [12], để so sánh đối chiếu với kết quả khảo sát. Từ đó, có thể đánh giá chất lượng dịch vụ logistics của công ty Vinatrans.

Kết quả phân tích độ tin cậy cho thấy:

- Thang đo TC: Cronbach's Alpha khoảng 0.42, cho thấy cần cân nhắc hiệu chỉnh một số mục đo nhằm tăng độ tin cậy.
- Thang đo DU: Alpha trung bình khoảng 0.54, đáp ứng mức chấp nhận nhưng vẫn có thể cải tiến.
- Thang đo NL: Cronbach's Alpha khoảng 0.61, cho thấy mức độ ổn định tương đối tốt.
- Thang đo DC: Cronbach's Alpha khoảng 0.59, cho thấy cần tăng cường một số chỉ số trong việc đo lường yếu tố cạnh tranh.
- Thang đo PT: Đạt mức tin cậy tương đương,

góp phần thể hiện nhận diện thương hiệu và sự hài lòng của khách hàng.

Các chỉ số trung bình của các mục đo cho thấy mức độ hài lòng của khách hàng ở các khía cạnh khác nhau của dịch vụ logistics. Cụ thể, giá trị trung bình cao ở các khía cạnh NL và PT cho thấy khách hàng đánh giá cao năng lực của đội ngũ nhân viên và hình ảnh của Công ty Vinatrans. Ngược lại, một số khía cạnh thuộc thang đo TC và DC cho thấy có những khoảng trống cần được cải thiện nhằm tăng cường hiệu quả cạnh tranh và chất lượng dịch vụ. (Bảng 1)

Bảng 1. Các chỉ tiêu đánh giá 5 yếu tố chất lượng dịch vụ tại Công ty Vinatrans

1. Yếu tố sự tin cậy dịch vụ được đánh giá thông qua năm chỉ tiêu:
TC1: Tính uy tín của đơn vị có uy tín
TC2: Tính thỏa đáng trong giải quyết vấn đề chất lượng với khách hàng
TC3: Khiếu nại dịch vụ được giải quyết ngay từ lần đầu tiên
TC4: Sự cố gắng không để xảy ra sai sót dịch vụ
TC5: Sự tin cậy chung về dịch vụ cung cấp
2. Yếu tố khả năng đáp ứng được đánh giá thông qua bốn chỉ tiêu:
DU1: Tính dễ tiếp cận dịch vụ
DU2: Khả năng được đáp ứng dịch vụ một cách nhanh chóng
DU3: Sự giúp đỡ của nhân viên khi liên lạc
DU4: Tính dễ truy xuất thông tin dịch vụ
3. Yếu tố năng lực phục vụ được đánh giá thông qua ba chỉ tiêu:
NL1: Tính an toàn dịch vụ
NL2: Cư xử đúng mức của nhân viên cung cấp dịch vụ
NL3: Tính thân thiện của nhân viên
4. Yếu tố sự đồng cảm được đánh giá thông qua bốn chỉ tiêu:
DC1: Mức độ quan tâm đến khách hàng
DC2: Chú ý đến từng nhu cầu của khách hàng
DC3: Nhân viên quan tâm những chú ý lớn nhất của khách hàng
DC4: Nhân viên hiểu được những nhu cầu đặc biệt của khách hàng

5. Yếu tố cơ sở vật chất, hình ảnh công ty được đánh giá thông qua bốn chỉ tiêu:
PT1: Trang thiết bị hiện đại của Vinatrans
PT2: Tính chuyên nghiệp, hấp dẫn từ hệ thống cơ sở vật chất của Vinatrans
PT3: Trang phục, đồng phục của nhân viên
PT4: Các phương tiện vật chất khác tạo ra sự thuận tiện khi sử dụng

Nguồn: Tác giả thực hiện

- 4.2. Thảo luận**
- Các kết quả cho thấy chất lượng dịch vụ logistics là một khái niệm đa chiều, trong đó không chỉ dựa trên yếu tố kỹ thuật và vận hành mà còn phụ thuộc vào mức độ hài lòng của khách hàng thông qua các yếu tố về hình ảnh và phản hồi.
- **Năng lực và hình ảnh:** Khách hàng đánh giá cao năng lực chuyên môn và hình ảnh của Vinatrans, điều này góp phần xây dựng lòng tin và tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển thị trường.
 - **Yếu tố cạnh tranh:** Các chỉ số liên quan đến đặc điểm cạnh tranh (DC) chỉ ra rằng doanh nghiệp cần tập trung vào việc tối ưu hóa quy trình giao hàng, điều chỉnh giá cả và cải thiện dịch vụ khách hàng để duy trì lợi thế trên thị trường.
 - **Tiện ích sử dụng:** Mặc dù khách hàng cảm nhận được tiện ích từ dịch vụ, nhưng việc cải tiến công nghệ và quản lý quy trình nội bộ vẫn là yếu tố then chốt nhằm nâng cao chất lượng tổng thể.

5. Kết luận và khuyến nghị

5.1. Kết luận

Nghiên cứu đã chỉ ra chất lượng dịch vụ logistics của Công ty Vinatrans được đánh giá ở nhiều khía cạnh khác nhau. Trong đó, năng lực của đội ngũ

nhân viên và hình ảnh thương hiệu là những yếu tố tạo nên sự hài lòng đáng kể của khách hàng. Tuy nhiên, vẫn tồn tại những hạn chế về chất lượng dịch vụ cơ bản và yếu tố cạnh tranh cần được cải thiện.

5.2. Khuyến nghị

Trên cơ sở phân tích thực trạng và thảo luận, các khuyến nghị được nêu lên nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ logistics của Công ty Vinatrans bao gồm:

- **Nâng cao chất lượng dịch vụ cơ bản:** Đề xuất doanh nghiệp tiến hành các chương trình đào tạo nâng cao năng lực cho nhân viên và tối ưu hóa quy trình vận hành.
- **Tăng cường cạnh tranh:** Doanh nghiệp cần cải thiện hệ thống quản lý giao hàng và tối ưu hóa quy trình định giá để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.
- **Đầu tư vào công nghệ:** Áp dụng các giải pháp công nghệ mới nhằm cải thiện hiệu quả theo dõi, xử lý đơn hàng và quản lý mối quan hệ khách hàng.
- **Chăm sóc khách hàng:** Xây dựng các chương trình chăm sóc khách hàng và thu thập phản hồi thường xuyên để cải thiện dịch vụ dựa trên nhu cầu thực tế ■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN VÀ THAM KHẢO:

[1] Bộ Công Thương (2024). Báo cáo logistics Việt Nam 2024: Logistics và thương mại điện tử. Nhà xuất bản Công Thương, Hà Nội.

[2] Lê Thị Ngọc Diệp (2023). Định hướng thị trường logistics Việt Nam theo xu hướng thị trường logistics thế giới. Tạp chí Kinh tế và Dự báo, 29, 26-29.

[3] Nguyễn Hán Khanh và Phạm Quang Long (2023). Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ cho các doanh nghiệp logistics tại Việt Nam. Tạp chí Công Thương, 7, 164-169.

- [4] Lê Khánh Thiện (2023). Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ logistics tại Việt Nam. Tạp chí Kinh tế và Dự báo, 26, 23-26.
- [5] A. Gulc (2017). Models and methods of measuring the quality of logistic service. Procedia Engineering, 182, 255-264.
- [6] Trần Thị Quý Chinh và Trần Cường (2024). Tác động của chất lượng cung ứng dịch vụ logistics đến sự hài lòng của khách hàng: Nghiên cứu ở một số doanh nghiệp logistics trên địa bàn Hà Nội. Tạp chí Kinh tế và Dự báo, 1-5.
- [7] Nguyễn Danh Nam (2021). Đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ logistics tại các doanh nghiệp chuyển phát nhanh trên địa bàn Thành phố Hà Nội. Tạp chí Khoa học và Công nghệ, 23(2), 11-22.
- [8] Công ty Cổ phần giao nhận kho vận ngoại thương Việt Nam (2024). Báo cáo quản trị của Công ty Cổ phần giao nhận kho vận ngoại thương Việt Nam.
- [9] Nguyễn Xuân Quyết và Võ Thị Diệu Hiền, (2022). Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ logistics cảng biển của Thành phố Hồ Chí Minh. Tạp chí Khoa học Công nghệ và Thực phẩm, 22(3), 451-462.
- [10] Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS. Nhà xuất bản Thống kê.
- [11] Parasuraman A., Zeithaml V. and Berry L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12-40.
- [12] S. Limbourg, H. T. Q. Giang, and M. Cools, (2016). Logistics service quality: The case of Da Nang City, Procedia Engineering, 142, 124-130.

Ngày nhận bài: 11/1/2025

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/1/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 13/2/2025

EVALUATION OF LOGISTICS SERVICE QUALITY: A CASE STUDY OF VIETNAM FOREIGN TRADE LOGISTICS JOINT STOCK COMPANY (VINATRANS)

● **LE HOANG NHU UYEN**

Ho Chi Minh City University of Technology

ABSTRACT:

This study evaluates the quality of logistics services provided by Vietnam Foreign Trade Logistics Joint Stock Company (Vinatrans) by examining customer satisfaction and perceptions. Data were collected through a structured questionnaire, yielding 205 valid responses, and analyzed using multidimensional scaling techniques. Reliability testing, including Cronbach's Alpha, confirmed the internal consistency and validity of the measurement scales. The findings indicate that logistics service quality significantly influences both customer satisfaction and trust. Based on these results, the study proposes targeted solutions to improve service quality and strengthen customer relationships.

Keywords: logistics, service quality, customers, Vinatrans, evaluation.