

GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP LOGISTICS TẠI BÌNH DƯƠNG

● NGUYỄN HÁN KHANH - NGUYỄN MINH HOÀNG

TÓM TẮT:

Kết quả nghiên cứu này cho thấy có 5 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ logistics của các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Bình Dương, đó là: Độ tin cậy; Sự đảm bảo; Sự đáp ứng; Cơ sở vật chất kỹ thuật; Giá cả. Trong đó, yếu tố độ tin cậy tác động mạnh nhất. Trên cơ sở đó, tác giả đã đề xuất những giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ của các doanh nghiệp logistics tại Bình Dương, giúp các doanh nghiệp xây dựng chiến lược phát triển kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics tại Bình Dương.

Từ khóa: logistics, chất lượng dịch vụ, phân tích nhân tố khám phá.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, các quốc gia đang đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế tạo nên mối liên kết giữa doanh nghiệp này với doanh nghiệp khác, giữa khu vực này với khu vực khác, giữa quốc gia này với quốc gia khác, trong đó có Việt Nam. Chính vì vậy mà logistics đang phát triển mạnh mẽ và được coi là huyết mạch của nền kinh tế thế giới. Hơn nữa, từ ngày 11/1/2007, Việt Nam chính thức trở thành thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), việc này đã mở ra nhiều cơ hội cho Việt Nam tiếp cận các thị trường thế giới, thúc đẩy cải cách và tăng trưởng kinh tế, thu hút đầu tư, đặc biệt là thúc đẩy các hoạt động thương mại quốc tế.

Một trong những địa phương góp phần vào sự phát triển dịch vụ logistics của Việt Nam là tỉnh Bình Dương, với thế mạnh nằm ở trung tâm vùng kinh tế trọng điểm phía Nam, cửa ngõ giao thương với Thành phố Hồ Chí Minh. Tuy nhiên, việc khai thác tiềm năng logistics, đáp ứng nhu cầu vận tải hàng hóa của Bình Dương thời gian qua vẫn còn nhiều hạn chế. Bên cạnh đó, tối ưu hóa chi phí

logistics đã giúp lợi nhuận của doanh nghiệp tăng và thúc đẩy tốc độ tăng trưởng xuất nhập khẩu hàng hóa của tỉnh ngày càng tăng cao, nhiều doanh nghiệp đã chọn Bình Dương là nơi làm thủ tục hải quan và tập kết hàng hóa xuất nhập khẩu. Nhận thức được tầm quan trọng của dịch vụ logistics, tác giả quyết định thực hiện nghiên cứu này để đề xuất những “Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ của các doanh nghiệp logistics tại Bình Dương” nhằm xây dựng chiến lược phát triển kinh doanh, nâng cao sức cạnh tranh cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics trong tỉnh Bình Dương.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Chất lượng dịch vụ: Theo Wisniewski và Donnelly (1996): Chất lượng dịch vụ là mức độ đáp ứng của dịch vụ với nhu cầu hoặc mong đợi của khách hàng.

Parasuraman và cộng sự (1985) cho rằng: “Chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi (kỳ vọng) của khách hàng và nhận thức (cảm nhận) của họ khi đã sử dụng qua dịch vụ”. (Hình 1)

Dịch vụ logistics: Tại Việt Nam, lần đầu tiên khái niệm về dịch vụ logistics được nêu trong Luật Thương mại năm 2005 (Điều 233): “Dịch vụ logistics là hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công đoạn bao gồm nhận hàng, vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm thủ tục hải quan, các thủ tục giấy tờ khác, tư vấn khách hàng, đóng gói bao bì, ghi ký mã hiệu, giao hàng hoặc các dịch vụ khác có liên quan tới hàng hóa theo thỏa thuận với khách hàng để hưởng thù lao”.

2.2. Mô hình nghiên cứu

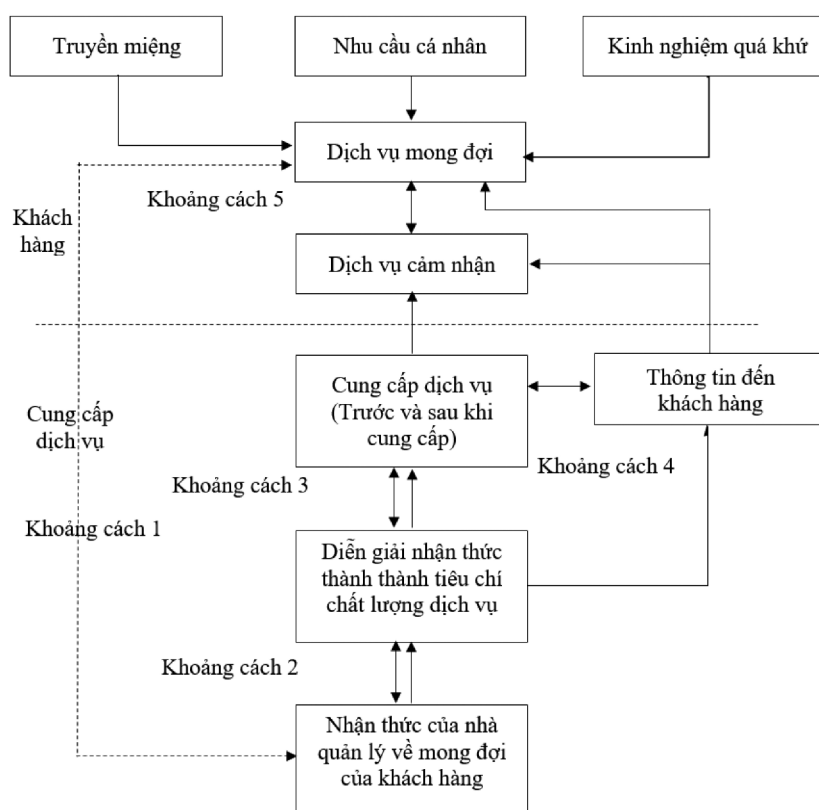
Từ cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ và dịch vụ logistics, cùng các mô hình nghiên cứu và thang đo của các nghiên cứu trước có liên quan, tác giả xây dựng mô hình đo lường sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của các doanh nghiệp logistics tại Bình Dương theo các nhân tố: Độ tin cậy; Sự đáp ứng; Sự đảm bảo; Cơ sở vật chất kỹ thuật; Giá cả. Mỗi quan hệ này được minh họa rõ ràng hơn mô hình nghiên cứu (Hình 2).

Độ tin cậy: Lòng tin của khách hàng đối với nhà cung cấp dịch vụ. Sự mong đợi đáp ứng kỳ vọng nhu cầu của khách hàng (Parasuraman et al. 1985).

Sự đáp ứng: Khả năng thỏa mãn những yêu cầu của khách hàng cũng như sự thấu hiểu và nắm bắt nhu cầu khách hàng của nhà cung cấp (Parasuraman et al. 1985).

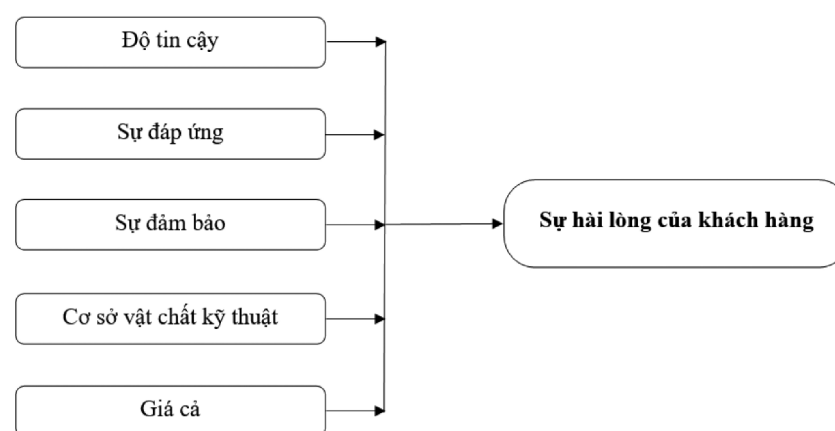
Sự đảm bảo: Là toàn bộ hoạt động có kế hoạch và hệ thống, được tiến hành trong quản lý chất lượng để tạo sự tin tưởng thỏa đáng rằng dịch vụ của tổ chức sẽ đáp ứng các yêu cầu về chất lượng (Parasuraman et al. 1985).

Hình 1: Mô hình chất lượng dịch vụ.



Nguồn: Parasuraman và cộng sự (1985)

Hình 2: Mô hình nghiên cứu



Cơ sở vật chất, kỹ thuật: Là toàn bộ phương tiện vật chất, kỹ thuật nhà cung cấp sử dụng nhằm đáp ứng yêu cầu khách hàng trong quá trình cung cấp dịch vụ (Parasuraman et al. 1985).

Giá cả: Là chi phí mà khách hàng phải trả cho dịch vụ chính cũng như các dịch vụ bổ sung (Banomyong et al. 2011).

Sự hài lòng: Là sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ của nhà cung cấp (Parasuraman et al. 1985).

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Độ tin cậy của các thang đo

Mức giá trị hệ số Cronbach's Alpha: $0,8 \leq$ Cronbach's Alpha ≤ 1 : rất tốt; $0,7 \leq$ Cronbach's Alpha $< 0,8$: tốt; $0,6 \leq$ Cronbach's Alpha $< 0,7$: đủ điều kiện (Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008)

Hệ số tương quan biến tổng: Nếu một biến đo lường có hệ số tương quan biến tổng $\geq 0,3$ thì biến đó đạt yêu cầu (Nunnally, 1978), nếu yếu tố nào nhỏ hơn 0,3 thì cần loại biến này ra khỏi nhân tố. Độ tin cậy thang đo được kiểm định với kết quả như Bảng 1.

3.2. Phân tích nhân tố khám phá

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) cho 5 nhân tố độc lập: Độ tin cậy; Sự đáp ứng; Sự đảm bảo; Cơ sở vật chất; Giá cả với 25 biến quan sát có ý nghĩa

về mặt thống kê. Kết quả thực hiện được như sau: (Bảng 2)

Có 5 nhân tố được rút trích từ phân tích EFA với giá trị Eigen Values của các nhân tố đều > 1 : đạt yêu cầu. Giá trị tổng phương sai trích = 66,883% ($> 50\%$): phân tích nhân tố khám phá đạt yêu cầu. Như vậy, 5 nhân tố được rút trích này giải thích cho 66,883% sự biến thiên của dữ liệu.

Bảng 1. Độ tin cậy các nhân tố

TT	Nhân tố	Mã hóa	Số biến	Cronbach's Alpha
1	Độ tin cậy	TC	5	0,880
2	Sự đáp ứng	DU	5	0,815
3	Sự đảm bảo	DB	5	0,827
4	Cơ sở vật chất kỹ thuật	CS	5	0,828
5	Giá cả	GC	5	0,807
6	Sự hài lòng	HL	4	0,817

Bảng 2. Bảng kết quả phân tích các nhân tố độc lập

STT	Biến quan sát	Nhân tố					Tên nhân tố
		1	2	3	4	5	
1	TC2	0,809					Độ tin cậy
2	TC4	0,770					
3	TC5	0,762					
4	DB5	0,755					
5	CS5	0,749					
6	TC3	0,749					
7	TC1	0,713					
8	DB1		0,817				Sự đảm bảo
9	DU5		0,814				
10	DB2		0,778				
11	DB3		0,750				
12	DB4		0,720				
13	DU1			0,799			Sự đáp ứng
14	DU3			0,796			
15	DU4			0,793			
16	DU2			0,770			

STT	Biến quan sát	Nhân tố					Tên nhân tố
		1	2	3	4	5	
17	CS1				0,849		Cơ sở vật chất kỹ thuật
18	CS2				0,797		
19	CS3				0,797		
20	CS4				0,770		
21	GC4					0.752	Giá cả
22	GC2					0.746	
23	GC3					0.740	
24	GC5					0.740	
25	GC1					0.633	
Eigenvalue		8.416	2,413	2,143	1,988	1,760	
Phương sai trích (%)		66,883					

Nguồn: Kết quả tính toán từ SPSS

Bảng 3. Bảng kết quả phân tích EFA nhân tố phụ thuộc

STT	Biến quan sát	Nhân tố	Tên nhân tố
		1	
1	HL1	0,855	Sự hài lòng (HL)
2	HL3	0,793	
3	HL2	0,790	
4	HL4	0,778	
Eigenvalue		2,590	
Phương sai trích (%)		64,740	

Kết quả Bảng 3 cho thấy, các giá trị của nhân tố phụ thuộc đạt yêu cầu để tiếp tục phân tích hồi quy.

3.3. Phân tích hồi quy

Như kết quả phân tích thì mô hình nghiên cứu có R^2 hiệu chỉnh là 0.404 nghĩa là 40.4% sự biến thiên sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ logistics được giải thích bởi sự biến thiên của các thành phần: Độ tin cậy; Sự đảm bảo; Sự đáp ứng; Cơ sở vật chất kỹ thuật và giá cả. (Bảng 4)

Kết quả cho thấy cả 5 nhân tố độc lập: TC, DU, DB, CS, GC đảm bảo có ý nghĩa thống kê và tác động đến sự hài lòng của khách hàng với độ tin cậy 95% (Sig. < 0,05).

Phương trình hồi quy thu được như sau:

$$HL = 0,294 + 0,150*TC + 0,222*DB + 0,131*DU + 0,163*CS + 0,240*GC + ei$$

4. Giải pháp

4.1. Đảm bảo chất lượng dịch vụ trong toàn chuỗi

Để nâng cao sự hài lòng cho khách hàng đối với doanh nghiệp dịch vụ logistics cần phải đảm bảo chất lượng dịch vụ trong toàn chuỗi. Doanh nghiệp dịch vụ logistics luôn luôn theo dõi quá trình vận chuyển hàng hóa từ nhà máy đến điểm nhận hàng. Đảm bảo hàng hóa khách hàng được vận chuyển một cách an toàn. Nhân viên doanh nghiệp dịch vụ logistics đảm bảo độ chính xác của các chứng từ hàng hóa, để việc làm thủ tục xuất khẩu ở nhà máy sản xuất và làm thủ tục nhập khẩu hàng không bị gián đoạn vì lỗi sai chứng từ. Nhân viên cần phải được đào tạo trình độ chuyên môn một cách kỹ lưỡng để đáp ứng nhu cầu khách

Bảng 4. Bảng mô hình tổng thể

Mô hình	R	R ²	R ² điều chỉnh	Độ lệch chuẩn	Hệ số Durbin-Watson
1	0,644a	0,415	0,404	0,47464	1,959

Bảng 5. Kết quả hồi quy

Mô hình		Hệ số không chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa	Thống kê đa cộng tuyến	
		B	Độ lệch chuẩn	Beta			Dung sai	VIF
1	(Constant)	0,294	0,233		1,261	0,208		
	TC	0,150	0,057	0,156	2,626	0,009	0,637	1,571
	DB	0,222	0,054	0,232	4,086	0,000	0,695	1,439
	DU	0,131	0,051	0,140	2,584	0,010	0,762	1,313
	CS	0,163	0,051	0,172	3,216	0,001	0,787	1,271
	GC	0,240	0,057	0,224	4,243	0,000	0,805	1,242
a. Biến phụ thuộc: Sự hài lòng (HL)								

hàng. Đặc biệt, trong những trường hợp phát sinh vấn đề, nhân viên có đủ kiến thức để xử lý một cách nhanh chóng, không trì hoãn. Cam kết dịch vụ được diễn ra đúng như hoạch định. Cung cấp đa dạng các loại hình dịch vụ đáp ứng như cầu và mong muốn của khách hàng như bốc xếp hàng hóa, chuyển phát nhanh chứng từ, xin chứng nhận xuất xứ, vệ sinh sửa chữa container theo yêu cầu của nhà máy,...

Nâng cao công tác dịch vụ chăm sóc khách hàng không chỉ đơn thuần là giải quyết các đơn đặt hàng của khách hàng. Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics cần đa dạng hóa các hoạt động chăm sóc khách hàng hơn nữa như: tìm hiểu nhu cầu khách hàng; tư vấn hỗ trợ những dịch vụ kèm theo; theo dõi đơn hàng; xử lý tối ưu các vấn đề phát sinh trong quá trình cung ứng,...

4.2. Xây dựng chiến lược giá cạnh tranh, hợp lý

Cần xây dựng đa dạng các chiến lược giá khác nhau, chọn lựa những chiến lược nào tùy thuộc vào điều kiện hiện tại, đối tượng khách hàng và mục tiêu hướng đến của nhà cung cấp. Việc phải cân đối giữa lợi nhuận của nhà cung cấp và lợi ích của khách hàng là điều vô cùng quan trọng. Chi phí mà khách hàng bỏ ra để sử dụng dịch vụ cần nhận được sự quan tâm, trân trọng, hỗ trợ nhiệt tình từ nhà cung cấp, doanh nghiệp logistics. Họ cần hiểu được nhu cầu và mong muốn của khách hàng để đáp ứng làm thỏa mãn các nhu cầu đó sao cho khách hàng cảm nhận được những gì mình nhận từ nhà cung cấp xứng đáng với khoản chi phí đã bỏ ra, cảm nhận rằng chi phí đó là hoàn toàn hợp lý và chấp nhận được.

4.3. Nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật

Hoạt động logistics ngày nay không chỉ gắn liền với hoạt động kho vận, giao nhận vận tải, mà còn lên kế hoạch, sắp xếp thành chuỗi cung ứng bắt đầu từ nguyên vật liệu của nhà cung ứng chuyển đến nhà sản xuất. Do đó, trong thời gian tới, các doanh nghiệp dịch vụ logistics cần phải nâng cao năng lực cạnh tranh cũng như phát triển hơn nữa, không ngừng đổi mới, cải thiện cơ sở vật chất, kỹ thuật luôn là tiền đề quan trọng cần được đặt lên hàng đầu, cụ thể là:

Nâng cấp và mở rộng hệ thống kho bãi, đầu tư các trang thiết bị hiện đại phục vụ quá trình bốc xếp, vận chuyển chuyên dùng và các dịch vụ hỗ trợ khác tạo lợi thế cạnh tranh và nâng cao chất lượng phục vụ.

Luôn chuẩn bị đầy đủ cơ sở, điều kiện phương tiện vật chất kỹ thuật cho hoạt động logistics ở các cảng, các kho, các nơi kiểm tra hàng hóa,...

Tổ chức thống kê và đánh giá cơ sở vật chất, trang thiết bị định kỳ nhằm có kế hoạch đổi mới tránh xảy ra sự cố làm ảnh hưởng đến tiến độ giao hàng của khách hàng và đảm bảo các hoạt động thông suốt.

5. Kết luận

Nghiên cứu này đã tập trung phân tích, đánh giá các yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ của các doanh nghiệp logistics tại tỉnh Bình Dương. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đã đề xuất các giải pháp để nâng cao chất lượng dịch vụ, giúp các doanh nghiệp xây dựng chiến lược phát triển kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics tại tỉnh Bình Dương ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Anderson & Gerbing. (1988). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Journal of Psychological Bulletin*, 103 (3), 411-423.
2. Gerbing, W. D., and Anderson, J. C. (1988). An updated paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment. *Journal of Marketing Research*, 25(2), 186 – 192.
3. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS. NXB Hồng Đức 2008.
4. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49 (3), 41 - 50.
5. Wisniewski, M. and Donnelly, M. (1996). Measuring service quality in the public sector: the potential for SERVQUAL. *Total Quality Management*, 7(4), 357-365.

Ngày nhận bài: 8/3/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 5/4/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/4/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. NGUYỄN HÁN KHANH

2. ThS. NGUYỄN MINH HOÀNG

Khoa Kinh tế, Trường Đại học Thủ Dầu Một

SOLUTIONS TO ENHANCE THE QUALITY OF SERVICES PROVIDING BY LOGISTICS ENTERPRISES IN BINH DUONG PROVINCE

● Ph.D **NGUYEN HAN KHANH**¹

● Master. **NGUYEN MINH HOANG**¹

¹Faculty of Economics, Thu Dau Mot University

ABSTRACT:

This study finds out that there are five factors affecting the satisfaction of customers when using logistics services providing by enterprises in Binh Duong province, including reliability, assurance, responsiveness, technical facilities, and price. Among these factors, reliability has the strongest impact on the customer satisfaction. Based on the study's results, some solutions are proposed to improve the quality of services providing by logistics enterprises in Binh Duong province, to help they develop strategies and improve competitiveness.

Keywords: logistics, service quality, exploratory factor analysis.