

NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ LOGISITIC CỦA CÔNG TY CPDV HÀNG HÓA TÂN SƠN NHẤT QUA MÔ HÌNH CẤU TRÚC TUYẾN TÍNH PLS-SEM

● ĐÌNH KIÊM - TRẦN VĂN THUẬT

TÓM TẮT:

Nghiên cứu tập trung phân tích đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ logistic của Công ty CPDV Hàng hóa Tân Sơn Nhất (viết tắt TCS). Dữ liệu trong nghiên cứu được thu thập từ 335 khách hàng gồm các doanh nghiệp đang sử dụng dịch vụ của Công ty. Phương pháp định lượng bằng mô hình (PLS-SEM), kết quả đã cho thấy: Sự hài lòng về chất lượng dịch vụ logistic tại Công ty TCS chịu tác động bởi 7 yếu tố, đó là: Nguồn nhân lực, Chất lượng thông tin, Chất lượng xử lý đơn hàng, Cơ sở vật chất, Sự kịp thời, Hình ảnh công ty, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Trong đó các yếu tố: Chất lượng xử lý đơn hàng, Cơ sở vật chất, Sự kịp thời, có tác động mạnh nhất. Dựa vào kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đã đưa ra một số gợi ý về hàm ý quản trị đối với việc quản lý cung ứng dịch vụ nhằm đáp ứng sự hài lòng của khách hàng.

Từ khóa: sự hài lòng, khách hàng, chất lượng dịch vụ logistic, Công ty CPDV Hàng hóa Tân Sơn Nhất.

1. Đặt vấn đề

Với sự gia tăng hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa trong những năm gần đây, dịch vụ logistics của Việt Nam đang có điều kiện mở rộng ra tầm khu vực và quốc tế. Theo Ngân hàng Thế giới (WB) giai đoạn 2019-2021, Việt Nam đã tăng 3 bậc xếp hạng so với năm 2020, đứng ở vị trí thứ 8 trong top 10 quốc gia đứng đầu bảng Chỉ số Logistics thị trường mới nổi 2021. Việt Nam có vị trí địa lý hết sức thuận lợi để xây dựng các trung tâm trung chuyển của khu vực Đông Nam Á với cơ sở hạ tầng kho bãi, hệ thống giao thông, cảng biển, cảng hàng không,... Để đáp ứng nhu cầu phát triển, vận tải hàng không Việt Nam không

chỉ đơn thuần là vận chuyển hành khách nữa mà cần phải phát triển, thích ứng với cả nhu cầu vận chuyển hàng hóa nhất là vận chuyển hàng hóa xuất nhập khẩu đang ngày một tăng lên nhanh chóng. Trong nhiều năm, TCS - Công ty liên doanh giữa Việt Nam airline và Sinapore vẫn đảm bảo khả năng cạnh tranh ở top đầu của dịch vụ vận chuyển. Tại Thành phố Hồ Chí Minh, TCS luôn khẳng định vị thế về sản lượng hàng hóa đứng đầu so với các đối thủ khác. Đó phần nào là nhờ vào dịch vụ logisticss được quản lý một cách chặt chẽ, các thay đổi được áp dụng cho phù hợp với điều kiện của từng thời điểm. Tuy nhiên, mỗi năm, điều kiện thị trường đều có những thay đổi

liên tục, sự cạnh tranh của các đối thủ ngày càng khốc liệt, yêu cầu đáp ứng các tiêu chuẩn phục vụ logistic ngày càng cao. Do đó, hệ thống quản lý của TCS vẫn cần có những cải tiến hơn nữa để luôn có thể phát triển thêm thị phần và nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng, đặc biệt trong tình cảnh toàn cầu vừa trải qua đại dịch Covid-19. Trong bài viết này, nhóm tác giả sẽ tập trung vào các nội dung nhận diện và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ logistic của Công ty CPDV Hàng hóa Tân Sơn Nhất, qua đó đề xuất gợi ý một số hàm ý quản trị.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Khái niệm sự hài lòng khách hàng

Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng sự hài lòng là sự khác biệt giữa kỳ vọng của khách hàng và cảm nhận thực tế nhận được. Swan và Combs (1976) định nghĩa sự hài lòng là thái độ của khách hàng sau khi mua. Westbrook (1980) đưa ra khái niệm rằng sự hài lòng của khách hàng liên quan đến các khía cạnh nhận thức và tình cảm trong các giai đoạn tiếp nhận hàng hóa hoặc dịch vụ trước và sau khi được cung ứng dịch vụ.

Zeithaml & Bitner, (2000) quan niệm sự hài lòng của khách hàng là sự đánh giá của khách hàng về một sản phẩm hay dịch vụ đã đáp ứng được nhu cầu và mong đợi của họ.

Kotler, (2000), định nghĩa *“Sự hài lòng như là một cảm giác hài lòng hoặc thất vọng của một người bằng kết quả của việc so sánh thực tế nhận được của sản phẩm (hay kết quả) trong mối liên hệ với những mong đợi của họ”*.

Như vậy, có thể hiểu sự hài lòng của khách hàng là việc khách hàng căn cứ vào những hiểu biết của mình đối với sản phẩm hay dịch vụ mà hình thành nên những đánh giá hoặc phán đoán chủ quan. Đó là một dạng cảm nhận về tâm lý sau khi nhu cầu của khách hàng được thỏa mãn. Sự hài lòng của khách hàng được hình thành trên cơ sở những kinh nghiệm tích lũy khi mua sắm và sử dụng sản phẩm hay dịch vụ. Sau khi mua và sử dụng sản phẩm, khách hàng sẽ cảm nhận để có sự so sánh giữa hiện thực và kỳ vọng, từ đó đánh giá được hài lòng hay không hài lòng. Nếu lợi ích thực tế đáp ứng không như kỳ vọng, khách hàng sẽ thất vọng. Nếu lợi ích thực tế cao hơn kỳ vọng của khách hàng sẽ tạo ra hiện tượng hài lòng cao hơn hoặc là hài lòng vượt quá mong đợi.

2.2. Khái niệm về giá trị cảm nhận của khách hàng

Các nhà nghiên cứu đã sử dụng nhiều thuật ngữ khác nhau để định nghĩa “giá trị cảm nhận” của khách hàng. Theo Zeithaml, (1988): “Giá trị cảm nhận là sự đánh giá tổng thể của người tiêu dùng về tiện ích của một sản phẩm hay dịch vụ dựa vào nhận thức của họ về những gì nhận được và những gì phải bỏ ra”. Zeithaml đánh giá như một sự so sánh giữa hai thành phần “nhận được” và “bỏ ra” của sản phẩm, dịch vụ. Zeithaml, (1988), lập luận rằng một số người tiêu dùng cảm nhận được giá trị khi có một mức giá thấp, những người khác cảm nhận được giá trị khi có một sự cân bằng giữa chất lượng và giá cả. Như vậy, những người tiêu dùng khác nhau, các thành phần của giá trị cảm nhận có thể là khác biệt.

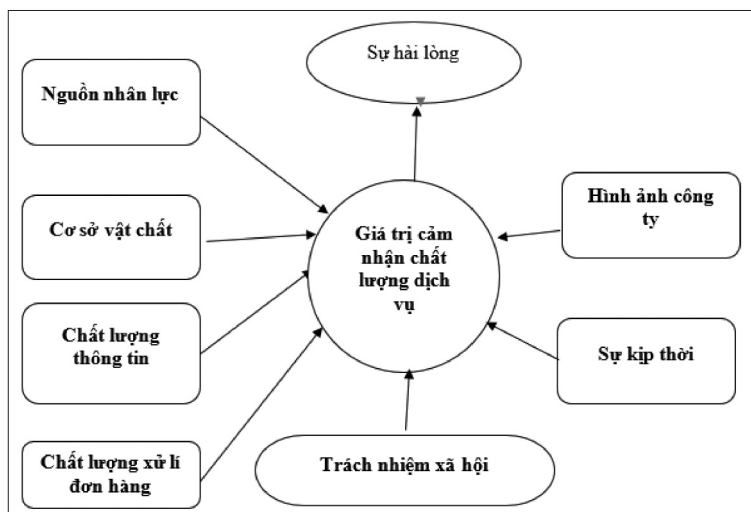
2.3. Cơ sở lý thuyết liên quan

Mô hình thỏa mãn khách hàng theo chức năng về quan hệ của Parasuraman, (1994) đó là: sự thỏa mãn của khách hàng phụ thuộc các đặc tính sản phẩm, dịch vụ và các mối quan hệ. Mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng khách hàng của Zeithaml & Bitner, (2000): Zeithaml & Bitner, (2000) cho rằng sự hài lòng của khách hàng là một hàm gồm 5 biến: Sự đánh giá chất lượng dịch vụ; Sự đánh giá chất lượng sản phẩm; Giá cả; Các yếu tố tình huống; Hành vi cá nhân và sự khác biệt văn hóa, xã hội.

Xem xét các mô hình nghiên cứu về chỉ số hài lòng khách hàng của Mỹ (ACSI), của EU (ECASI) và của Việt Nam VCSI (Lê Văn Huy, 2007): Trong các mô hình chỉ số hài lòng nêu trên cho thấy giá trị cảm nhận chịu tác động bởi chất lượng cảm nhận và sự mong đợi của khách hàng. Khi đó, sự mong đợi của khách hàng có tác động trực tiếp đến chất lượng cảm nhận. Trên thực tế, khi sự mong đợi càng cao, có thể tiêu chuẩn về chất lượng cảm nhận của khách hàng đối với sản phẩm càng cao hoặc ngược lại. Sự hài lòng của khách hàng được tạo thành trên cơ sở chất lượng cảm nhận, sự mong đợi và giá trị cảm nhận, nếu chất lượng và giá trị cảm nhận cao hơn sự mong đợi sẽ tạo nên lòng trung thành đối với khách hàng, trường hợp ngược lại.

Dựa trên nền cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu trước có liên quan, nhóm tác giả kế thừa và chỉnh sửa thang đo có chọn lọc để đề xuất mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ logistic của Công ty TCS, cụ thể bao gồm các yếu tố như Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Các giả thuyết:

H1: Nguồn nhân lực của công ty ảnh hưởng cùng chiều đến giá trị cảm nhận chất lượng dịch vụ logistic và sự hài lòng của khách hàng.

H2: Chất lượng thông tin ảnh hưởng cùng chiều đến giá trị cảm nhận chất lượng dịch vụ logistic và sự hài lòng của khách hàng.

H3: Chất lượng xử lý đơn hàng ảnh hưởng cùng chiều đến giá trị cảm nhận chất lượng dịch vụ logistic và sự hài lòng của khách hàng.

H4: Chất lượng cơ sở vật chất ảnh hưởng cùng chiều đến giá trị cảm nhận chất lượng dịch vụ logistic và sự hài lòng của khách hàng.

H5: Sự kịp thời ảnh hưởng cùng chiều đến giá trị cảm nhận chất lượng dịch vụ logistic.

H6: Hình ảnh của công ty ảnh hưởng cùng chiều đến giá trị cảm nhận chất lượng dịch vụ logistic và sự hài lòng của khách hàng.

H7: Trách nhiệm xã hội của công ty ảnh hưởng cùng chiều đến giá trị cảm nhận chất lượng dịch vụ logistic và sự hài lòng của khách hàng.

H8: Giá trị cảm nhận chất lượng dịch vụ logistic ảnh hưởng cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng.

3. Thiết kế nghiên cứu

3.1. Nghiên cứu định tính

Phương pháp nghiên cứu định tính dùng để xây dựng nội dung và mô hình nghiên cứu cũng như khám phá các thành phần và xây dựng thang đo sơ bộ thông qua phỏng vấn chuyên gia và thảo luận nhóm nhằm hiệu chỉnh, bổ sung thang đo và bảng câu hỏi sử dụng cho phỏng vấn. Kết quả nghiên

cứ sơ bộ là bảng câu hỏi chính thức dùng cho nghiên cứu, tổng quát thang đo chính thức gồm các thành phần như sau: Chất lượng xử lý đơn hàng; Nguồn nhân lực; Chất lượng cơ sở vật chất; Sự kịp thời; Hình ảnh của công ty; Trách nhiệm xã hội của công ty; Chất lượng thông tin; biến trung gian: Giá trị cảm nhận chất lượng dịch vụ.

3.2. Nghiên cứu định lượng

Các biến quan sát trong bảng câu hỏi khảo sát được xây dựng dựa trên kết quả nghiên cứu định tính, thang đo về động lực làm việc của nhân viên được sử dụng từ thang đo Likert 5 mức độ.

3.3. Phương pháp chọn mẫu

Chọn mẫu trong nghiên cứu này là phi xác suất. Kích thước mẫu cho phương pháp ước lượng được sử dụng trong mô hình cấu trúc tuyến tính (PLS-SEM). Cỡ mẫu của nghiên cứu này được chọn là 390 (335 đạt yêu cầu nội dung), thời điểm khảo sát được tiến hành từ tháng 1/2022 đến tháng 4/2022.

3.4. Thông tin đặc điểm mẫu nghiên cứu

Trong 335 đáp viên, theo giới tính thì nam chiếm 60.3%; nữ chiếm 39.7%. Về độ tuổi, nhóm dưới 35 tuổi chiếm 36.7%; 35 - 40 chiếm 49.0%; trên 40 chiếm 14.3%. Theo loại hình doanh nghiệp, nhóm Công ty TNHH chiếm 25.1%; Công ty cổ phần chiếm 30.1%; Công ty tư nhân chiếm 17.0%; Công ty nhà nước chiếm 17.6%; nhóm loại hình sở hữu doanh nghiệp khác chiếm 10.1%. Theo quy mô doanh nghiệp dựa vào nguồn vốn nhóm dưới 25 tỷ đồng chiếm 16.1%; từ 25 tỷ đồng đến dưới 50 tỷ đồng chiếm 17.6%; từ 50 tỷ đồng đến dưới 75 tỷ đồng chiếm 26.9%; từ 75 tỷ đồng đến dưới 100 tỷ đồng chiếm 26.3%; trên 100 tỷ đồng chiếm 13.1%. Theo thời gian hoạt động kinh doanh nhóm dưới 5 năm chiếm 15.5%; Từ 5 - dưới 10 năm chiếm 22.7%; từ 10 dưới 15 năm chiếm 30.4%; nhóm từ 15 - dưới 20 năm chiếm 21.8%; trên 20 năm chiếm 9.6%;

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Phân tích và kiểm định tổng quát mô hình cấu trúc tuyến tính (PLS-SEM)

Phương pháp phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM bằng phần mềm Smart PLS 3.2.9 được sử dụng để kiểm định mô hình nghiên cứu.

• *Kiểm định Cronbach's Alpha:*

Kết quả kiểm định độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha cho thấy các thành phần của thang đo được trình bày trong Bảng 1. Kết quả kiểm định các thành phần của thang đo đều có Cronbach's Alpha > 0,825 và không có biến đo lường nào có tổng phương sai trích trung bình bé hơn 0,5. Đạt yêu cầu.

Bảng 1. Kết quả độ tin cậy và giá trị hội tụ của thang đo

Thang đo thành phần	Độ tin cậy Cronbach's Alpha	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	Phương sai trích (AVE)
CLDV	0.880	0.917	0.735
CLTT	0.826	0.878	0.590
CSVC	0.896	0.923	0.706
HA	0.899	0.925	0.712
HL	0.842	0.905	0.759
KT	0.846	0.907	0.765
NNL	0.834	0.889	0.667
TNXH	0.864	0.908	0.711
XLDH	0.905	0.927	0.678

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu bằng SmartPLS.3

• *Kiểm định mô hình đo lường:*

Để đánh giá độ tin cậy của thang đo, nghiên cứu sử dụng hệ số tin cậy tổng hợp CR, tổng phương sai trích AVE và hệ số tải nhân tố đơn lẻ (outer loading). Trong đó, hệ số tin cậy tổng hợp phải lớn hơn 0,7 và hệ số outer loading phải lớn hơn 0,4 (Hair et al., 2014) thì có ý nghĩa về giá trị tin cậy. Ngoài ra, theo Fornell and Larcker (1981), tổng phương sai trích lớn hơn mức 0,5 sẽ khẳng định được độ tin cậy và độ giá trị hội tụ của thang đo. Kết quả tính toán về độ tin cậy tổng hợp, hệ số tải nhân tố và phương sai trích của các thang đo thành phần trong mô hình cho thấy các thang đo của khái niệm đều đạt yêu cầu về độ tin cậy và giá trị hội tụ.

Giá trị phân biệt (discriminant validity):

Để đánh giá tính phân biệt của thang đo, Bảng 2 cho thấy giá trị căn bậc hai của phương sai trích của mỗi nhân tố (giá trị phân biệt- được thể hiện bằng số in đậm đều lớn hơn tất cả các hệ số tương quan của các nhân tố khác) thể hiện trong cùng một cột hoặc hàng. Như vậy, thang đo đã đảm bảo giá trị phân biệt theo tiêu chuẩn Fornell và Larcker (1981).

Kiểm định mô hình cấu trúc

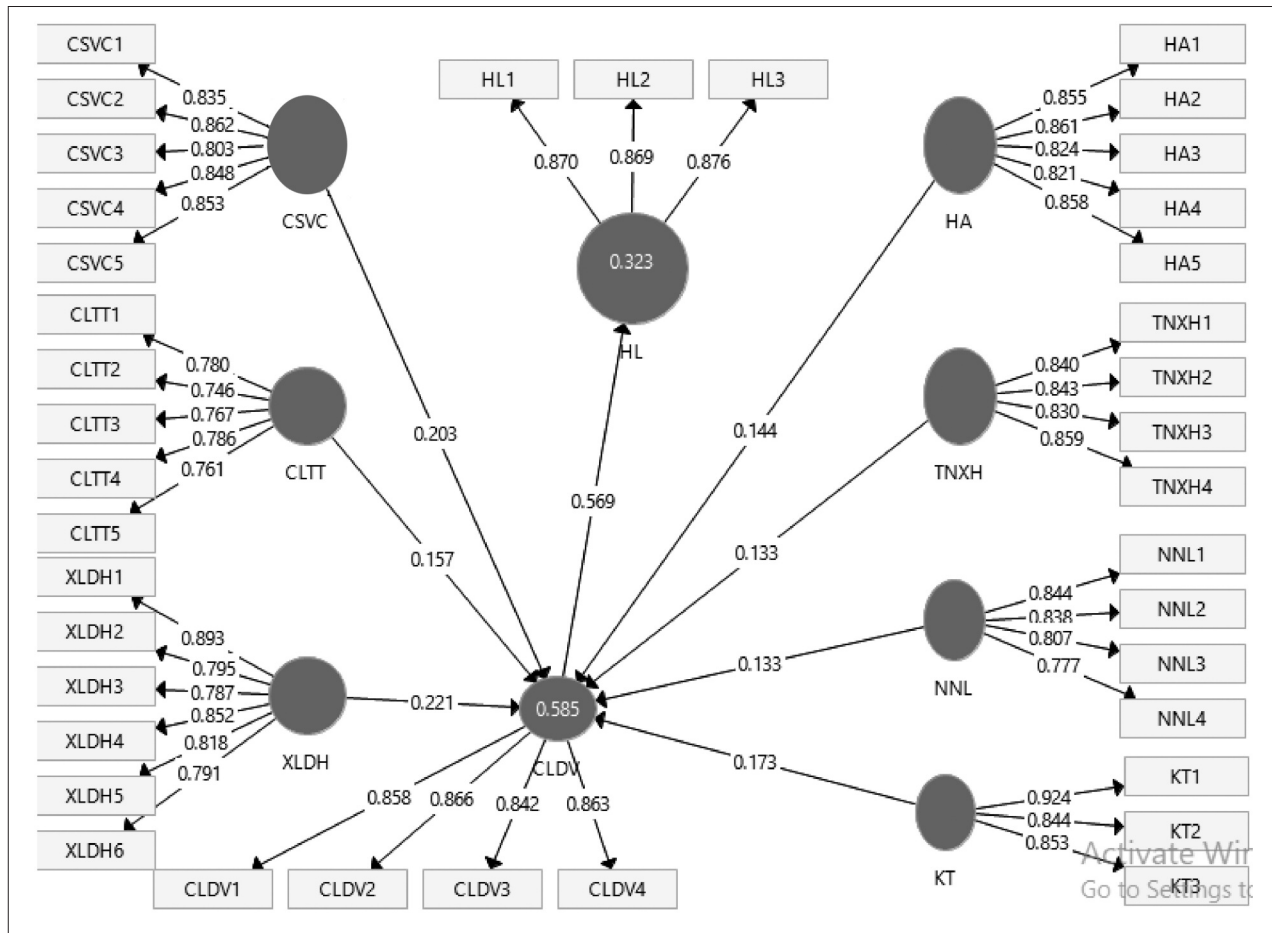
Kiểm định về giả định vi phạm đa cộng tuyến (Multicollinearity): Việc ước lượng hệ số đường dẫn dựa trên hồi quy của từng biến phụ thuộc và biến dự báo (Hair và cộng sự, 2014). Kết quả phân tích VIF cho thấy trong biến quan sát thì biến Xử lý đơn hàng có giá trị VIF cao nhất là 1,549 và giá trị

Bảng 2. Kết quả đánh giá tính phân biệt sử dụng hệ số (Fornell và Larcker)

	CLDV	CLTT	CSVC	HA	HL	KT	NNL	TNXH	XLDH
CLDV	0.857								
CLTT	0.45	0.768							
CSVC	0.554	0.313	0.84						
HA	0.474	0.305	0.32	0.844					
HL	0.569	0.363	0.50	0.408	0.871				
KT	0.506	0.234	0.37	0.319	0.421	0.875			
NNL	0.417	0.263	0.31	0.172	0.298	0.289	0.817		
TNXH	0.475	0.351	0.36	0.329	0.397	0.370	0.225	0.843	
XLDH	0.576	0.283	0.46	0.427	0.448	0.396	0.332	0.327	0.823

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả

Hình 2: Sơ đồ biểu diễn các khái niệm trong mô hình cấu trúc tuyến tính PLS-SEM



Nguồn: Kết quả xử lý số liệu bằng SmartPLS 3

VIF của các biến quan sát thống nhất dưới ngưỡng giá trị 5. Do vậy, cho phép kết luận, cộng tuyến không đạt mức độ tối hạn trong bất kỳ khái niệm nghiên cứu nguyên nhân nào và không trở thành vấn đề với ước lượng của mô hình đường dẫn trong nghiên cứu các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ logistic tại Công ty TCS. Trong phân tích PLS-SEM, khả năng giải thích của mô hình cấu trúc được đánh giá bởi đường dẫn cấu trúc và hệ số R^2 của biến phụ thuộc. Sử dụng phân tích phi tham số bằng kỹ thuật bootstrapping lặp lại 5000 lần kết quả. Theo Hair và cộng sự (2014), giá trị R^2 là 0,25 thể hiện cấu trúc nội sinh yếu, mức 0,5 thì tương đối và 0,75 thì ở mức cao. Kết quả phân tích cho thấy, giá trị R^2 của mô hình tương ứng giá trị cảm nhận chất lượng dịch vụ là 0,585 và giá trị R^2 của mô hình về sự hài lòng là 0,323. Thông qua phân tích mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến sự hài lòng về chất lượng dịch

vụ logistic cho thấy các yếu tố Chất lượng xử lý đơn hàng; Nguồn nhân lực; Chất lượng cơ sở vật chất; Sự kịp thời; Hình ảnh của công ty; Trách nhiệm xã hội của công ty; Chất lượng thông tin, tham gia giải thích được 58,50% sự biến thiên giá trị cảm nhận chất lượng dịch vụ logistic tại mức ý nghĩa thống kê 5% và còn lại 41,5% chưa giải thích được là do các yếu tố khác chưa đưa vào mô hình. Bên cạnh giá trị R^2 , Q^2 là một đánh giá bổ sung cho mô hình phù hợp (Geisser, 1974; Stone, 1974). Giá trị Q^2 lớn hơn 0 đối với một biến tiềm ẩn nội sinh kết quả cụ thể chỉ ra sự liên quan dự báo của mô hình đường dẫn đối với khái niệm phụ thuộc cụ thể này (Chin, 2010). Để có được giá trị Q^2 , phương pháp Blindfolding được sử dụng trong PLS để đo lường. Kết quả cho thấy sự liên quan dự báo Q^2 của nghiên cứu này đối với tất cả các cấu trúc lớn hơn 0 (0,242 và 0,422), chỉ ra rằng tất cả các biến phụ thuộc trong mô hình đều có mức độ liên quan tiên đoán. Tác động của

các yếu tố dự đoán được kiểm định bằng tác động của (f^2) (Hair và cộng sự, 2013). Kết quả cho thấy tất cả các yếu tố đều có mức độ ảnh hưởng tương đối cao từ 0,034 - 0,055. (Hình 2)

Kiểm định bootstrapping:

Kỹ thuật PLS -SEM dựa vào phân tích bootstrap của phi tham số để kiểm tra ý nghĩa hệ số (Hair và cộng sự, 2014). Để kiểm tra xem hệ số đường dẫn có khác biệt đáng kể so với 0, giá trị t được tính toán thông qua bootstrapping. Trong nghiên cứu này, kỹ thuật bootstrapping phi tham số được kiểm định cho 335 quan sát, với lặp lại 5.000 lần để đảm bảo yêu cầu kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính.

4.2. Kiểm định các giả thuyết và đánh giá mối quan hệ tác động

Từ Bảng 3, cho thấy có 8 mối quan hệ tác động trực tiếp từ các nhân tố đặc trưng đến biến trung gian giá trị cảm nhận chất lượng dịch vụ (CLDV), trong đó tất cả các mối quan hệ tương ứng với 8 nhân tố đều có ý nghĩa thống kê mức 5% thứ tự lần lượt từ cao đến thấp đó là: Xử lý đơn hàng → CLDV ($\beta = 0,221$); Cơ sở vật chất → CLDV ($\beta = 0,203$); Kịp thời → CLDV ($\beta = 0,173$); Chất lượng thông tin → CLDV ($\beta = 0,157$); Hình ảnh công ty → CLDV ($\beta = 0,144$); Nguồn nhân lực → CLDV ($\beta = 0,133$); Trách nhiệm xã hội DN → CLDV ($\beta = 0,133$). Kết quả Hồi quy các nhân tố tác động tương đối phù hợp thực tế với những đặc điểm về cảm nhận giá trị chất lượng dịch vụ Logistic của khách hàng mà Công ty TCS đã cung cấp thời gian qua.

Tương tự Xét ảnh hưởng tác động gián tiếp: So

sánh mức độ tác động của các biến độc lập đến biến phụ thuộc là Sự hài lòng của khách hàng đối với CLDV logistic đều có ý nghĩa thống kê mức 5% theo thứ tự giảm dần như sau: Xử lý đơn hàng → Sự hài lòng ($\beta = 0,126$); Cơ sở vật chất → Sự hài lòng CLDV ($\beta = 0,116$); Kịp thời → Sự hài lòng CLDV ($\beta = 0,099$); Chất lượng thông tin → Sự hài lòng CLDV ($\beta = 0,089$); Hình ảnh công ty → Sự hài lòng CLDV ($\beta = 0,082$); Nguồn nhân lực → Sự hài lòng CLDV ($\beta = 0,076$); Trách nhiệm xã hội DN → Sự hài lòng CLDV ($\beta = 0,076$). (Bảng 4)

Kiểm định sự phù hợp mô hình (model fit)

Trong phân tích PLS-SEM, khả năng giải thích của mô hình cấu trúc được đánh giá bởi đường dẫn cấu trúc và hệ số R^2 của biến phụ thuộc. Sử dụng phân tích phi tham số bằng kỹ thuật bootstrapping lặp lại 5.000 lần kết quả. Theo Hair và cộng sự (2014), giá trị R^2 là 0,25 thể hiện cấu trúc nội sinh yếu, mức 0,5 thì tương đối và 0,75 ở mức cao.

Bên cạnh giá trị R^2 , Q^2 là một đánh giá bổ sung cho mô hình phù hợp (Geisser, 1974; Stone, 1974). Giá trị Q^2 lớn hơn 0 đối với một biến tiềm ẩn nội sinh kết quả cụ thể chỉ ra sự liên quan dự báo của mô hình đường dẫn đối với khái niệm phụ thuộc cụ thể này (Chin, 2010). Để có được giá trị Q^2 , phương pháp Blindfolding được sử dụng trong PLS để đo lường. Kết quả cho thấy sự liên quan dự báo Q^2 của nghiên cứu này đối với tất cả các cấu trúc lớn hơn 0 (0,422 và 0,242), chỉ ra rằng tất cả các biến phụ thuộc trong mô hình đều có mức độ liên quan tiên đoán. Tác động của các yếu tố dự

Bảng 3. Kết quả tác động trực tiếp của các mối quan hệ trong mô hình

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	
CLDV → HL	0.569	0.57	0.041	13.766	0	Chấp nhận
CLTT → CLDV	0.157	0.159	0.044	3.54	0	Chấp nhận
CSVC → CLDV	0.203	0.205	0.056	3.613	0	Chấp nhận
HA → CLDV	0.144	0.142	0.043	3.354	0.001	Chấp nhận
KT → CLDV	0.173	0.173	0.051	3.405	0.001	Chấp nhận
NNL → CLDV	0.133	0.133	0.042	3.173	0.002	Chấp nhận
TNXH → CLDV	0.133	0.134	0.048	2.767	0.006	Chấp nhận
XLDH → CLDV	0.221	0.218	0.053	4.167	0	Chấp nhận

Nguồn: Xử lý định lượng bootstrap trong mô hình

Bảng 4. Kết quả tác động gián tiếp của các mối quan hệ trong mô hình

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	
CLTT → HL	0.089	0.091	0.025	3.539	0.0000	Chấp nhận
CSVC → HL	0.116	0.117	0.034	3.356	0.001	Chấp nhận
HA → HL	0.082	0.081	0.025	3.237	0.001	Chấp nhận
KT → HL	0.099	0.099	0.03	3.235	0.001	Chấp nhận
NNL → HL	0.076	0.075	0.024	3.223	0.001	Chấp nhận
TNXH → HL	0.076	0.076	0.028	2.686	0.007	Chấp nhận
XLDH → HL	0.126	0.124	0.031	4.033	0.0000	Chấp nhận

Nguồn: Xử lý định lượng bootstrap trong mô hình

đoán được kiểm định bằng tác động của (f^2) (Hair và cộng sự, 2013). Kết quả cho thấy tất cả các yếu tố đều có mức độ ảnh hưởng tương đối dao động từ 0,012 - 0,0371. Hệ số f^2 là mức độ ảnh hưởng của từng cấu trúc tiềm ẩn ngoại sinh đến cấu trúc tiềm ẩn nội sinh. Các giá trị f^2 với: 0,35 (hiệu ứng mạnh), 0,15 (hiệu ứng vừa phải) và 0,02 (hiệu ứng yếu) (Theo Cohen & J, 1988). Kết quả kiểm định từ nghiên cứu, hệ số f^2 của các yếu tố hầu hết đều lớn hơn 0,02 và nằm trong khoảng 0,021 - 1,321 cho thấy các yếu tố đều có tác động đến sự hài lòng về CLDV của Công ty TCS. (Bảng 5)

5. Kiểm định sự khác biệt về đặc điểm nhân khẩu học so với sự hài lòng về chất lượng dịch vụ logistic

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy các biến trung gian điều tiết: TGHD.CLDV, QMDN.CLDV, DT.CLDV, GEN.CLDV, LHDN.CLDV đều không có ý nghĩa thống kê (Pvalue > 0.05) nên có dấu hiệu cho ta kết luận là các yếu tố: Thời gian hoạt động, Quy mô doanh nghiệp, Doanh thu, Giới tính của người đại diện doanh nghiệp và Loại hình doanh nghiệp không có ảnh hưởng đến sự hài lòng trong quá trình cung cấp dịch vụ.

6. Kết luận và hàm ý quản trị

6.1. Kết luận

Qua kết quả nghiên cứu tại Công ty TCS cho thấy mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố cụ thể tác động đến sự hài lòng về CLDV của khách, các nhân tố ở mô hình nghiên cứu có những tương đồng và khác biệt so với nhiều nghiên cứu đã dẫn trước đây. So với nhiều nghiên cứu trong nước số

Bảng 5. Kết quả R^2 và Q^2

Biến phụ thuộc	R^2	R^2 Adjusted	Q^2
Giá trị cảm nhận CLDV	0,585	0,577	0,422
Sự hài lòng về CLDV	0,323	0,321	0,242

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả

nhân tố tác động ít hơn nhưng ở nghiên cứu này có đến 7 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng thông qua giá trị cảm nhận CLDV, cụ thể là: Chất lượng xử lý đơn hàng; Chất lượng cơ sở vật chất; Sự kịp thời; Hình ảnh của công ty; Nguồn nhân lực; Trách nhiệm xã hội của công ty; Chất lượng thông tin.

6.2. Hàm ý quản trị

Dựa vào đặc thù sản xuất - kinh doanh dịch vụ của Công ty, nhóm tác giả tập trung đưa ra nhận xét hàm ý đến 3 nhân tố có ảnh hưởng mạnh nhất và có ý nghĩa trên thực tế quản lý gồm:

Thứ nhất về Chất lượng xử lý đơn hàng, có mức độ ảnh hưởng lớn nhất đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ logistics tại Công ty TCS thông qua giá trị cảm nhận chất lượng dịch vụ. Điều này cho thấy chất lượng xử lý đơn hàng cụ thể như: thực hiện đơn đặt hàng đáp ứng được yêu cầu của khách hàng, giúp đặt hàng thuận tiện, có quy trình xử lý đơn hàng tối ưu, xử lý sai lệch đơn hàng tốt và kịp thời, xử lý hàng bị hỏng, bị lỗi tốt, sự nhất quán trong quá trình xử lý đơn hàng,... Điều này có tác động rất lớn đến sự hài lòng của khách hàng. Thêm vào đó, trong thời đại công nghệ thông tin như hiện nay, khách hàng chú trọng đến tốc độ xử lý cùng

với tính hiệu quả của dịch vụ họ đang sử dụng. Nên tính đa dạng trong hàng hóa hay đúng hơn là trong đơn đặt hàng, sẽ là ưu tiên chọn lựa hàng đầu của khách. Để làm được điều đó, Công ty TCS cần không ngừng cải tiến hệ thống cũng như liên kết một cách đồng bộ các bộ phận liên quan như: hải quan, an ninh sân bay, kiểm dịch y tế, kiểm dịch động vật,... để khách hàng gửi hoặc nhận được hàng hóa một cách nhanh và an toàn nhất.

Thứ hai về Điều kiện cơ sở vật chất. Có mức độ ảnh hưởng lớn thứ hai đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ logistics tại Công ty TCS thông qua giá trị cảm nhận về chất lượng dịch vụ. Hiện tại, với mật độ giao thông tại cửa ngõ sân bay có công suất lớn nhất cả nước luôn trong tình trạng quá tải, vấn đề cơ sở vật chất nói chung hay mặt bằng kho bãi nói riêng luôn là vấn đề đòi hỏi Công ty TCS phải không ngừng cải thiện để đáp ứng. Để mở rộng hoạt động, yêu cầu TCS duy trì các kho trung chuyển như hiện nay để hàng xe tải chở hàng xuất hoặc nhận hàng tập kết để bốc dỡ theo thứ tự ưu tiên cho mặt hàng cũng như kịp giờ bay. Bên cạnh đó, cần cải tiến hệ thống sắp xếp slot ứng dụng công nghệ thông tin tạo điều kiện cho xe ra vào các ô chờ để tránh tình trạng kẹt xe cục bộ trước cổng Công ty, công tác kiểm tra, giám sát hàng hóa, khai báo định danh, y tế, kiểm tra tình trạng xe ra, vào cổng để tránh mất mát hàng hóa được khách hàng đánh giá cao

như trong thời gian qua, tạo tâm lý thoải mái cho khách hàng. Đồng thời, TCS cần quan tâm đáp ứng nhu cầu của khách đến giao dịch như lập phòng chờ có máy lạnh, wifi miễn phí cho khách hàng tại khu vực sảnh tiếp nhận,...

Thứ ba về Sự kịp thời, Nhân tố kịp thời gồm có: việc nhận và giao hàng đảm bảo về mặt thời gian đúng lúc, đúng địa chỉ, yêu cầu thời gian vận chuyển ngắn, thời gian trả hàng nhanh. Sự kịp thời có tác động tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ logistic tại Công ty cổ phần Dịch vụ hàng hóa Tân Sơn Nhất. Những giải pháp cụ thể để gia tăng tính kịp thời bao gồm: Xây dựng môi trường làm việc như: Trang bị đầy đủ cơ sở vật chất cần thiết phục vụ cho công việc; Tăng cường sự hỗ trợ, hợp tác giữa các phòng ban; Cung cấp đến khách hàng dịch vụ như đã cam kết ban đầu; Giải quyết các vấn đề phát sinh hiệu quả trên cơ sở ưu tiên đảm bảo lợi ích cho khách hàng trước. Ngoài ra, tăng cường trách nhiệm của nhân viên trong những đơn hàng cụ thể, nhân viên Công ty phải luôn sẵn sàng tư vấn các phương án thực hiện lô hàng với thời gian và chi phí hợp lý. Tùy vào những thời điểm và mùa hàng cụ thể, Công ty cần nắm bắt rõ nhu cầu của khách hàng về mức chi phí yêu cầu và thời gian giao hàng để tư vấn phương án hợp lý nhất. Xây dựng và mở rộng mối quan hệ với hệ thống đại lý nước ngoài để có được các hợp đồng giá, năng lực làm hàng tốt,... ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Anderson, J.C & Gerbing, D.W. (1998). Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
2. Đinh Kiệm và Trà Thị Thu Hòa (2021), Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ di động Vinaphone tại Bình Thuận thông qua mô hình cấu trúc tuyến tính PLS-SEM. *Tạp chí Công Thương*, 3, 244-253.
3. Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
4. Hà Nam Khánh Giao và Bùi Nhất Vương (2019). *Phương pháp Nghiên cứu Khoa học trong Kinh doanh - cập nhật SmartPLS*, NXB Tài chính, Hà Nội.
5. Lê Văn Huy, 2007, Sử dụng chỉ số hài lòng của khách hàng trong hoạch định chiến lược kinh doanh ngân hàng, cách tiếp cận mô hình lý thuyết. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Đại học Đà Nẵng*, 2(19), 51-56.
6. Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 22 - 37.
7. Zeithaml, V.A. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22.

Ngày nhận bài: 5/8/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 3/9/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 13/9/2022

Thông tin tác giả:

1. TS. ĐÌNH KIÊM

Nguyên Trưởng khoa Quản lý Nguồn nhân lực

Trường Đại học Lao động Xã hội (CSII) TP. Hồ Chí Minh

2. TRẦN VĂN THUẬT

Cảng Hàng không Quốc tế Tân Sơn Nhất

**A STUDY ON THE FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION
OF CUSTOMERS WITH THE QUALITY OF LOGISTICS SERVICES
PROVIDED BY TAN SON NHAT CARGO SERVICES JOINT STOCK
COMPANY WITH THE USE OF THE PARTIAL LEAST SQUARES
STRUCTURAL EQUATION MODELING ANALYSIS (PLS-SEM)**

● Ph.D **DINH KIEM**¹

● **TRAN VAN THUAT**²

¹Former Dean, Faculty of Human Resources Management
University of Labour & Social Affairs - Ho Chi Minh City Campus

²Tan Son Nhat International Airport

ABSTRACT:

This study analyzes and evaluates the factors affecting the satisfaction of customers with the quality of logistics services provided by Tan Son Nhat Cargo Services Joint Stock Company. The study's data is collected from 335 corporate clients of the company and the partial least squares structural equation modeling analysis (PLS-SEM) is used. The study's results show that the customer satisfaction with the company's logistics service quality is affected by seven factors including: human resources, information quality, order processing quality, facilities, timeliness, company image, and corporate social responsibility. In which, the factors of order processing quality, facilities and timeliness have the strongest impact on the customer satisfaction. Based on the study's findings, some solutions are proposed to help the company enhance its customer satisfaction.

Keywords: satisfaction, customers, quality of logistics services, Tan Son Nhat Cargo Services Joint Stock Company.