

Mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ logistics REPERIMP phù hợp với thực tế Việt Nam

TS. HỒ THỊ THU HÒA
Trường Đại học GTVT TP. HCM

Tóm tắt: Xu thế cạnh tranh ngày càng gia tăng trong lĩnh vực dịch vụ logistics giữa các công ty nội địa cũng như giữa các công ty trong và ngoài nước đặt ra yêu cầu cấp thiết tìm ra những giải pháp hữu hiệu nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ để có thể tăng năng lực cạnh tranh của các công ty logistics nội địa trước làn sóng gia tăng ngày càng xuất hiện của các công ty logistics quốc tế hàng đầu thế giới tại Việt Nam, đặc biệt trong bối cảnh khi những rào cản đã được dỡ bỏ dần cho các công ty nước ngoài trong lộ trình thực hiện những cam kết WTO của chính phủ Việt Nam. Xuất phát từ mục đích đó, việc sử dụng mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ phù hợp với thực tế Việt Nam có ý nghĩa vô cùng quan trọng đối với công tác tổ chức, thực hiện và xây dựng chiến lược phát triển logistics dài hạn.

Abstract: The increasing trend of competitiveness in the logistics service sector among local companies as well as between local and international companies requires effective solutions to improving service quality of Vietnam logistics companies in order to increase competitive competence for local logistics companies. Specifically, by 2014, 100% foreign - invested foreign enterprises will be allowed to operate in the field of logistics in Vietnam under WTO commitments. If Vietnamese logistics companies are to compete effectively with these international companies, they need to find out what are their strengths and weaknesses as well as where are their position in market place, and then they can select the appropriate competitive strategies. Therefore, the application of a suitable conceptual model for the evaluation of logistics service quality is required.

Từ khóa: Chất lượng dịch vụ, logistics, SERVPERF, SERVQUAL, ROPMIS, REPERIMP

1. Giới thiệu chung

Thế giới đang “dẫn nhò lại” và thị trường toàn cầu “đang lớn dần lên”, hợp tác và kinh doanh quốc tế đang trở thành những chủ đề chính trong quá trình toàn cầu hóa. Trong thời đại toàn cầu hóa, nền kinh tế của các quốc gia đứng trước sự cạnh tranh gay gắt và đòi hỏi phải có những thay đổi cho phù hợp với xu thế của thời đại nếu muốn tồn tại và phát triển. Các nền kinh tế, các tập đoàn đa quốc gia cũng như các doanh nghiệp trong thế giới phẳng ngày nay không

chỉ cạnh tranh bằng tiềm lực tài chính, nguồn nhân lực, cơ sở vật chất kỹ thuật hay công nghệ mà còn cạnh tranh bằng cách thức đưa sản phẩm từ nơi sản xuất đến người tiêu dùng. Do đó, chuỗi dịch vụ logistics đã và đang trở thành một công cụ cạnh tranh hữu hiệu của các doanh nghiệp và các tập đoàn lớn. Việc lựa chọn các đối tác trong chuỗi dịch vụ logistics được các doanh nghiệp đặt lên hàng đầu, và chuỗi dịch vụ logistics hiệu quả hay không đã trở thành một yếu tố cạnh tranh then chốt giữa các doanh nghiệp và quyết định thái độ của người tiêu dùng đối với một sản phẩm hay dịch vụ. Đó cũng chính là lý do vấn đề cải thiện chất lượng chuỗi dịch vụ logistics ngày càng được đề cập đến nhiều hơn trong các cuộc hội thảo, diễn đàn tìm kiếm cơ hội kinh doanh, đầu tư và phát triển ở cả hai cấp độ vi mô và vĩ mô không chỉ ở Việt Nam mà còn trên phạm vi toàn cầu.

Trong bối cảnh hiện nay, việc tìm ra mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ logistics phù hợp với thực tế của Việt Nam là công việc có ý nghĩa vô cùng quan trọng không chỉ có giá trị với các nhà quản lý, hoạch định chính sách cho ngành mà còn hữu ích cho các nhà quản trị doanh nghiệp kinh doanh và sử dụng dịch vụ logistics.

2. Chất lượng dịch vụ logistics Việt Nam theo đánh giá của World Bank

Từ thập niên 90 (gần 3 thập kỷ qua), lĩnh vực logistics Việt Nam đã không ngừng phát triển và mang lại nhiều thành công và đổi thay có giá trị đóng góp tích cực vào sự phát triển chung của nền kinh tế Việt Nam. Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng cũng đánh giá rất cao vai trò của logistics Việt Nam qua quyết định QĐ 175QĐ-TTg(27/1/2011) “Chiến lược tổng thể phát triển khu vực dịch vụ của Việt Nam đến năm 2020” [9] với định hướng:

- “Logistics là yếu tố then chốt thúc đẩy phát triển sản xuất hệ thống phân phối các ngành dịch vụ khác và lưu thông hàng hóa trong nước và xuất nhập khẩu”.

- “Hình thành dịch vụ trọn gói 3PL (integrated 3PL); phát triển logistics điện tử (e-logistics) cùng với thương mại điện tử và quản trị chuỗi cung ứng hiệu quả và thân thiện”.

- “Tốc độ tăng trưởng thị trường logistics đạt 20 - 25% năm. Tỷ lệ thuê ngoài logistics (outsourcing logistics) đến năm 2020 là 40%”.

Tổng quan về hoạt động logistics Việt Nam có thể được tóm tắt qua Bảng 1 sau đây:

Bảng 1. Tổng quan về lĩnh vực dịch vụ logistics Việt Nam

Chỉ số đánh giá	Giá trị/phần trăm
Hợp đồng logistics (contract logistics)	4%
Mức độ tăng trưởng (trung bình)	20% (2007: USD 30 billion)
Số lượng công ty logistics	2007: 800 - 900 2012: trên 1000 (riêng TP. Hồ Chí Minh: chiếm 40% trên tổng số)
Thị phần của các công ty logistics Việt Nam	20 - 30% thị phần của toàn thị trường (theo tổng doanh thu)
Thị phần của các công ty logistics nước ngoài (ví dụ APL, Mitsui OSK, Maersk Logistics, NYK Logistics, DHL, TNT...)	70 - 80% thị phần của toàn thị trường (theo tổng doanh thu)

Nguồn: Nomura Research Institute: *Viet Nam Logistics Development, Trade Facilitation & the Impact on Poverty Reduction*. Japan

Mặc dù có tốc độ phát triển cao (trung bình 20%), nhưng chất lượng dịch vụ logistics Việt Nam chưa thực sự phát triển tương xứng. Báo cáo của Ngân hàng thế giới (WB) “*Connecting Compete: Trade Logistics in the Global Economy*” xếp hạng chỉ số thực hiện dịch vụ logistics ở Việt Nam LPI (logistics performance index) ở vị trí 53/155 quốc gia dựa trên hệ thống 6 tiêu chí đánh giá (hải quan, cơ sở hạ tầng, vận tải quốc tế, năng lực, khả năng kết nối thông tin, thời gian). Sau 3 cuộc khảo sát đánh giá chất lượng dịch vụ logistics của 155 quốc gia trên toàn thế giới (trong các năm 2007, 2010 và 2012), Việt Nam vẫn giữ vị trí 53 (LPI) dù ít nhiều có sự thay đổi ở một số chỉ số thành phần (Bảng 2) nhưng chưa tạo được sự thay đổi ở vị trí xếp hạng tổng cộng.

Trong tương quan so sánh với một số quốc gia trong khu vực và trên thế giới thì sự thay đổi về kết quả thực hiện dịch vụ logistics của Việt Nam chưa thực sự khả quan (Bảng 3).

Căn cứ Bảng 3, có thể thấy rằng có những chỉ số có dấu hiệu giảm nghiêm trọng (ví dụ: Chỉ số hải quan giảm từ 37 (2007) xuống chỉ còn ở vị trí 63 (năm 2012)

Bảng 3. Chỉ số LPI & các chỉ số thành phần đánh giá chất lượng dịch vụ logistics của một số quốc gia (2007, 2010 và 2012)

Quốc gia	LPI	Customs	Infrastructure	International shipment	Competence	Track & trace	Time
Indonesia	43 (75) 59	44 (72) 75	45 (69) 85	44 (80) 57	50 (92) 62	33 (80) 52	58 (69) 42
Hồng Kông	(13) 2	(8) 3	(13) 7	(6) 1	(14) 5	(17) 5	(26) 4
Malaysia	27 (29) 29	23 (36) 29	28 (28) 27	26 (13) 26	26 (31) 30	28 (41) 28	26 (37) 28
Singapore	1 (2) 1	3 (2) 1	2 (4) 2	2 (1) 2	2 (6) 6	1 (6) 6	1 (14) 1
Việt Nam	53 (53) 53	37 (53) 63	60 (66) 72	47 (58) 39	56 (51) 82	53 (55) 47	65 (76) 38
Hàn Quốc	25 (23) 21	28 (26) 23	25 (23) 22	24 (15) 12	22 (23) 22	25 (23) 22	30 (28) 21
Trung Quốc	30 (27) 26	35 (32) 30	30 (27) 26	28 (27) 23	27 (29) 28	31 (30) 31	36 (36) 30
Nhật Bản	6 (7) 8	11 (10) 11	6 (5) 9	9 (12) 14	5 (7) 9	7 (8) 9	6 (13) 6
Đức	3 (1) 4	4 (3) 6	3 (1) 1	4 (9) 11	3 (4) 4	5 (4) 7	8 (3) 2

Nguồn: World Bank (2007, 2010 & 2012): “*Connecting to compete: Trade logistics in the global*”

Chú thích: Ở mỗi chỉ số đánh giá, kết quả của 3 năm được cung cấp (ví dụ: Việt Nam - chỉ số hải quan 37(53) 63 có nghĩa là 37 (2007), 53 (2010), và 63 (2012)

dù chính phủ và ngành Hải quan đã có rất nhiều nỗ lực nhằm cải thiện quy trình thực hiện thủ tục khai báo hải quan thông qua ứng dụng công nghệ thông tin (phần mềm E-cus, hải quan điện tử), chỉ số năng lực giảm từ vị trí 56 (2007) xuống vị trí 82 (năm 2012) thể hiện một sự suy giảm về năng lực của nhà cung cấp dịch vụ logistics. Sự sụt giảm một số chỉ số đánh giá dịch vụ logistics của Việt Nam theo đánh giá của WB cho thấy tổng thể chất lượng dịch vụ logistics chưa được cải thiện, do đó sẽ là một thách thức lớn cho các doanh nghiệp logistics Việt Nam trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt trong ngành giữa các công ty nội địa và công ty nước ngoài hiện tại cũng như với các công ty nước ngoài đang chuẩn bị gia nhập thị trường logistics Việt Nam khi rào cản 100% vốn nước ngoài được mở ra trong năm 2014 theo cam kết của Việt Nam trong lộ trình gia nhập WTO.

Bảng 2. Chỉ số LPI & các chỉ số thành phần đánh giá chất lượng dịch vụ logistics Việt Nam (2007, 2010 và 2012)

Các chỉ số đánh giá	Năm 2007	Năm 2010	Năm 2012
LPI (logistics performance indicators)	53	53	53
Hải quan (Customs)	37	53	63
Cơ sở hạ tầng (Infrastructure)	60	66	72
Vận tải quốc tế (International shipments)	<u>47</u>	<u>58</u>	<u>39</u>
Năng lực (Logistics competence)	56	51	82
Khả năng kết nối thông tin (Tracking & tracing)	53	55	47
Thời gian (Timeliness)	65	76	38

Nguồn: World Bank (2007, 2010 & 2012): “*Connecting to compete: Trade logistics in the global*”

Để gia tăng năng lực cạnh tranh thì cần thiết phải có đánh giá thực trạng dịch vụ logistics cung cấp, tuy nhiên về phía các công ty logistics Việt Nam, hầu như mỗi công ty hoặc không đánh giá hoặc nếu có đánh giá chất lượng dịch vụ logistics thì cũng đều dựa theo các chỉ số riêng do công ty lập ra.

Những thách thức nói trên và thực tế tự đánh giá chất lượng dịch vụ logistics của các công ty đặt ra một yêu cầu vô cùng cấp bách là làm sao xây dựng được một mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ logistics chuẩn hóa theo các chỉ số chung của quốc tế cũng như dựa trên tình hình thực tế của Việt Nam.

3. Các mô hình phổ biến được sử dụng để đánh giá chất lượng dịch vụ

3.1. Mô hình PZB và SERVQUAL

Một trong những mô hình được sử dụng phổ biến nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ là mô hình PZB do Parasuraman và cộng sự giới thiệu vào năm 1985 [1]. Mô hình PZB [5,6,7] sử dụng bộ thang đo SERVQUAL nhằm đo lường sự cảm nhận về dịch vụ thông qua năm thành phần chất lượng dịch vụ:

+ **Phương tiện hữu hình (tangibles):** Thể hiện qua các trang thiết bị, giao tiếp, cách thức thể hiện của nhân viên.

+ **Sự tin cậy (reliability):** Thể hiện khả năng thực hiện dịch vụ đã cam kết một cách chính xác.

+ **Sự đáp ứng (responsiveness):** Thể hiện sự sẵn lòng hỗ trợ khách hàng và cung cấp dịch vụ nhanh chóng.

+ **Sự bảo đảm (assurance):** Thể hiện kiến thức chuyên môn và thái độ phục vụ mang lại niềm tin cho khách hàng.

+ **Sự chia sẻ, cảm thông (empathy):** Thể hiện sự chăm sóc, quan tâm đến khách hàng.

Theo mô hình SERVQUAL [4], chất lượng dịch vụ được xác định như sau:

Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận – Giá trị kỳ vọng

Như vậy, nếu sử dụng mô hình SERVQUAL thì khi đánh giá sẽ phức tạp vì cần tiến hành hai bước đánh giá song song để đo lường “Mức độ cảm nhận” và “Giá trị kỳ vọng” của khách hàng. Đặc biệt, việc đo lường “Giá trị kỳ vọng” đôi khi rất khó thực hiện và vì thế kết quả thu được đôi khi không chính xác, thiếu độ tin cậy khi người trả lời không xác định cụ thể sự kỳ vọng của mình đối với các dịch vụ logistics được cung cấp. Trong thực tế, thu thập dữ liệu cho thấy, phần đông người trả lời đưa ra sự kỳ vọng rất cao mà không xét đến sự tương thích giữa giá thành thực hiện dịch vụ và kỳ vọng đối với dịch vụ (ví dụ: giá dịch vụ thấp, nhưng lại kỳ vọng cao).

3.2. Mô hình SERVPERF

Cronin và Taylor (1992) với mô hình SERVPERF, cho rằng mức độ cảm nhận của khách hàng đối với sự thực hiện dịch vụ của doanh nghiệp phản ánh tốt nhất chất lượng dịch vụ [4]. Theo mô hình SERVPERF thì: *Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận*.

Mô hình này cũng sử dụng năm thành phần chất lượng dịch vụ như trong mô hình SERVQUAL để đánh giá mức độ cảm nhận, bỏ qua “Giá trị kỳ vọng”. Tuy nhiên, mô hình SERVPERF chưa đề cập đến khía cạnh hình ảnh doanh nghiệp trước công chúng ngày càng có ý nghĩa quan trọng đối với các doanh nghiệp khi sự cạnh tranh đôi khi không chỉ là sản phẩm hay dịch vụ cung cấp mà còn là sự thể hiện trách nhiệm

xã hội của doanh nghiệp (sản phẩm của công ty Vedan là một ví dụ điển hình, khi người tiêu dùng từ chối sử dụng sản phẩm của Công ty này không phải vì chất lượng kém mà vì họ đánh giá thấp khả năng bảo vệ môi trường của Công ty).

3.3. Mô hình Kano [1]

Mô hình Kano (1984) đánh giá chất lượng dịch vụ dựa trên sự phân loại các đặc tính của dịch vụ theo ba nhóm như sau (Hình 1).

+ **Nhóm đặc tính cơ bản (Basic, B):** Không tạo ra sự hài lòng, nhưng nếu thiếu thì sẽ gây ra sự không hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ, ví dụ như cơ sở vật chất kỹ thuật.

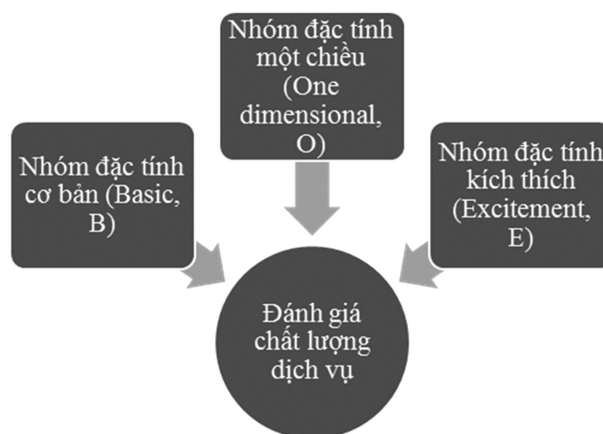
+ **Nhóm đặc tính một chiều (One dimensional, O):** Tạo ra sự hài lòng, và nếu thiếu thì sẽ gây ra sự không hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ, ví dụ như khả năng thực hiện các dịch vụ logistics, sự đa dạng của các sản phẩm dịch vụ được cung cấp.

+ **Nhóm đặc tính kích thích (Excitement, E):** Tạo ra sự hài lòng, nhưng nếu thiếu thì sẽ không tạo ra sự không hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ, ví dụ như sự chăm sóc khách hàng.

Mô hình này đưa ra 3 nhóm đặc tính khá chung chung, và chưa có sự kết nối chặt chẽ với việc đánh giá chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực logistics.

Hình 1: Mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ

Nguồn: Franceschini, R., 2000. Quality evaluation in



logistic services

3.4. Mô hình ROPMIS

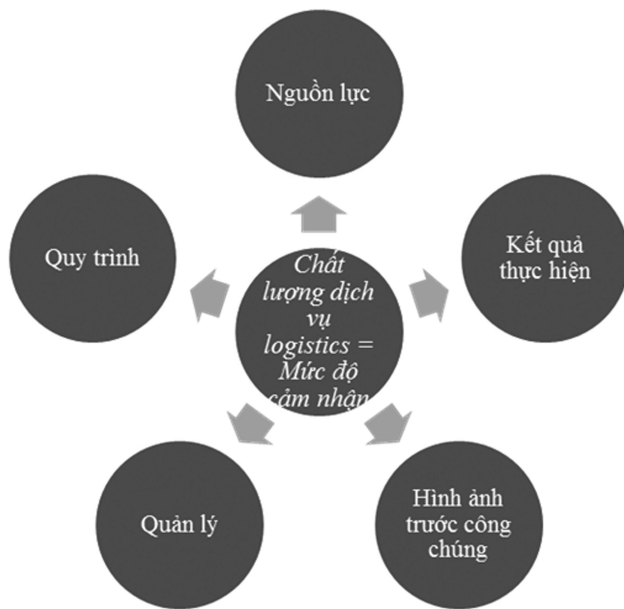
Mô hình ROPMIS [8] đánh giá chất lượng dịch vụ trong vận tải biển dựa trên 6 nhóm yếu tố sau (Hình 2):

- + Nguồn lực (Resources)
- + Kết quả (Outcomes)
- + Quy trình (process)
- + Quản lý (management)
- + Hình ảnh công ty (image)
- + Trách nhiệm xã hội (social responsibility)

ROPMIS là một trong những mô hình đề cập trực tiếp đến việc đánh giá chất lượng dịch vụ trong vận tải biển, và các thành phần đánh giá được sử dụng trong mô hình khá phù hợp với thực tế tại Việt Nam, tuy nhiên chưa đề cập đến việc đánh giá dựa trên mức độ cảm nhận hay giá trị kỳ vọng.

4. Mô hình đề xuất REPERIMP

Mô hình REPERIMP được thiết lập dựa trên sự kết hợp giữa SERVPERF & ROPMIS có điều chỉnh (Hình 2).



Hình 2: Mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ logistics REPERIMP (được đề xuất bởi tác giả)

Cụ thể như sau:

- Điều chỉnh mô hình ROPMIS, đưa “Trách nhiệm xã hội” vào cùng 1 mục với “Hình ảnh công ty”, kết quả (outcomes) chuyển thành hiệu quả thực hiện (performance). Từ đó, hình thành mô hình REPERIMP (RE-resources, PER - performance, I-image, M-management, P-process) cho phù hợp với thực tế tại Việt Nam, khi sự nhận diện về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp còn chưa phổ biến, thay vào đó các doanh nghiệp lại rất chú ý và nỗ lực xây dựng hình ảnh một doanh nghiệp tốt, phát triển bền vững trước khách hàng và các đối tác. Như vậy, cụ thể mô hình đề xuất REPERIMP bao gồm các yếu tố được sử dụng khi đánh giá chất lượng dịch vụ logistics như sau:

- + Nguồn lực (REsources)
- + Kết quả thực hiện (PERformance)
- + Hình ảnh trước công chúng (public Image)
- + Quản lý (Management)
- + Quy trình (Process)

- Sử dụng mô hình SERVPERF khi đánh giá chất lượng dịch vụ thông qua đo lường mức độ cảm nhận: *Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận* (SERVPERF).

Ưu điểm của mô hình REPERIMP khi áp dụng cho các doanh nghiệp logistics Việt Nam là giúp cho công tác đánh giá chất lượng dịch vụ logistics chính xác hơn khi căn cứ vào những tiêu chí tổng hợp đánh giá chất lượng cụ thể kết hợp giữa lợi ích doanh nghiệp và lợi ích của xã hội:

- + Đánh giá nguồn lực như nhân lực, tài chính, phương tiện sử dụng (resources)
- + Đánh giá các chỉ tiêu về thời gian, chi phí, sự linh hoạt, độ tin cậy (performance)
- + Chú ý đến sự phát triển ổn định khi kinh doanh các dịch vụ logistics, chẳng hạn doanh nghiệp sử dụng phương thức vận tải ít gây ô nhiễm môi trường như đường sắt, đường thủy (trách nhiệm của doanh nghiệp với ngành nghề kinh doanh và xã hội, public image), đây cũng là mảng ít được các doanh nghiệp Việt Nam chú ý do đó việc khuyến khích áp dụng cách đánh giá về hình ảnh của doanh nghiệp sẽ giúp các

doanh nghiệp cần trọng và có ý thức hơn khi quyết định phương án kinh doanh dịch vụ logistics nhằm cân bằng hài hòa giữa lợi ích của doanh nghiệp và xã hội.

+ Đánh giá cách thức quản lý & quy trình thực hiện dịch vụ có hướng tới sự tiêu chuẩn hóa, giảm bớt thủ tục rườm rà hay không (management, process). Đây cũng là mảng mà các doanh nghiệp Việt Nam ít chú ý tới dù đây cũng là một trong những nguyên nhân có thể làm giảm chất lượng dịch vụ logistics. Do đó, để theo kịp xu thế của thế giới thì các doanh nghiệp cũng cần đánh giá nghiêm túc năng lực quản lý và quy trình áp dụng khi thực hiện các dịch vụ logistics.

5. Kết luận

Xây dựng mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ logistics có ý nghĩa vô cùng quan trọng, là căn cứ để các nhà hoạch định vĩ mô đánh giá được thực trạng dịch vụ logistics của Việt Nam, từ đó, có giải pháp cải thiện phù hợp. Đồng thời mô hình này cũng là công cụ đánh giá nội bộ có giá trị cho các nhà cung cấp dịch vụ logistics, và trên hết là cơ sở để người sử dụng dịch vụ logistics đánh giá đối tác từ đó có thể đưa ra những quyết định đúng đắn và phù hợp khi lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ logistics.

Tài liệu tham khảo

- [1]. Franceschini, R. (2000), *Quality evaluation in logistic services*, *International Journal of Agile Management Systems*, Vol. 2(Iss: 1), pp. 49 - 54.
- [2]. Ho Thi Thu Hoa (2013), *Competition by logistics service chain improvement - a case of Vietnam*, In: Book of Abstracts of International Scientific Conference “Logistics management 2013” organized at University of Applied Science Bremen, Germany, 10/09 - 13/9/2013.
- [3]. Nomura Research Institute, *Viet Nam Logistics Development, Trade Facilitation & the Impact on Poverty Reduction*. Japan.
- [4]. Nguyễn Huy Phong, P. N. T. (2007): *SERVQUAL HAY SERVPERF - Một nghiên cứu so sánh*, *Science & Technology Development*, 10(08), pp. 24-32.
- [5]. Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V.A. (1991): *Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale*, *Journal of Retailing*, 67 (4): 420-450.
- [6]. Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V.A. (1993): *More on Improving Service Quality Measurement*, *Journal of Retailing*, 69 (1): 140-47.
- [7]. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L. L (1985): *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*, *Journal of Marketing*, 49 (fall): 41-50, (1985).
- [8]. Thai, V. V., 2008, *Service quality in maritime transport: conceptual model and empirical evidence*, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, vol. 20(Iss 4), pp. 493 - 518.
- [9]. QĐ 175/QĐ-TTg(27/1/2011), *Chiến lược tổng thể phát triển khu vực dịch vụ của Việt Nam đến năm 2020*.
- [10]. World Bank (2007, 2010 & 2012): *Connecting to compete: Trade logistics in the global*.

Ngày nhận bài: 10/02/2014

Ngày chấp nhận đăng: 28/02/2014

Người phản biện: PGS. TS. Trần Cảnh Vinh

PGS. TS. Nguyễn Văn Thư