

Các yếu tố tác động đến sự hài lòng của các doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ của các khu công nghiệp TP.HCM

- **Đỗ Phú Trần Tình**
- **Nguyễn Văn Nền**

Trường Đại học Kinh tế - Luật, ĐHQG HCM - Email: tinhdpt@uel.edu.vn

(Bài nhận ngày 27 tháng 6 năm 2016, hoàn chỉnh sửa chữa ngày 28 tháng 7 năm 2016)

TÓM TẮT

Nghiên cứu thực hiện phân tích khám phá các nhân tố tác động đến sự hài lòng của các doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ tại các khu công nghiệp (KCN) TP.HCM và phân tích hồi quy để đo lường mức độ tác động của các yếu tố được khám phá lên sự hài lòng của doanh nghiệp. Kết quả phân tích khám phá chỉ ra rằng 4 nhân tố đo lường chất lượng dịch vụ là: (i) phương tiện hữu hình; (ii) năng lực, thái độ phục vụ của ban quản lý và chủ đầu tư KCN; (iii) mức độ đáp ứng; (iv) sự đồng cảm.

Từ khóa: KCN, hài lòng, chất lượng dịch vụ, TP.HCM

Ước lượng hồi quy cho thấy cả 4 yếu tố trên đều có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của doanh nghiệp. Trong đó, yếu tố về phương tiện hữu hình và yếu tố năng lực, thái độ phục vụ của ban quản lý, chủ đầu tư KCN có tác động mạnh nhất. Đây là phát hiện quan trọng và là cơ sở để các KCN tại TP.HCM có những điều chỉnh thích hợp và các KCN sắp đưa vào hoạt động có những chuẩn bị cần thiết để đáp ứng tốt nhất các yêu cầu của nhà đầu tư.

1. GIỚI THIỆU

Việc hình thành và phát triển các KCN là hạt nhân và động lực phát triển của TP.HCM. Sự phát triển các KCN là nhu cầu tất yếu của quá trình công nghiệp hóa và hiện đại hóa đất nước. Đến cuối năm 2015, TP.HCM đã có 3 khu chế xuất và 13 KCN với 1.387 dự án đầu tư còn hiệu lực. Phần lớn các KCN ở TP.HCM có tỉ lệ lấp đầy trên 90% nhờ qua nhiều năm thành lập và vận hành. Sự phát triển của các KCN đóng góp đáng kể vào sự phát triển công nghiệp và tạo ra bước đột phá trong tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa như: thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế; tạo thêm

nhiều việc làm cho người lao động; tạo môi trường cho chuyển giao công nghệ một cách nhanh chóng; sản xuất nhiều hàng hoá tiêu dùng nội địa và sản phẩm xuất khẩu có tính cạnh tranh cao. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được trong quá trình phát triển, các KCN tại TP.HCM cũng bộc lộ những hạn chế, bất cập nhất định. Đặc biệt là các vấn đề liên quan đến các dịch vụ cung ứng cho nhà đầu tư, đối tượng quan trọng bậc nhất trong sự vận hành và phát triển của các KCN.

Theo Ban quản lý các khu chế xuất và công nghiệp TP.HCM, đến năm 2020, TP.HCM sẽ có 22 KCX-KCN tập trung với diện tích gần 6

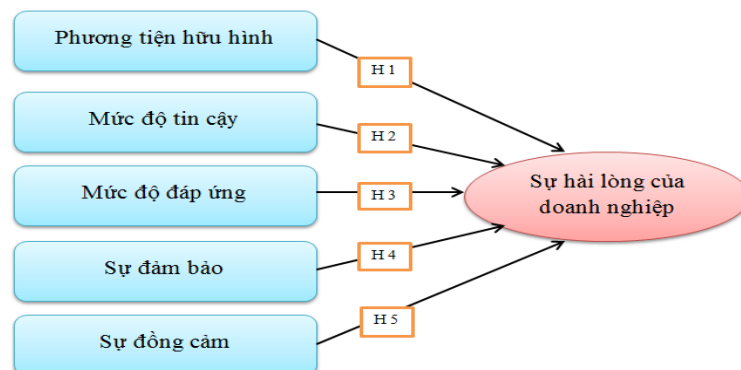
nghìn ha. Mục tiêu của các KCN mở rộng nhằm thu hút các ngành mũi nhọn theo định hướng điện-điện tử, hóa chất, cơ khí, chế biến lương thực thực phẩm, tạo động lực vững chắc phát triển công nghiệp. Để đẩy mạnh việc thu hút các nhà đầu tư, đáp ứng mục tiêu đặc ra, các KCN tại TP.HCM cần có những đánh giá, nhìn nhận cụ thể về chất lượng dịch vụ đang cung cấp cho các nhà đầu tư và sự hài lòng của nhà đầu tư với chất lượng dịch vụ đó. Từ đó kết quả đó, ban quản lý các KCN sẽ có những điều chỉnh, cải thiện phù hợp để nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm đẩy mạnh thu hút đầu tư và nâng cao tỷ lệ lấp đầy vào các KCN.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Parasuraman và cộng sự (1985, 1988) đã xây dựng một mô hình và thang đo SERVQUAL về chất lượng dịch vụ, mô hình này làm nổi bật những yêu cầu chủ yếu để đảm bảo chất lượng mong đợi của dịch vụ. Cronin và Taylor (1992) đã điều chỉnh thang đo SERVQUAL thành thang đo SERVPERF. Thang đo này giữ nguyên các thành phần và

biến quan sát của SERVQUAL nhưng bỏ đi phần đánh giá về kỳ vọng của khách hàng. Theo đó, chất lượng dịch vụ chính là sự cảm nhận thực tế của khách hàng về các dịch vụ mà họ nhận được từ nhà cung cấp. Lê Dân (2011), Lê Văn Hòa (2010), Nguyễn Thanh Trúc (2015), Nguyễn Hữu Hải & Lê Văn Hòa (2010), Nguyễn Đình Thọ và Cộng sự (2005), Hà Minh Trung (2010), Nguyễn Quốc Bảo (2012)... trong các nghiên cứu của mình đã sử dụng các mô hình và thang đo của Parasuraman, Cronin và Taylor để đo lường sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ.

Mô hình nghiên cứu được xác định dựa trên mô hình và thang đo của Parasuraman, Cronin và Taylor để đo lường mức độ tác động của các yếu tố cấu thành nên chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng của các doanh nghiệp tại các khu công nghiệp TP.HCM. Theo đó, 5 yếu tố về Phương tiện hữu hình, Mức độ tin cậy, Mức độ đáp ứng, Sự đảm bảo, Sự đồng cảm là những yếu tố quyết định nên chất lượng dịch vụ tại các KCN, từ đó tác động lên sự hài lòng của các doanh nghiệp.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5 đặt ra là các yếu tố Phương tiện hữu hình, Mức độ tin cậy, Mức độ đáp ứng, Sự đảm bảo, Sự cảm thông khi thực hiện các dịch vụ tại các KCN đều có mối quan hệ cùng chiều mức độ hài lòng của doanh nghiệp.

Dựa trên cơ sở lý thuyết về mô hình năm thành phần chất lượng dịch vụ, thang đo SERVPERF, nghiên cứu này xác định 5 nhân tố tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ của KCN TP.HCM với các thang đo như sau:

STT	DIỄN GIẢI	Mã hóa
PHƯƠNG TIỆN HỮU HÌNH		
1	KCN có vị trí địa lý thuận lợi	HH1
2	Mặt bằng, nhà xưởng KCN luôn đáp ứng tốt nhu cầu của nhà đầu tư	HH2
3	Hệ thống thông tin liên lạc thuận tiện	HH3
4	Cấp nước ổn định	HH4
5	Điện ổn định	HH5
6	Hệ thống thoát nước rất tốt	HH6
7	Hệ thống xử lý nước thải rất tốt	HH7
8	Đường giao thông nội khu và mảng xanh rất tốt	HH8
9	Hệ thống chiếu sáng nội khu rất tốt	HH9
10	Nhà ở công nhân được đáp ứng đầy đủ	HH10
MỨC ĐỘ TIN CẬY		
1	KCN thực hiện đúng những cam kết với doanh nghiệp	TC1
2	Phòng dịch vụ khách hàng của KCN luôn tư vấn rõ ràng, chính xác DN	TC2
3	BQL KCN luôn hướng dẫn rõ ràng, nhất quán các thủ tục hành chính	TC3
4	BQL KCN luôn trả lời đúng hẹn cho DN	TC4
MỨC ĐỘ ĐÁP ỨNG		
1	Luôn nhận được sự sẵn sàng hỗ trợ từ phòng dịch vụ khách hàng	DU1
2	Thủ tục hành chính được cung cấp từ KCN đơn giản, nhanh chóng	DU2
3	Thủ tục xuất khẩu, nhập khẩu của Hải quan KCN đơn giản, nhanh chóng	DU3
4	Tình hình an ninh, trật tự trong KCN rất tốt	DU4
5	Lực lượng lao động dồi dào	DU5
6	Trình độ lao động đáp ứng nhu cầu của DN	DU6
7	Dịch vụ tài chính ngân hàng đáp ứng tốt.	DU7
8	Dịch vụ Y tế đáp ứng tốt	DU8
SỰ ĐẢM BẢO		
1	Nhân viên KCN có trình độ chuyên môn cao	DB1
2	Thái độ phục vụ của nhân viên KCN rất tốt	DB2
3	Doanh nghiệp không mất nhiều thời gian và nhân lực để tiếp các đoàn thanh tra, kiểm tra của các cơ quan chức năng	DB3
SỰ ĐỒNG CẢM		
1	Các khó khăn, vướng mắc của DN được KCN lắng nghe và chia sẻ	DC1

2	KCN quan tâm giải quyết các yêu cầu của DN	DC2
3	KCN thường xuyên tổ chức hội nghị gặp gỡ và đối thoại với DN	DC3
4	DN dễ dàng gặp gỡ để trao đổi, thảo luận với lãnh đạo KCN	DC4
5	Nhân viên KCN tận tâm, có trách nhiệm với các DN	DC5
SỰ HÀI LÒNG CỦA DOANH NGHIỆP		
1	KCN đã đáp ứng được những kỳ vọng của DN.	HL1
2	DN cảm thấy hài lòng khi đầu tư tại KCN	HL2
3	DN sẽ đầu tư lâu dài tại KCN	HL3

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá nhằm kiểm định độ tin cậy, giá trị các thang đo và phân tích hồi qui tuyến tính bội để đo lường mức độ tác động của các nhân tố chất lượng dịch vụ đối với sự hài lòng của doanh nghiệp. Mẫu khảo sát được thực hiện với 173 doanh nghiệp tại 16 KCN trên địa bàn TP.HCM. Mẫu được chọn với phương pháp ngẫu nhiên, số lượng doanh nghiệp được khảo sát thấp nhất tại 1 khu công nghiệp là 6 doanh nghiệp, nhiều nhất là 14 doanh nghiệp. Hình thức khảo sát được thực hiện thông qua bảng hỏi được thiết kế theo thang đo Likert 5 điểm.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Bảng 1. Kết quả ma trận xoay nhân tố lần thứ ba

Biến quan sát	Nhân tố			
	Phương tiện hữu hình	Năng lực BQL	Mức độ đáp ứng	Sự đồng cảm
HH8	.873	.161	.199	-.056
HH1	.835	.184	.308	-.016
HH5	.820	.189	.248	.012
HH4	.803	.098	.356	.002
HH2	.799	.223	.319	.005
HH3	.760	.274	.256	-.028
HH10	.701	.278	.266	.003
HH9	.687	.321	.227	.123
HH7	.592	.243	.127	.103
TC3	.259	.806	.178	.092

3.1. Kết quả phân tích khám phá thang đo nhân tố chất lượng dịch vụ

Thang đo chất lượng dịch vụ các KCN TP.HCM gồm 5 nhân tố được đo bằng 30 biến quan sát sau khi đạt độ tin cậy Cronbach's alpha thông qua kiểm định hệ số Cronbach's alpha (đảm bảo lớn hơn 0.7) tiếp tục được đưa vào phân tích nhân tố. Thực hiện phân tích nhân tố EFA, các biến có hệ số tải nhỏ hơn 0.5 bị loại khỏi mô hình. Sau ba lần phân tích nhân tố, kết quả kiểm định Bartlett với sig = 0.000 và chỉ số KMO = 0.916 > 0.5 đều đáp ứng được yêu cầu. Tại các mức giá trị Eigenvalues lớn hơn 1, phân tích đã rút trích được 4 nhân tố với phương sai trích là 71.764%.

DB1	.331	.798	.143	.007
DB2	.269	.792	.179	-.114
TC2	.277	.788	.170	.008
TC4	.118	.766	.229	.097
TC1	.177	.739	.278	.040
DU4	.327	.209	.818	-.021
DU1	.271	.152	.797	.017
DU2	.371	.180	.730	.052
DU7	.328	.212	.723	.048
DU6	.258	.282	.716	.021
DU8	.340	.322	.676	.047
DC2	-.068	.007	.090	.859
DC4	.135	.079	-.053	.842
DC5	-.032	-.140	.026	.837
DC1	-.068	.090	.140	.837
DC3	.116	.080	-.090	.818
Eigenvalues	11.157	3.571	2.249	1.682
Phương sai trích (%)	42.911	13.735	8.648	6.47

Nguồn: Truy xuất từ kết quả phân tích SPSS

Thang đo sự hài lòng được đo bằng 3 biến quan sát, kết quả kiểm định với sig = 0.000 và chỉ số KMO = 0.679 đáp ứng được yêu cầu. Tại mức giá trị Eigenvalues = 1.946, đã rút trích được một

từ ba biến quan sát và với phương sai trích là 64.878 %. Ba biến HL1, HL2, HL3 đều có hệ số tải lớn hơn 0.5 đều phù hợp.

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố cho thang đo sự hài lòng

Biến quan sát	Nhân tố
	Sự hài lòng
HL1	0.830
HL2	0.793
HL3	0.792
Eigenvalues	1.946
Phương sai trích (%)	64.878

Nguồn: Truy xuất từ kết quả phân tích SPSS

Như vậy, dựa trên phân tích của bảng ma trận xoay nhân tố (bảng 1), kết quả thang đo chất lượng dịch vụ có tổng cộng 4 nhân tố được rút trích từ 26 biến quan sát (4 biến bị loại) gồm:

Nhân tố thứ nhất: gồm 9 biến quan sát (HH1, HH2, HH3, HH4, HH5, HH7, HH8,

HH9, HH10) được nhóm lại bằng lệnh trung bình và được đặt tên là phương tiện hữu hình ký hiệu là HH.

Nhân tố thứ hai: gồm 6 biến quan sát (TC1, TC2, TC3, TC4, DB1, DB2) được nhóm lại bằng lệnh trung bình và được đặt tên là năng

lực, thái độ phục vụ của ban quản lý và chủ đầu tư KCN ký hiệu là NL.

Nhân tố thứ ba: gồm 6 biến quan sát (DU1, DU2, DU4, DU6, DU7, DU8) được nhóm lại bằng lệnh trung bình và được đặt tên là mức độ đáp ứng ký hiệu là DU.

Nhân tố thứ tư: gồm 5 biến quan sát (DC1, DC2, DC3, DC4, DC5) được nhóm lại bằng lệnh trung bình và được đặt tên là sự đồng cảm ký hiệu là DC.

Sự hài lòng của doanh nghiệp: có ký hiệu là HL được nhóm từ 3 biến quan sát (HL1, HL2, HL3) vẫn giữ nguyên.

3.2. Mô hình hiệu chỉnh sau khi phân tích nhân tố

Sau khi phân tích và kiểm định bằng hệ số tin cậy Cronbach's alpha và khám phá (EFA), thang đo các nhân tố chất lượng dịch vụ KCN tại TP.HCM đã có sự thay đổi và chỉ còn lại 26 biến quan sát. Cụ thể như sau:

- Nhân tố phương tiện hữu hình bị loại 1 biến là HH6, 9 biến còn lại vẫn mang tính chất của

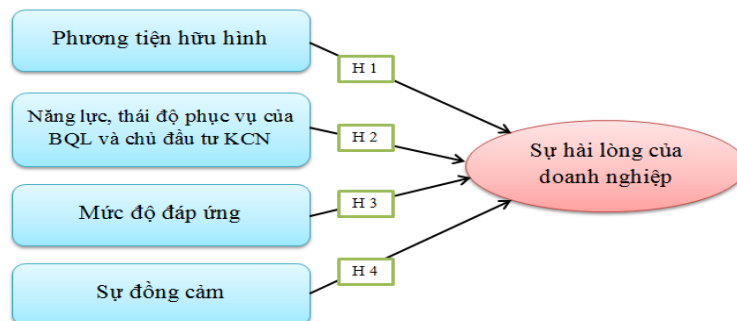
phương tiện hữu hình nên tên nhân tố này vẫn giữ nguyên như ban đầu.

Nhân tố mức độ đáp ứng bị loại 2 biến (DU5, DU8), nhưng 6 biến còn lại vẫn mang tính chất của mức độ đáp ứng nên tên nhân tố này không thay đổi.

Nhân tố sự đồng cảm gồm 5 biến quan sát vẫn giữ nguyên.

Hai nhân tố mức độ tin cậy và sự đảm bảo sau các lần phân tích nhân tố (bị loại 1 biến DB3) được gom lại thành 1 nhân tố mới. Trên thực tế, các biến quan sát thuộc hai nhân tố độ tin cậy và sự đảm bảo đều đề cập đến khả năng và thái độ phục vụ của ban quản lý KCN nên hoàn toàn có thể tập trung giải thích về khả năng và thái độ phục vụ của ban quản lý KCN. Do đó, sáu biến quan sát thuộc nhân tố mức độ tin cậy và sự đảm bảo được dùng để giải thích cho một nhân tố mới là "Năng lực, thái độ phục vụ của BQL và chủ đầu tư KCN".

Thang đo sự hài lòng của doanh nghiệp gồm 3 biến quan sát vẫn giữ nguyên. Mô hình nghiên cứu ban đầu được thay đổi lại như sau:



Hình 2. Mô hình nghiên cứu điều chỉnh

Mô hình nghiên cứu điều chỉnh sau khi loại bỏ các biến quan sát không phù hợp và gom các biến giải thích gần nhau để giải thích cho cùng một nhân tố đã xác định được các yếu tố thật sự tác động lên sự hài lòng của doanh nghiệp về chất lượng dịch vụ của các KCN tại TP.HCM, từ đó làm cơ sở cho phân tích hồi quy để xác định cụ

thể mức độ tác động của các yếu tố này lên sự hài lòng của các doanh nghiệp. Giả thuyết H1, H2, H3, H4 được vẫn được đặt ra là các yếu tố Phương tiện hữu hình; Năng lực, thái độ phục vụ của BQL và chủ đầu tư KCN; Mức độ đáp ứng; Sự đảm bảo, Sự cảm thông khi thực hiện các dịch vụ tại các KCN đều có mối quan hệ cùng chiều

mức độ hài lòng của doanh nghiệp.

3.3. Phân tích hồi qui tuyến tính bội

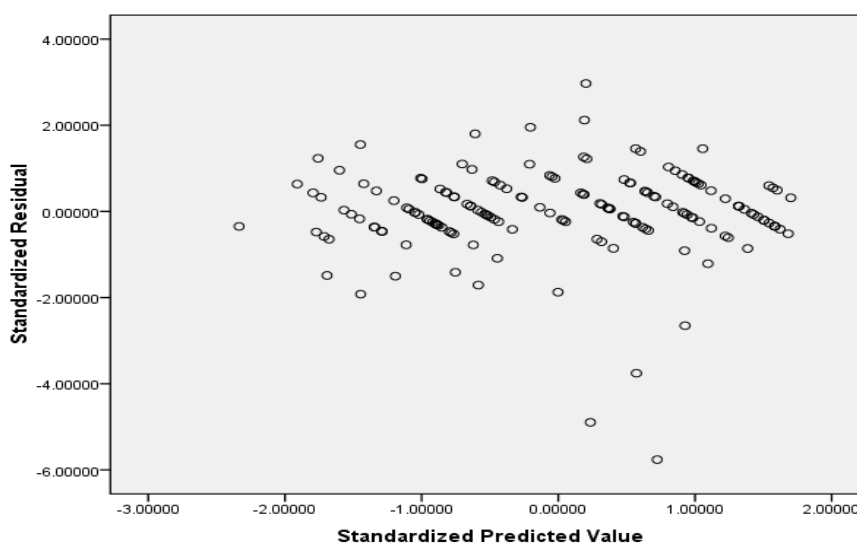
Bốn nhân tố thuộc chất lượng dịch vụ KCN cùng với sự hài lòng của KCN sẽ được đưa vào phân tích hồi qui tuyến tính bội. Mô hình hồi qui được xác định theo mô hình nghiên cứu đã điều chỉnh là: $HL = \beta_0 + \beta_1*HH + \beta_2*NL + \beta_3*DU + \beta_4*DC$

Trong đó: HL - Biến phụ thuộc: *sự hài lòng của doanh nghiệp*; Các biến độc lập: *phương tiện hữu hình (HH), năng lực, thái độ phục vụ của ban quản lý và chủ đầu tư KCN (NL), mức độ đáp ứng (DU), sự đồng cảm*

(DC).

Tiến hành chạy hồi qui và thực hiện các kiểm định mô hình, kết quả kiểm định cho thấy cho thấy các thông số đều đạt yêu cầu:

Thứ nhất, giả định liên hệ tuyến tính để đáp ứng hồi quy: giả định này sẽ được kiểm tra bằng biểu đồ phân tán scatter cho phần dư chuẩn hóa (Standardized residual) và giá trị dự đoán chuẩn hóa (Standardized predicted value). Kết quả cho thấy phần dư phân tán ngẫu nhiên qua đường thẳng qua điểm 0, không tạo thành một hình dạng nào cụ thể nào. Như vậy, giả định liên hệ tuyến tính được đáp ứng.



Hình 3. Biểu đồ phân tán của phần dư

Nguồn: Truy xuất từ kết quả phân tích SPSS

Thứ hai, giả định phương sai của sai số không đổi: kết quả kiểm định tương quan hạng Spearman giữa trị tuyệt đối của phần dư với 4 biến độc lập là HH, NL, DU, DC cho thấy giá trị sig. của các nhân tố HH, NL, DU, DC lần lượt là: 0.272; 0.406; 0.821; 0.061 đều lớn hơn 0.05. Điều này nghĩa chấp nhận giả định là phương sai của sai số không đổi.

Thứ ba, giả định không có tương quan giữa

các phần dư: Kết quả hồi qui nhận được cho thấy đại lượng thống kê Durbin-Watson có giá trị là 2.104. Tra bảng Durbin-Watson với mẫu là $n = 173$ quan sát và biến độc lập $k = 4$, thì $dU: 1.715$, $dL: 1.633$. Do đó, vùng chấp nhận của giá trị d là $[1.715; 2.285]$ nên chấp nhận giả thuyết không có sự tương quan chuỗi bậc nhất trong mô hình.

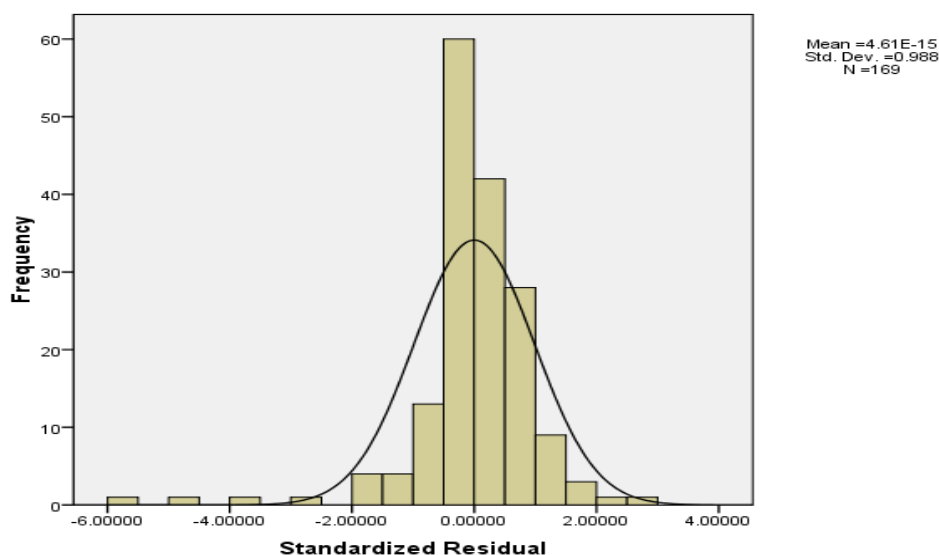
Bảng 3. Model Summary b

Model	R	R ²	R ² điều chỉnh	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.873 ^a	.762	.757	.38425	2.104

Nguồn: Truy xuất từ kết quả phân tích SPSS

Thứ tư, giả định phần dư có phân phối chuẩn: kiểm tra biểu đồ phân tán của phần dư cho thấy phân phối phần dư xấp xỉ chuẩn (trung

bình mean gần bằng 0 và độ lệch chuẩn Std. = 0.988 gần bằng 1). Như vậy, giả định phần dư có phân phối chuẩn không bị vi phạm.

**Hình 4. Đồ thị Histogram**

Nguồn: Truy xuất từ kết quả phân tích SPSS

Thứ năm, kiểm định độ phù hợp của mô hình, kết quả cho thấy trị thống kê F là 131.589 với giá trị Sig. rất nhỏ ($= 0.000 < 0.05$), có thể

kết luận rằng mô hình hồi qui bội thỏa mãn các điều kiện đánh giá và kiểm định độ phù hợp cho việc rút ra các kết quả nghiên cứu.

Bảng 4. Phân tích ANOVA

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	77.715	4	19.429	131.589	.000 ^a
	Residual	24.214	164	.148		
	Total	101.929	168			

Nguồn: Truy xuất từ kết quả phân tích SPSS

Thứ sáu, kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến, hệ số phóng đại phương sai (VIF) có giá trị thấp nhất là 1.005 và cao nhất là 2.062 đạt yêu cầu ($VIF < 10$). Có thể kết luận mô hình hồi qui tuyến tính bội không có hiện tượng đa cộng tuyến.

Với các kết quả kiểm định đều thỏa mãn, kết quả phân tích hồi quy với các giá trị Sig. tương ứng với các biến TC, DB, DC, DU đều nhỏ hơn 0.05.

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy bội

Model	Hệ số hồi qui chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi qui đã chuẩn hóa	T	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Hằng số	-.042	.177		-.238	.812		
HH	.365	.049	.404	7.391	.000	.485	2.062
NL	.327	.044	.356	7.364	.000	.621	1.610
DU	.219	.051	.233	4.308	.000	.493	2.027
DC	.105	.030	.135	3.529	.001	.995	1.005
R	R ²	R ² điều chỉnh	Std. Error of the Estimate		Durbin-Watson		
.873 ^a	.762	.757	.38425		2.104		

Nguồn: Truy xuất từ kết quả phân tích SPSS

Hệ số cho thấy R² điều chỉnh bằng 0.757 cho thấy các biến số trong mô hình đã giải thích được 75.70% sự hài lòng của doanh nghiệp. Còn lại 24.30% sự hài lòng của doanh nghiệp xuất phát từ các nhân tố khác. Có thể nói các biến được đưa vào mô hình đạt kết quả giải thích khá tốt. Kết quả mô hình thu được như sau:

$$HL = -0.041 + 0.365*HH + 0.327*NL + 0.219*DU + 0.105*DC$$

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy các biến trong thang đo chất lượng dịch vụ tại các KCN tại TP.HCM có hệ số β đều dương nên tất cả các nhân tố chất lượng dịch vụ trong mô hình hồi quy đều ảnh hưởng cùng chiều đến sự hài lòng của doanh nghiệp. Như vậy, các giả thuyết H1, H2, H3, H4 trong mô hình nghiên cứu điều chỉnh được chấp nhận.

Kết quả năm thành phần chất lượng dịch vụ KCN thông qua kiểm định thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá rút gọn thành 4 thành phần: Phương tiện hữu hình; Năng lực, thái độ phục vụ của Ban quản lý và chủ đầu tư KCN (là sự kết hợp của 2 thành phần Mức độ tin cậy và Sự đảm bảo); Mức độ đáp ứng; Sự đồng cảm. Số biến quan sát giảm từ 30 xuống 26 và thành phần hài lòng gồm 3 biến quan sát không thay đổi. Sau khi nhóm 26 biến quan sát còn lại trong bốn thành phần chất lượng dịch vụ KCN bằng lệnh trung bình thành bốn biến mới được xem là bốn biến độc lập và 3 biến quan sát đo lường mức độ hài lòng được nhóm lại thành biến mức độ hài lòng được xem như biến phụ thuộc. Hồi qui bội theo phương pháp đưa vào một lượt cho thấy bốn thành phần chất lượng dịch vụ này ảnh hưởng cùng chiều đến sự hài lòng của

doanh nghiệp. Trong đó, thành phần ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của doanh nghiệp là Phương tiện hữu hình (hệ số hồi qui chuẩn hóa là: 0.404), tiếp đến lần lượt là thành phần Năng lực, thái độ phục vụ của Ban quản lý và chủ đầu tư KCN (hệ số hồi qui chuẩn hóa là: 0.356), Mức độ đáp ứng (hệ số hồi qui chuẩn hóa là: 0.233) và Sự đồng cảm (hệ số hồi qui chuẩn hóa là: 0.135). Vì vậy, có thể kết luận rằng khi tăng giá trị của bất kỳ thành phần nào trong 4 thành phần này đều làm tăng mức độ hài lòng của doanh nghiệp.

So sánh với các kết quả nghiên cứu có liên quan: Nghiên cứu đo lường cơ sở hạ tầng đầu tư của tỉnh Tiền Giang của Nguyễn Đình Thọ và cộng sự (2005) cho thấy có 3 thành phần chất lượng dịch vụ ảnh hưởng thuận chiều đến sự hài lòng: Cơ sở hạ tầng, mặt bằng và lao động; Nghiên cứu các yếu tố tác động đến sự hài lòng của các doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ của Khu công nghiệp Việt Nam –Singapore, Tỉnh Bình Dương của Hà Minh Trung (2010) cho thấy có 3 thành phần chất lượng dịch vụ: Năng lực và thái độ phục vụ của ban quản lý KCN và công ty kinh doanh khai thác cơ sở hạ tầng, Cơ sở hạ tầng KCN, Điện ổn định và các dịch vụ giải trí, nhà hàng, khách sạn; Kết quả của nghiên cứu của Nguyễn Quốc Bảo (2012) tại khu công nghiệp Hiệp Phước - TP.HCM cho thấy có 4 thành phần chất lượng dịch vụ ảnh hưởng thuận chiều đến sự hài lòng của doanh nghiệp: Phương tiện hữu hình, Mức độ đáp ứng, Sự đảm bảo, Sự đồng cảm. Nghiên cứu này dựa trên các kết quả khám phá được cho thấy có 4 thành phần chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp: Phương tiện hữu hình, Năng lực, thái độ phục vụ của Ban quản lý và chủ đầu tư KCN, Mức độ đáp ứng và Sự đồng cảm. Kết quả nghiên cứu của tác giả có những thành phần trùng và bổ sung cho nhau với các nghiên cứu trước đây. Qua đó cho thấy chất lượng dịch

vụ nói chung và dịch vụ KCN nói riêng là không ổn định. Sự khác nhau về chất lượng dịch vụ có thể xuất phát từ dịch vụ khác nhau, khu vực khác nhau, cách thức quản lý khác nhau...

Nâng cao sự hài lòng của người sử dụng dịch vụ là mong mỏi của bất kỳ tổ chức nào. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 4 thành phần chất lượng dịch vụ KCN tương quan dương đến sự hài lòng của doanh nghiệp tại KCN TP.HCM. Việc nâng cao sự hài lòng của doanh nghiệp đối với dịch vụ KCN cần thực hiện theo thứ tự ưu tiên theo mức độ tác động từ cao đến thấp của các thành phần trong mô hình kết quả nghiên cứu dựa vào hệ số β chuẩn hóa như sau: Phương tiện hữu hình; Năng lực, thái độ phục vụ của Ban quản lý và chủ đầu tư KCN; Mức độ đáp ứng và Sự đồng cảm.

4. NHỮNG GỢI Ý CHÍNH SÁCH

4.1. Gợi ý về thành phần phương tiện hữu hình

Thành phần phương tiện hữu hình ảnh hưởng lớn nhất đến sự hài lòng của doanh nghiệp. Phương tiện hữu hình thể hiện qua sự thuận tiện về vị trí địa lý, mặt bằng nhà xưởng, hệ thống điện nước, hệ thống thông tin liên lạc đường giao thông nội khu - mảng xanh, hệ thống xử lý nước thải, hệ thống chiếu sáng nội khu. Do đó, có một số gợi ý như sau:

Các KCN muốn phát huy được tốt lợi thế so sánh của từng địa phương cần tập trung quan tâm đến các vấn đề trọng yếu trong công tác quy hoạch phát triển các KCN như: khi xây dựng, trình thủ tướng phê duyệt các KCN vào danh mục các KCN Việt Nam phải có vị trí tốt, tầm nhìn dài hạn phù hợp với điều kiện phát triển kinh tế - xã hội và phù hợp với các quy hoạch kết cấu hạ tầng kinh tế xã hội khác của thành phố và quy hoạch của các Bộ, ngành, nhằm tránh chồng chéo, trùng lặp về quy hoạch.

Cơ sở hạ tầng kỹ thuật KCN (Bao gồm nhà xưởng, hệ thống điện-nước, thông tin liên lạc, giao thông nội khu-mảng xanh, hệ thống xử lý nước thải, chiếu sáng nội khu) cần được kiểm tra bảo dưỡng thường xuyên.

Việc xây dựng cơ sở hạ tầng KCN phải được tiến hành đồng bộ đúng theo kế hoạch và quy hoạch ban đầu đã được phê duyệt. Tránh tình trạng vì lợi nhuận và hạn chế về vốn mà các chủ đầu tư, công ty kinh doanh khai thác hạ tầng KCN kéo dài hoặc không thực hiện các khu chức năng theo kế hoạch ban đầu làm ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững, lâu dài của KCN.

4.2. Gợi ý về thành phần năng lực, thái độ phục vụ của BQL và chủ đầu tư KCN

Thành phần năng lực, thái độ phục vụ của Ban quản lý và chủ đầu tư KCN ảnh hưởng thứ hai đến sự hài lòng của doanh nghiệp. Năng lực, thái độ phục vụ của Ban quản lý và chủ đầu tư KCN thể hiện qua việc Ban quản lý/chủ đầu tư thực hiện đúng cam kết với doanh nghiệp, tư vấn rõ ràng chính xác cho doanh nghiệp, các thủ tục hành chính rõ ràng nhất quán, trả lời đúng hẹn với doanh nghiệp và trình độ chuyên môn cũng như thái độ phục vụ của nhân viên trong Ban quản lý KCN và phòng dịch vụ KCN. Để tăng sự hài lòng của doanh nghiệp thì việc nâng cao năng lực, thái độ phục vụ của Ban quản lý và chủ đầu tư KCN. Do đó, có một số gợi ý như sau:

Thực hiện đúng thời gian và chính xác như đã cam kết giúp doanh nghiệp chủ động trong thực hiện kế hoạch của mình và từ đó sẽ giúp họ giảm thời gian và chi phí, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của họ.

Nhằm cải thiện tình hình thu hút đầu tư và ngày càng thực hiện tốt hơn chức năng quản lý, tránh chồng chéo trong thủ tục quản lý; tạo điều kiện giải quyết tốt nhất và nhanh nhất cho nhà

đầu tư cần nghiên cứu áp dụng cơ chế quản lý “một cửa, tại chỗ” ở KCN theo kinh nghiệm BQL KCN Việt Nam-Singapore.

Bố trí cán bộ có kinh nghiệm, am hiểu sâu về chuyên môn nghiệp vụ, có thái độ nhã nhặn và nhiệt tình trong công việc được lãnh đạo xem xét để bố trí trả lời các thông tin cho doanh nghiệp, lập đường dây nóng để doanh nghiệp tiện liên lạc.

BQL các KCN phối hợp các chủ đầu tư hạ tầng KCN tổ chức nhiều hình thức tư vấn về thủ tục hành chính cho doanh nghiệp thông qua điện thoại, website, email hay trực tiếp qua tổ tư vấn tiếp khi có qui định, chính sách mới.

4.3. Gợi ý về thành phần mức độ đáp ứng

Thành phần mức độ đáp ứng ảnh hưởng thứ ba đến sự hài lòng của doanh nghiệp. Mức độ đáp ứng càng cao thì sự hài lòng của doanh nghiệp càng tăng. Chính vì vậy, nâng cao năng lực, hiệu quả công tác của phòng dịch vụ khách hàng, từng bước đơn giản hóa thủ tục hành chính, đảm bảo an ninh trật tự... là những việc làm cần thiết để nâng cao mức độ hài lòng của doanh nghiệp. Một số gợi ý cụ thể như sau:

Ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác quản lý hành chính KCN như lập trang Web riêng cho từng KCN tại thành phố để các doanh nghiệp hiểu rõ các thông tin về KCN, các quy trình thủ tục hành chính...

Thường xuyên tổ chức các lớp chuyên sâu về nghiệp vụ cho nhân viên để trao đổi, học tập. Đồng thời xuyên kiểm tra, giám sát, đánh giá chất lượng giao dịch về thái độ phục vụ khách hàng để có những chấn chỉnh kịp thời.

4.4. Kiến nghị về thành phần sự đồng cảm

Thành phần sự đồng cảm có ảnh hưởng thứ tư đến sự hài lòng của doanh nghiệp với hệ số hồi quy nhỏ nhất. Tuy nhiên, các KCN cũng

cần có một phần chú ý đến yếu này trong việc cải thiện chất lượng dịch vụ phục vụ doanh nghiệp. Một gợi ý để cải thiện chất lượng yếu tố này như sau:

Những vướng mắc cần được tư vấn một cách đúng lúc hoặc kiến nghị cấp trên giải quyết kịp thời để tránh gây cản trở cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Điều này được xem là hành động thiết thực cho việc đồng hành với khó khăn của doanh nghiệp. Các hoạt động này được cụ thể hoá như những chỉ số đo lường đánh giá cụ thể về hoạt động của

nhân viên BQL KCN và là cơ sở đo lường mức độ hoàn thành nhiệm vụ cũng như khen thưởng đột xuất.

Thường xuyên tập huấn về quy trình, thủ tục mới cũng như khuyến khích bằng chính sách cho nhân viên tự nâng cao trình độ, có như vậy họ mới đáp ứng được kỳ vọng của doanh nghiệp.

Nghiên cứu được tài trợ bởi Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh (ĐHQG-HCM) trong khuôn khổ Đề tài mã số: B2015-34-02

Factors affecting the satisfaction of companies on service quality in industrial zones in Ho Chi Minh City

• Do Phu Tran Tinh

• Nguyen Van Nen

University of Economics and Law, VNU HCM - Email: tinhdpt@uel.edu.vn

ABSTRACT

The research focuses on exploratory analysis of factors that affect the satisfaction of companies on service quality in industrial zones in Ho Chi Minh City. In addition, regression analysis is implemented to measure the impact of these factors on companies' satisfaction. The exploratory analysis indicates that four factors that determine service quality of industrial zones in Ho Chi Minh City are: (i) tangibility; (ii) service attitude of the managers and the industrial zones's investors; (iii) responsiveness; and (iv) empathy. The

regression estimation shows that the four factors above affect the satisfaction of companies in the same direction. In particular, tangibility and service attitude of the managers and the industrial zones's investors have the strongest impacts. These important findings can serve as a ground for industrial zones in Ho Chi Minh City to make appropriate adjustments and for industrial zones which are about to come into operation to have necessary preparations in order to better meet requirements of companies.

Key words: Industrial zones, service quality, satisfaction, Ho Chi Minh City.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Hà Minh Trung, *Các yếu tố tác động đến sự hài lòng của các doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ của Khu công nghiệp Việt Nam - Singapore*, Tỉnh Bình Dương. Luận văn Thạc sỹ. Đại học Kinh tế TP.HCM (2010).
- [2]. Nguyễn Đình Thọ, Phạm Xuân Lan, Nguyễn Thị Bích Châm, Nguyễn Thị Mai Trang. *Điều tra đánh giá thực trạng môi trường đầu tư tỉnh Tiền Giang và đề xuất các giải pháp huy động nguồn lực xã hội đầu tư phát triển*, Đề tài NCKH. Sở Khoa học & Công nghệ tỉnh Tiền Giang (2005).
- [3]. Nguyễn Quốc Bảo, 2012. *Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của các doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ của khu công nghiệp Hiệp Phước – TP.HCM*. Luận văn Thạc sỹ. Đại học Kinh tế TP.HCM.
- [4]. Phan Mạnh Cường, *Phát triển bền vững các khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên*. Luận án tiến sỹ kinh tế. Học viện chính trị quốc gia Hồ Chí Minh (2015).
- [5]. Nunnally, J. and Burnstein, I.H. *Psychometric Theory*. 3rded., New York: Mc Graw - Hill (1994).

- [6]. Oliver, R.L., Satisfaction – A Behavioural Perspective on the consumers, New York: McGraw-Hill (1997).
- [7]. Parasuraman. A, Valarie A. Zeithaml and L.L Berry, A conceptual model of service quality and its implications of future research, *Journal of marketing*, 49 (Fall): 41-50 (1985).
- [8]. Parasuraman. A, Valarie A. Zeithaml and L.L Berry, SERVQUAL: a multiple - item scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of retailing*, 64 (1): 12 - 40 (1988).
- [9]. Svensson, G., A triadic network approach to service quality. *Journal of Services Marketing* (2002). [PDF] Available: <http://search.proquest.com/pqcentral/docview/212665182/fulltextPDF/139D910C4FCAA28188/1?accountid=63189>
- [10]. Wismiewski, M& Dnnelly, Using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector services, *Managing Service Quality*, Vol 11, No 6: 380 - 388.
- [11]. Zeithaml, va, Bitner, mj, *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*, 2nd ed., mcgraw-Hill, New York, NY (2000).