

Nghiên cứu chất lượng dịch vụ logistics của Công ty Cổ phần Bưu vận nội địa và quốc tế Đông Dương

Vũ Trọng Tích¹, Trần Thị Thu Huyền²

Ngày nhận bài: 27/02/2026 | Ngày gửi phản biện: 04/3/2026 | Ngày duyệt đăng: 26/3/2026

Tóm tắt: Công ty Cổ phần Bưu vận nội địa và quốc tế Đông Dương (Indochina Post Logistics - IPL) là một trong những doanh nghiệp logistics hàng đầu tại Việt Nam, có mạng lưới hoạt động rộng khắp từ Thành phố Hồ Chí Minh đến Hà Nội, Đà Nẵng và Campuchia. Trong môi trường cạnh tranh gay gắt Công ty đang nỗ lực nâng cao chất lượng dịch vụ logistics của mình. Bài viết tiến hành đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ logistics của Công ty Cổ phần Bưu vận nội địa và quốc tế Đông Dương, xác định mức độ quan trọng của từng chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ logistics đối với khách hàng; trên cơ sở đó đưa ra các khuyến nghị cho Công ty trong hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ logistics của mình.

Từ khóa: Chất lượng dịch vụ, đánh giá, logistics.

Research on the Logistics Service Quality of Indochina Express Domestic and International Mail and Cargo Joint Stock Company

Abstract: Indochina Express Domestic and International Mail and Cargo Joint Stock Company (Indochina Post Logistics - IPL), one of the leading logistics enterprises in Vietnam, operates an extensive network spanning Ho Chi Minh City, Hanoi, Da Nang, and Cambodia. In an increasingly competitive environment, Indochina Post Logistics is striving to improve its logistics service quality. This paper assesses the current status of IPL's logistics service quality and identifies the relative importance of each service-quality evaluation criterion from the customers' perspective. Based on these findings, the paper proposes recommendations to help Indochina Post Logistics improve its logistics service quality.

Keywords: Service quality, assessment, logistics.

1. Thực trạng chất lượng dịch vụ logistics của Công ty Cổ phần Bưu vận nội địa và quốc tế Đông Dương

Nghiên cứu về chất lượng dịch vụ hiện nay hai mô hình phổ biến nhất thường sử dụng là SERVQUAL và SERVPERF.

Mô hình SERVQUAL: Trong mô hình SERVQUAL, khái niệm về sự kỳ vọng có thể gây khó hiểu cho người trả lời và điều này có thể dẫn đến sự nhầm lẫn hoặc không nhất quán trong việc đánh giá, ảnh hưởng đến chất lượng dữ liệu thu thập được và điều này có thể làm giảm tính chính xác và độ tin cậy của kết quả nghiên cứu.

Mô hình SERVPERF: Trong mô hình SERVPERF, chất lượng dịch vụ là kết quả của nhận thức cá nhân đối với toàn bộ thuộc tính của dịch vụ được cung cấp, điều này giúp nâng cao hơn chất lượng dữ liệu thu thập và độ tin cậy của kết quả nghiên cứu so với mô hình SERVQUAL.

Để đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ logistics của Indochina Post Logistics, tác giả sử dụng mô hình SERVPERF. Với mô hình này chất lượng dịch vụ được đánh giá thông qua năm thành phần sau: i) Sự tin cậy; ii) Sự đáp ứng; iii) Sự đảm bảo; iv) Sự đồng cảm; và v) Phương tiện hữu hình.

¹ PGS.TS., Trường Đại học Giao thông Vận tải

² CN., Công ty TNHH Makoto Việt Nam

Bài viết khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng về dịch vụ logistics do Indochina Post Logistics cung cấp sử dụng thang đo Likert với năm mức độ đánh giá là: 1= Rất không hài lòng; 2= Không hài lòng; 3= Bình Thường; 4= Hài Lòng; 5= Rất hài lòng. Khách hàng được điều tra khảo sát được chọn ngẫu nhiên trong số khách hàng sử dụng dịch vụ của công ty. Có 100 phiếu khảo sát được gửi đi và có 78 phiếu nhận về trong đó có 75 phiếu hợp lệ. Để phân tích dữ liệu thu được từ điều tra khảo sát sử dụng phần mềm SPSS 22 và kết quả được tổng hợp trong Bảng 1.

Bảng 1. Mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ logistics do Indochina Post Logistics cung cấp

Các thành phần	Ký hiệu	Các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ logistics	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Xếp hạng
Sự tin cậy	TC1	Triển khai dịch vụ đúng theo kế hoạch đã cam kết với khách hàng	4,13	0,644	10
	TC2	Công ty sẵn sàng xử lý và hỗ trợ khi có phát sinh	4,09	0,738	13
	TC3	Công ty đáng tin cậy và có uy tín trên thị trường	4,49	0,705	2
	TC4	Dịch vụ thực hiện không có sai sót về chứng từ	4,1	0,649	11
Sự đáp ứng	PH1	Nhân viên theo sát, thường xuyên cập nhật tình trạng lô hàng	4,09	0,762	13
	PH2	Nhân viên phản hồi nhanh chóng đối với yêu cầu của khách hàng	4,35	0,835	8
	PH3	Nhân viên luôn sẵn hàng hỗ trợ, cung cấp đầy đủ thông tin cho khách hàng	4,36	0,799	7
Sự đảm bảo	DB1	Đảm bảo an toàn hàng hóa, bảo mật tuyệt đối thông tin khách hàng.	4,6	0,658	1
	DB2	Nhân viên có thái độ lịch sự, niềm nở	4,45	0,684	3
	DB3	Nhân viên nắm vững nghiệp vụ, linh hoạt, tư vấn giải pháp tốt nhất cho khách hàng	4,11	0,649	11
Sự đồng cảm	DC1	Công ty luôn quan tâm và có nhiều chương trình ưu đãi cho khách hàng	4,41	0,739	5
	DC2	Công ty luôn coi trọng lợi ích của khách hàng	4,42	0,876	4
	DC3	Giờ làm việc của công ty linh hoạt, thuận tiện với khách hàng	3,86	0,766	15
Thành phần hữu hình	HH1	Công ty có trang thiết bị công nghệ, đội xe, kho bãi hiện đại.	3,92	0,804	6
	HH2	Các phần mềm, website công ty cung cấp luôn hoạt động tốt và đầy đủ các thông tin	4,32	0,862	9

2. Xác định mức độ quan trọng của các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ logistics đối với khách hàng của Công ty Cổ phần Bưu vận nội địa và quốc tế Đông Dương

Để xác định mức độ quan trọng của các tiêu chí đối khách hàng tiến hành điều tra khảo sát ý kiến của khách hàng, trong khảo sát cũng sử dụng thang đo Likert với năm mức độ đánh giá cụ thể như sau: Rất không quan trọng = 1 điểm; Không quan trọng = 2 điểm; Bình thường = 3 điểm; Quan trọng = 4 điểm; Rất quan trọng = 5 điểm. Quá trình điều tra khảo sát thực hiện tương tự như khảo sát về sự hài lòng (Một phiếu khảo sát có hai nội dung khảo sát: i) Về sự hài lòng của khách hàng; ii) Về mức độ quan

trọng của các tiêu chí). Để phân tích dữ liệu thu được từ điều tra khảo sát sử dụng phần mềm SPSS 22 và kết quả được tổng hợp trong Bảng 2.

Bảng 2. Mức độ quan trọng của các tiêu chí đối với khách hàng sử dụng dịch vụ logistics của Indochina Post Logistics

Các thành phần	Ký hiệu	Các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ logistics	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Xếp hạng
Sự tin cậy	TC1	Triển khai dịch vụ đúng theo kế hoạch đã cam kết với khách hàng	4,56	0,758	5
	TC2	Công ty sẵn sàng xử lý và hỗ trợ khi có phát sinh	4,44	0,623	7
	TC3	Công ty đáng tin cậy và có uy tín trên thị trường	4,49	0,76	6
	TC4	Dịch vụ thực hiện không có sai sót về chứng từ	4,59	0,66	3
Sự đáp ứng	PH1	Nhân viên theo sát, thường xuyên cập nhật tình trạng lô hàng	4,57	0,738	4
	PH2	Nhân viên phản hồi nhanh chóng đối với các yêu cầu của khách hàng	4,07	0,723	13
	PH3	Nhân viên luôn sẵn hàng hỗ trợ, cung cấp đầy đủ thông tin cho khách hàng	3,93	0,86	15
Sự đảm bảo	DB1	Đảm bảo an toàn hàng hóa, bảo mật tuyệt đối thông tin khách hàng.	4,64	0,65	1
	DB2	Nhân viên có thái độ lịch sự, niềm nở	4,4	0,658	9
	DB3	Nhân viên nắm vững nghiệp vụ, linh hoạt, tư vấn giải pháp tốt nhất cho khách hàng	4,64	0,65	1
Sự đồng cảm	DC1	Công ty luôn quan tâm và có nhiều chương trình ưu đãi cho khách hàng	3,95	0,997	11
	DC2	Công ty luôn coi trọng lợi ích của khách hàng	4,37	0,912	10
	DC3	Giờ làm việc của công ty linh hoạt, thuận tiện với khách hàng	4,05	0,695	14
Thành phần hữu hình	HH1	Công ty có trang thiết bị công nghệ, đội xe, kho bãi hiện đại.	4,41	0,772	8
	HH2	Các phần mềm, website công ty cung cấp luôn hoạt động tốt và đầy đủ có đầy đủ các thông tin	4,32	0,947	12

3. Thiết lập ma trận IPA phân bố yếu tố xếp hạng quan trọng và mức độ hài lòng của khách hàng.

Ma trận IPA gồm bốn phần với trục tung (Y) thể hiện mức độ quan trọng của các tiêu chí đánh giá chất lượng và trục hoành (X) thể hiện mức độ hài lòng của khách hàng, trong đó:

i) Phần tư thứ nhất (Tập trung phát triển): Mức độ quan trọng cao, mức độ hài lòng thấp. Những tiêu chí đánh giá nằm ở phần tư này được xem là rất quan trọng đối với khách hàng, nhưng mức độ đáp ứng dịch vụ của nhà cung ứng dịch vụ ở mức độ thấp (mức độ hài lòng thấp). Nhà cung ứng dịch vụ trước

tiên cần chú ý đến các tiêu chí này, tập trung phát triển mức độ cung ứng dịch vụ nhằm nâng cao mức độ thỏa mãn khách hàng.

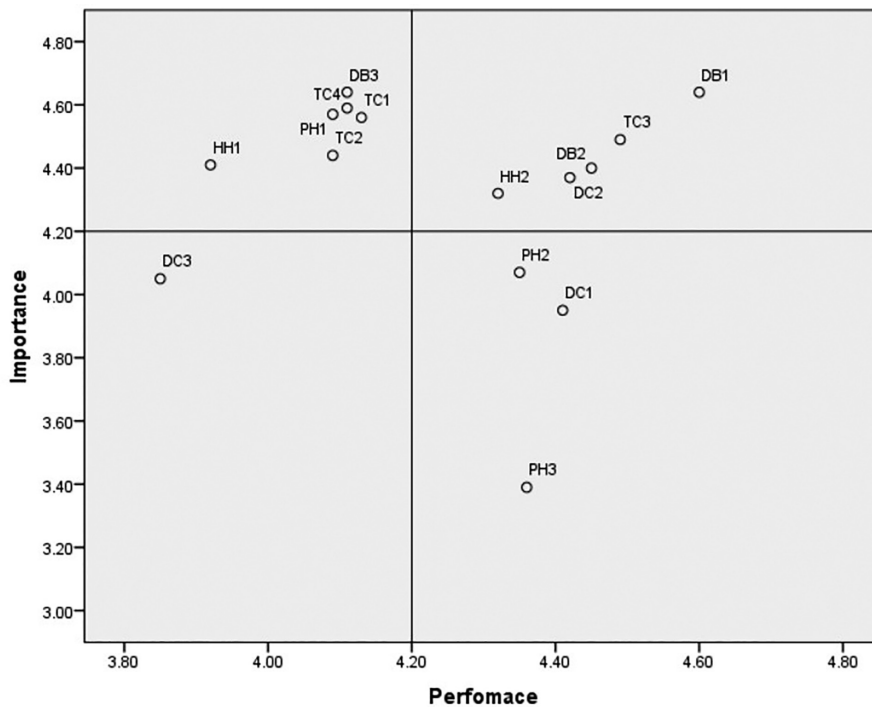
ii) Phần tư thứ hai (Tiếp tục duy trì): Mức độ quan trọng cao, mức độ hài lòng cao. Những tiêu chí nằm ở phần tư này được xem là rất quan trọng đối với khách hàng và mức độ đáp ứng dịch vụ của nhà cung ứng dịch vụ ở mức độ rất tốt (mức độ hài lòng cao). Nhà cung ứng dịch vụ nên tiếp tục duy trì và phát huy thế mạnh này.

iii) Phần tư thứ ba (Hạn chế phát triển): Mức độ quan trọng thấp, mức độ hài lòng thấp. Các tiêu chí nằm ở phần tư này không quan trọng đối với khách hàng và mức độ đáp ứng dịch vụ của nhà cung ứng dịch vụ ở mức độ thấp (mức độ hài lòng thấp). Nhà cung ứng dịch vụ nên hạn chế nguồn lực phát triển những tiêu chí này.

iv) Phần tư thứ tư (Giảm sự đầu tư): Mức độ quan trọng thấp, mức độ hài lòng cao. Các tiêu chí nằm ở phần tư này được xem là không quan trọng đối với khách hàng, nhưng mức độ đáp ứng dịch vụ của nhà cung ứng dịch vụ ở mức độ tốt (mức độ hài lòng cao). Có thể xem sự đầu tư cho các tiêu chí này là chưa cần thiết và nên sử dụng nguồn lực cho các tiêu chí khác.

Trên cơ sở kết quả được trình bày trong Bảng 1 và Bảng 2 tiến hành thiết lập ma trận IPA cho dịch vụ logistics do Indochina Post Logistics cung cấp như trong Hình 1 dưới đây:

Hình 1. Ma trận phân bổ yếu tố xếp hạng mức độ quan trọng của các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của khách hàng của Indochina Post Logistics



4. Khuyến nghị đối với Công ty Cổ phần Bưu vận nội địa và quốc tế Đông Dương

Để nâng cao chất lượng dịch vụ logistics Công ty Cổ phần Bưu vận nội địa và quốc tế Đông Dương nên tập trung nghiên cứu tìm các giải pháp để giải quyết các vấn đề liên quan theo thứ tự có tính ưu tiên như sau:

- Thứ nhất, huy động các nguồn lực, tập trung phát triển tốt các hoạt động liên quan đến các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ logistics sau đây: “Triển khai dịch vụ đúng theo kế hoạch đã cam kết với khách hàng”; “Công ty sẵn sàng xử lý hỗ trợ khi có phát sinh”; “Dịch vụ thực hiện không có sai sót về chứng từ”; “Nhân viên nắm vững nghiệp vụ, linh hoạt, tư vấn giải pháp tốt nhất cho khách hàng”; “Nhân viên theo sát, thường xuyên cập nhật tình trạng lô hàng”; “Công ty có trang thiết bị công nghệ, đội xe, kho bãi hiện đại”.

- Thứ hai, cần tiếp tục duy trì và phát huy các hoạt động liên quan đến các tiêu chí sau: “Đảm bảo an toàn hàng hóa, bảo mật tuyệt đối thông tin khách hàng”; “Công ty đáng tin cậy và có uy tín trên thị trường”; “Nhân viên có thái độ lịch sự, niềm nở”; “Công ty luôn coi trọng lợi ích của khách hàng”; “Các phần mềm, website công ty cung cấp luôn hoạt động tốt và đầy đủ các thông tin”.

- Thứ ba, các hoạt động liên quan đến các tiêu chí sau chưa phải tìm các giải pháp để cải thiện ngay lập tức và nên thực hiện khi điều kiện chưa cho phép, :“Nhân viên phản hồi nhanh chóng đối với các yêu cầu của khách hàng”; “Công ty luôn quan tâm và có nhiều chương trình ưu đãi cho khách hàng”; “Nhân viên luôn sẵn hàng hỗ trợ, cung cấp đầy đủ thông tin cho khách hàng”.

- Thứ tư, khi tất cả các hoạt động được đề cập ở ba ý trên đã được thực hiện tốt thì nên quan tâm đến việc cải thiện vấn đề liên quan đến tiêu chí: “Giờ làm việc của công ty linh hoạt, thuận tiện với khách hàng”.

5. Kết luận

Nâng cao chất lượng dịch vụ logistics là yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp logistics đứng vững và phát triển bền vững trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt. Bài báo tập trung làm rõ thực trạng chất lượng dịch vụ logistics của Indochina Post Logistics theo quan điểm của khách hàng; xác định mức độ quan trọng đối với khách hàng của các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ logistics, thiết lập ma trận IPA phân bố yếu tố xếp hạng quan trọng và mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ logistics của Indochina Post Logistics; trên cơ sở đó đưa ra được các khuyến nghị có tính hữu ích cho Indochina Post Logistic trong hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ logistics mà công ty cung ứng ra thị trường.

Tài liệu tham khảo

1. Phan Chí Anh (2013). *Nghiên cứu các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ*. Tạp chí khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh, Tập 29 số 1 (2013).
2. Công ty Cổ phần Bưu vận nội địa và quốc tế Đông Dương. Trang web chính thức. Truy cập <https://indochinapost.com/>
3. Nguyễn Hồng Đàm (2003). *Giáo trình Vận tải và giao nhận ngoại thương*. Nhà xuất bản Giao thông vận tải.
4. Parasuraman và cộng sự (1985). *Mô hình 5 khoảng cách chất lượng dịch vụ*.
5. Trần Thị Thảo (2024). *Giao nhận vận tải*. Trường Đại học giao thông vận tải.
6. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. Nhà xuất bản Thống kê Thành phố Hồ Chí Minh. Hồ Chí Minh.