

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN TRONG SỬ DỤNG DỊCH VỤ GIAO HÀNG CHẶNG CUỐI

Factors affecting the satisfaction with last-mile delivery service of student customers

PHẠM THỊ THANH HỒNG
NGUYỄN HÀ PHƯƠNG
TRẦN THỊ NGUYỆT
PHẠM NHƯ Ý
LÊ PHƯƠNG THANH

Dựa trên mô hình mức độ cảm nhận chất lượng dịch vụ (SER PERF), nghiên cứu này khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ giao hàng chặng cuối cung cấp bởi các sàn thương mại điện tử. Các yếu tố giả thuyết có sự ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng gồm có: tính hữu hình, mức độ đáp ứng, sự cảm thông và độ tin cậy. Dữ liệu được thu thập từ cuộc khảo sát 205 người tiêu dùng là các sinh viên Đại học Bách khoa Hà Nội và được phân tích bằng mô hình phương trình cấu trúc (SEM). Kết quả chỉ ra rằng, phương tiện hữu hình và sự tin cậy là hai yếu tố dự báo mạnh nhất có tác động tích cực đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ giao hàng chặng cuối, trong khi đó, sự cảm thông, mức độ đáp ứng và tính kịp thời không có tác động. Vì vậy, bên cung cấp dịch vụ cần chú trọng các yếu tố hữu hình và sự tin cậy nhằm gia tăng sự hài lòng của khách hàng.

Từ khóa: dịch vụ logistics, sự hài lòng của khách hàng, sinh viên, nghiên cứu thực chứng, sàn thương mại điện tử.

Based on the service quality perception model (SERVPERF), this study explores the factors that influence customer satisfaction with last-mile delivery services provided by e-commerce platforms. Model examined factors including tangibility, responsiveness, empathy, timeliness and reliability. Data were collected from a survey of 205 student consumers at Hanoi University of Science and Technology and analyzed by structural equation modeling (SEM). The results indicate that tangibles and reliability are the two strongest factors having a positive impact on customer satisfaction with last-mile delivery services, while empathy, responsiveness and timeliness had no impact. The results convince that e-commerce providers need to focus on tangible and reliability factors to meet customer needs and keep their satisfaction.

Keywords: logistics services, customer satisfaction, students, empirical research, e-commerce platform.

Phạm Thị Thanh Hồng, PGS.TS., Trường Kinh tế, Đại học Bách khoa Hà Nội; Nguyễn Hà Phương; Trần Thị Nguyệt; Phạm Như Ý; Lê Phương Thanh, sinh viên Trường Kinh tế, Đại học Bách khoa Hà Nội.