

NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ LOGISTICS TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH NAM ĐỊNH

STUDY OF THE FACTORS AFFECTING BUSINESSES' SATISFACTION WITH THE QUALITY OF LOGISTICS SERVICES IN NAM DINH PROVINCE

Nguyễn Thị Hương, Đỗ Thu Trang

Khoa Thương mại, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Đến Tòa soạn ngày 19/03/2024, chấp nhận đăng ngày 02/05/2024

Tóm tắt: Logistics giúp giải quyết một cách hiệu quả đầu vào, đầu ra cho doanh nghiệp; giúp tối ưu hóa quá trình chu chuyển nguyên nhiên vật liệu, hàng hóa, dịch vụ,... tăng khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp. Nghiên cứu các nhân tố tác động đến sự hài lòng của các doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ logistics trên địa bàn tỉnh Nam Định là vấn đề cấp thiết được nhóm tác giả chọn nghiên cứu. Số liệu sơ cấp thu thập từ 260 doanh nghiệp đang hoạt động kinh doanh trên địa bàn tỉnh Nam Định. Dữ liệu được xử lý bằng phần mềm SPSS 20. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 3 nhân tố tác động đến đến sự hài lòng của doanh nghiệp sử dụng dịch vụ logistics trên địa bàn tỉnh Nam Định là uy tín và năng lực, quá trình phục vụ và giá cả. Từ đó, nhóm tác giả đưa ra các kết luận mang tính khoa học, góp phần vào việc nâng cao sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ logistics trên địa bàn tỉnh Nam Định giai đoạn 2024 - 2030.

Từ khóa: Chất lượng dịch vụ logistics, sự hài lòng, Nam Định.

Abstract: Logistics helps effectively handle input and output for businesses; helps optimize the process of transporting raw materials, goods, services, etc., increasing the competitiveness of businesses. Researching the factors affecting businesses' satisfaction with the quality of logistics services in Nam Dinh province is an urgent issue that the authors chose to research. Primary data collected from 260 businesses operating in Nam Dinh province. Data are processed using SPSS 20 software. Research results show that there are 3 factors that affect the satisfaction of businesses using logistics services in Nam Dinh province: reputation and capacity, process service and prices. From there, the authors draw scientific conclusions, contributing to improving business satisfaction with the quality of logistics services in Nam Dinh province in the period 2024 - 2030.

Keywords: Quality of logistics services, satisfaction, Nam Dinh

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Logistics đóng vai trò rất quan trọng đối với nền kinh tế của một quốc gia. Nếu như tiền tệ là công cụ giúp hàng hóa có thể trao đổi cho nhau thì logistics đóng vai trò huyết mạch và quyết định trong quá trình lưu thông và quản lý hàng hóa hiệu quả. Logistics giúp giải quyết một cách hiệu quả đầu vào lẫn đầu ra

cho doanh nghiệp; giúp tối ưu hóa quá trình chu chuyển nguyên nhiên vật liệu, hàng hóa, dịch vụ,... giúp giảm chi phí, tăng khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp. Logistics là nhân tố đóng vai trò then chốt trong việc đưa sản phẩm đến đúng nơi cần đến và vào thời điểm thích hợp. Đó là điều quan trọng nhất của sản phẩm, dịch vụ để có thể làm thỏa mãn

nhu cầu của khách hàng và làm tăng giá trị của sản phẩm và doanh nghiệp. Sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt vì không còn lợi thế sân nhà, không còn cạnh tranh về giá. Sự dễ thay đổi dịch vụ của những khách hàng khó tính trước một thời đại thông tin cập nhật nhanh chóng và sự đa dạng của hàng hóa và dịch vụ, đồng thời sự mất dần khách hàng trung thành của các nhà cung cấp dịch vụ logistics được nhóm tác giả chọn để nghiên cứu các nhân tố tác động đến sự hài lòng của các doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ logistics trên địa bàn tỉnh Nam Định. Từ đó đưa ra các kết luận mang tính khoa học, góp phần vào việc xây dựng và nâng cao sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ logistics của nhà cung cấp dịch vụ logistics, nâng cao năng lực cạnh tranh cho nhà cung cấp dịch vụ logistics trên địa bàn tỉnh Nam Định.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1. Chất lượng dịch vụ logistics

Dịch vụ là mọi hành động và kết quả mà một bên có thể cung cấp cho bên kia và chủ yếu là vô hình và không dẫn đến quyền sở hữu cái gì đó. Sản phẩm của nó có thể có hay không gắn liền với sản phẩm vật chất [7].

Logistics là quá trình tối ưu hóa về địa điểm và thời điểm, tối ưu hóa việc lưu chuyển và dự trữ nguồn tài nguyên từ đầu vào nguyên thủy cho đến tay người tiêu dùng cuối cùng, nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của người tiêu dùng với chi phí thích hợp, thông qua hàng loạt các hoạt động kinh tế [1].

Dịch vụ logistics là hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công việc bao gồm nhận hàng, vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm thủ tục hải quan, các giấy tờ thủ tục khác, tư vấn khách hàng,

đóng gói bao bì, ghi ký mã hiệu, giao hàng hoặc các dịch vụ khác có liên quan đến hàng hóa theo thỏa thuận với khách hàng để hưởng thù lao [4].

Chất lượng dịch vụ logistics về bản chất chính là chất lượng dịch vụ, tuy nhiên sự khác biệt thể hiện ở điểm chất lượng dịch vụ logistics là yếu tố không thể phân chia một cách rõ ràng. Chất lượng dịch vụ là sự phù hợp các đặc điểm của dịch vụ cung cấp đối với nhu cầu của khách hàng. Chất lượng dịch vụ thể hiện qua một chuỗi các hoạt động từ khâu vận chuyển, lưu kho, sản xuất, đóng gói, phân phối và vận chuyển sản phẩm đến khách hàng [1].

2.2. Môi quan hệ của chất lượng dịch vụ logistics với sự hài lòng của khách hàng

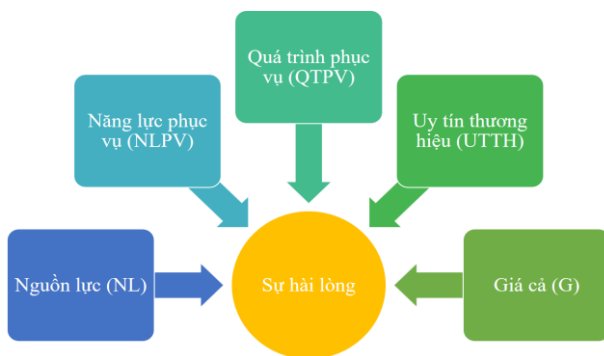
Chất lượng dịch vụ logistics được đánh giá tốt hay không khi chất lượng sản phẩm được giao đến khách hàng vẫn còn nguyên giá trị cả về mặt kinh tế lẫn kỹ thuật. Chất lượng sản phẩm tốt là kết quả của quá trình dịch vụ logistics mà doanh nghiệp thực hiện dịch vụ đối với khách hàng.

Nhiều kết quả nghiên cứu [6],[8],[9] cho thấy, chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng là hai khái niệm phân biệt nhưng có mối quan hệ biện chứng với nhau. Nghiên cứu mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng, có hai quan điểm: Parasuraman, Zeithaml, Berry, Bitner, Bolton ủng hộ quan điểm sự hài lòng của khách hàng dẫn đến chất lượng dịch vụ. Trong khi đó, Cronin và Taylor, Spreng, Mackoy và Oliver cho rằng chất lượng dịch vụ là nguyên nhân dẫn đến sự hài lòng của khách hàng. Chất lượng liên quan đến quá trình cung cấp dịch vụ, còn sự hài lòng có được sau khi đã sử dụng dịch vụ đó. Chất lượng dịch vụ được xem là nguyên nhân cốt lõi của sự hài lòng.

Sự hài lòng của khách hàng là cơ sở để cải thiện và phát triển hệ thống *chất lượng dịch vụ* của nhà cung cấp dịch vụ.

2.3. Mô hình nghiên cứu

Căn cứ vào những kết quả nghiên cứu trước đây [3],[5],[9] có liên quan đến vấn đề nghiên cứu và sự nghiên cứu của nhóm tác giả, mô hình nghiên cứu đề xuất dùng để nghiên cứu các nhân tố tác động đến sự hài lòng của các doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ logistics trên địa bàn tỉnh Nam Định được thể hiện trên hình 1.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

(Nguồn: Tác giả đề xuất)

Căn cứ vào mô hình nghiên cứu, tác giả đưa ra các giả thuyết của mô hình gồm:

- Giả thuyết H01: Nguồn lực có mối tương quan dương (cùng chiều) với sự hài lòng. Nguồn lực của nhà cung cấp dịch vụ logistics được đánh giá càng cao thì càng ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp đối với dịch vụ logistics của nhà cung cấp dịch vụ logistics và ngược lại [3].
- Giả thiết H02: Năng lực phục vụ có mối tương quan dương (cùng chiều) với sự hài lòng. Năng lực phục vụ của nhà cung cấp dịch vụ logistics được đánh giá càng cao thì càng ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp đối với dịch vụ logistics và ngược lại [3].
- Giả thiết H03: Quá trình phục vụ có mối

tương quan dương (cùng chiều) với sự hài lòng. Quá trình phục vụ của nhà cung cấp dịch vụ logistics được đánh giá càng cao thì càng ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp đối với dịch vụ logistics của nhà cung cấp dịch vụ logistics và ngược lại [3].

- Giả thiết H04: Uy tín/ thương hiệu có mối tương quan dương (cùng chiều) với sự hài lòng. Uy tín/ thương hiệu của nhà cung cấp dịch vụ logistics được đánh giá càng cao thì càng ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp đối với dịch vụ logistics của nhà cung cấp dịch vụ logistics và ngược lại [3].

- Giả thiết H05: Giá cả có mối tương quan dương (cùng chiều) với sự hài lòng. Giá cả dịch vụ logistics của nhà cung cấp dịch vụ logistics được đánh giá càng cạnh tranh thì càng ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp đối với dịch vụ logistics của nhà cung cấp dịch vụ logistics và ngược lại [3].

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VÀ PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

- *Phương pháp nghiên cứu định tính*

Phương pháp phỏng vấn chuyên gia được sử dụng trong nghiên cứu định tính. Nghiên cứu tiến hành thu thập ý kiến của các chuyên gia trong lĩnh vực có liên quan. Phương pháp nghiên cứu định tính được thực hiện nhằm chuẩn hóa mô hình lý thuyết, nghiên cứu khám phá và điều chỉnh thang đo. Kết quả phỏng vấn sẽ được tổng hợp và trên cơ sở đó hình thành thang đo để phục vụ nghiên cứu định lượng sơ bộ và định lượng chính thức.

- *Phương pháp nghiên cứu định lượng*

Nghiên cứu chính thức được tiến hành thông qua khảo sát bằng câu hỏi gửi trực tiếp 270 phiếu đến 270 doanh nghiệp đang hoạt động kinh doanh trên địa bàn tỉnh Nam Định, kết quả thu về 260 phiếu hợp lệ. Dữ liệu nghiên

cứu được làm sạch và xử lý: Các thang đo sẽ được kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích EFA một lần nữa. Tiếp theo, thang đo sẽ được đánh giá bằng phân tích hồi quy đa biến thông qua phần mềm hỗ trợ SPSS 20.

Trong nghiên cứu này, để đo lường các khái niệm nghiên cứu, tác giả sử dụng thang đo Likert 5 mức độ từ 1 đến 5 tương ứng với hoàn toàn không đồng ý đến hoàn toàn đồng ý cho các chỉ báo đo lường. Các chỉ báo đo lường được diễn đạt và mã hóa như bảng 1.

Bảng 1. Mã hóa các thang đo của các biến

Khái niệm	Mã chỉ báo	Chỉ báo đo lường	Nguồn
1. Nguồn lực (NL)	NL1	Trang thiết bị của nhà cung cấp (NCC) dịch vụ logistics luôn có sẵn để phục vụ nhu cầu khách hàng	[3], [5], [9]
	NL2	Trang thiết bị của NCC dịch vụ logistics luôn hoạt động tốt và ổn định	
	NL3	NCC dịch vụ logistics có tài chính ổn định	
	NL4	Khả năng theo dõi vận chuyển hàng hóa của NCC dịch vụ logistics tốt	
2. Năng lực phục vụ (NLPV)	NLPV1	Tốc độ thực hiện dịch vụ của NCC dịch vụ logistics nhanh chóng	[3], [5], [9]
	NLPV2	NCC dịch vụ logistics luôn cung cấp dịch vụ một cách đáng tin cậy (thực hiện đúng cam kết và giao, nhận hàng đúng hạn)	
	NLPV3	NCC dịch vụ logistics luôn cung cấp dịch vụ một cách nhất quán	
	NLPV4	NCC dịch vụ logistics luôn đảm bảo an toàn hàng hóa (không bị mất mát, tổn thất)	
	NLPV5	NCC dịch vụ logistics luôn đảm bảo độ chính xác chứng từ (chứng từ không mắc lỗi)	
3. Quá trình phục vụ (QTPV)	QTPV1	Thái độ, cung cách phục vụ của nhân viên NCC cung cấp dịch vụ logistics rất niềm nở và có trách nhiệm	[5], [9]
	QTPV2	Nhân viên của NCC cung cấp dịch vụ logistics luôn sẵn sàng đáp ứng các yêu cầu của khách hàng	
	QTPV3	NCC dịch vụ logistics ứng dụng tốt CNTT trong dịch vụ khách hàng	
	QTPV4	Nhân viên của NCC cung cấp dịch vụ logistics có kiến thức tốt về yêu cầu và nhu cầu của khách hàng	
4. Uy tín/thương hiệu (UTTH)	UTTH1	Uy tín của NCC dịch vụ logistics được tin tưởng trên thị trường	[3], [5], [9]
	UTTH2	NCC dịch vụ logistics có thương hiệu nổi tiếng trên thị trường	
	UTTH3	Uy tín, thương hiệu của NCC dịch vụ logistics trên thị trường thể hiện chất lượng dịch vụ mà họ cung cấp	
5. Giá cả (G)	G1	Giá cả (cước phí, cước dịch vụ) của NCC dịch vụ logistics cạnh tranh	[3], [5], [9]
	G2	Giá cả của NCC dịch vụ logistics là nhân tố quan trọng trong việc lựa chọn sử dụng dịch vụ	

Khái niệm	Mã chỉ báo	Chỉ báo đo lường	Nguồn
	G3	Giá cả NCC dịch vụ logistics phù hợp với dịch vụ logistics cung ứng	
6. Sự hài lòng (HL)	HL1	Bạn cảm thấy hài lòng với dịch vụ logistics đang sử dụng	[3], [5], [9]
	HL2	Bạn sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ logistics của công ty cung cấp trong thời gian tới	
	HL3	Bạn sẽ giới thiệu dịch vụ logistics của công ty mà bạn đang sử dụng cho người khác	

(Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát)

▪ Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Trong mẫu nghiên cứu, công ty cổ phần chiếm 13%, công ty trách nhiệm hữu hạn chiếm 32%, công ty tư nhân chiếm 51%, công ty vốn đầu tư nước ngoài 3% và doanh nghiệp nhà nước 1%.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Các thang đo trước hết được phân tích độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha.

Kết quả phân tích (bảng 2) cho thấy các thang đo đều đảm bảo độ tin cậy: Cronbach's Alpha > 0.6; Hệ số tương quan biến tổng của từng thành phần > 0.3; Cronbach's Alpha nếu loại chỉ báo đều thấp hơn Cronbach's Alpha hiện tại của các khái niệm. Điều này chứng tỏ thang đo phù hợp, các chỉ báo đo lường các khái niệm nghiên cứu đều được sử dụng trong phân tích EFA.

Bảng 2. Độ tin cậy của các khái niệm

TT	Thành phần	Ký hiệu	Cronbach's Alpha
1	Nguồn lực	NL	0.796
2	Năng lực phục vụ	NLPV	0.663
3	Quá trình phục vụ	QTPV	0.796
4	Uy tín/ thương hiệu	UTTH	0.876
5	Giá cả	G	0.836
6	Sự hài lòng	HL	0.864

4.2. Kiểm định giá trị thang đo bằng phương pháp EFA

Khi tiến hành phân tích EFA, tác giả sử dụng phương pháp trích Principal components với phép quay Varimax, hệ số tải 0.5 và điểm dừng khi trích các yếu tố có eigenvalue lớn hơn 1. Sau 3 lần phân tích biến bị loại là NL1, NL3, NLPV1, NLPV3, NLPV4, NLPV5, QTPV1.

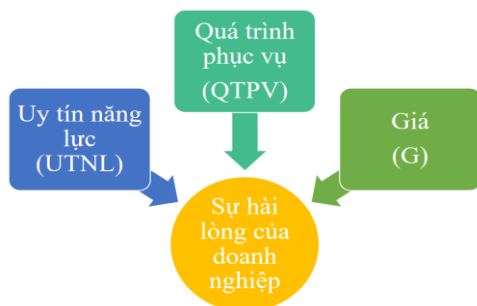
Kết quả cho thấy (bảng 3) ba nhân tố rút trích ra đạt yêu cầu với hệ số tải nhân tố >0,5, chênh lệch giữa các hệ số tải nhân tố >0,3. Kết quả này cho thấy ba thành phần Nguồn lực, Năng lực phục vụ và Uy tín/ Thương hiệu của nhà cung cấp dịch vụ logistics được gộp thành một (không đạt giá trị phân biệt) đặt tên là *Uy tín và năng lực (UTNL)*, *Quá trình phục vụ (QTPV)* và *Giá cả (G)* có giá trị phân biệt. Như vậy, các khái niệm nghiên cứu được thang đo này giải thích tốt, mô hình EFA là phù hợp và các khái niệm nghiên cứu đạt giá trị phân biệt. Mức tải nhân tố của các chỉ báo trong các thang đo đều > 0.5 được xem là có ý nghĩa thực tiễn.

Do vậy, mô hình nghiên cứu cần được hiệu chỉnh cho phù hợp để đảm bảo việc kiểm định giả thiết của mô hình tiếp theo.

H₁: Thành phần *Uy tín và năng lực (UTTH)* có mối tương quan dương (cùng chiều) với sự hài lòng [3].

H₂: Thành phần *Quá trình phục vụ (QTPV)* có mối tương quan dương (cùng chiều) với sự hài lòng [3].

H₃: Thành phần *Giá cả (G)* có mối tương quan dương (cùng chiều) với sự hài lòng [3].



Hình 2. Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

Kết quả cho thấy (bảng 3) tất cả các thang đo của các nhân tố phân tích nhân tố khám phá có hệ số KMO = 0.825 và Sig. = 0.000, Phương sai trích là 67.109% > 50% tại Eigenvalue = 1.162. Như vậy, các khái niệm nghiên cứu được thang đo này giải thích tốt, hay nói cách khác mô hình EFA là phù hợp và các khái niệm nghiên cứu đạt giá trị phân biệt. Mức tải nhân tố của các chỉ báo trong các thang đo đều > 0.5 được xem là có ý nghĩa thực tiễn.

Bảng 3. Kết quả phân tích EFA sau khi loại biến

Chỉ báo	Nhân tố		
	1	2	3
UTTH1	.831		
UTTH2	.825		
UTTH3	.783		
NL2	.674		
NLPV2	.670		
NL4	.596		
QTPV3		.840	
QTPV2		.839	
QTPV4		.752	
G1			.869

Chỉ báo	Nhân tố		
	1	2	3
G2			.704
G3			.692

(Nguồn: Tổng hợp kết quả khảo sát)

4.3. Đánh giá sự phù hợp của mô hình hồi quy bội

Với hệ số R² hiệu chỉnh bằng 0.626 chứng tỏ mô hình hồi quy tuyến tính bội đã được xây dựng phù hợp với tập dữ liệu là 62.6% biến thiên của biến sự hài lòng của doanh nghiệp quan sát được giải thích bởi 3 yếu tố như mô hình nghiên cứu đã đề xuất, còn lại 37.4% còn lại là do các nguyên nhân khác.

Để kiểm định sự phù hợp của mô hình, tiến hành phân tích phương sai ANOVA cho thấy trị số F có mức ý nghĩa Sig. = 0.000 (nhỏ hơn 0.05), có nghĩa là mô hình hồi qui phù hợp với dữ liệu thu thập được và các biến đưa vào đều có ý nghĩa trong thống kê.

4.4. Kiểm định mô hình nghiên cứu

Mức ý nghĩa của các biến hầu hết đều có ý nghĩa về mặt thống kê vì có mức ý nghĩa nhỏ hơn 0.05. Ngoài ra, ta cũng thấy rằng hệ số phóng đại phương sai VIF đều nhỏ hơn 10 chứng tỏ không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến [2].

Phương trình hồi quy có dạng:

$$HL = 0,183 + 0,556UTNL + 0,362QTPV + 0,162G$$

Mô hình trên giải thích được 62.6 % sự thay đổi biến sự hài lòng của doanh nghiệp là do các biến độc lập trong mô hình tạo ra, còn lại 37.4% được giải thích bởi các biến khác nằm ngoài mô hình.

Mô hình cho thấy các biến độc lập đều ảnh hưởng thuận chiều đến sự hài lòng của các doanh nghiệp đối với dịch vụ logistics trên địa bàn tỉnh Nam Định với độ tin cậy 95%.

Bảng 4. Kết quả phân tích hồi quy

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.183	.269		.689	.000
	UTNL	.556	.092	.492	5.996	.003
	QTPV	.362	.076	.348	4.771	.001
	G	.162	.069	.159	2.346	.000

5. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

5.1. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ logistics trên địa bàn tỉnh Nam Định phụ thuộc vào nhà cung cấp dịch vụ thông qua 3 nhân tố là: *Uy tín và năng lực* (UTNL), *Quá trình phục vụ* (QTPV) và *Giá cả* (G). Có sự khác nhau trong mức độ ảnh hưởng của các nhân tố, trong đó, ảnh hưởng mạnh nhất là *Uy tín và năng lực*, và thấp nhất là *Giá cả*.

5.2. Một số khuyến nghị

Dựa trên kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đưa ra một số khuyến nghị nâng cao sự hài lòng của doanh nghiệp về chất lượng dịch vụ logistics trên địa bàn tỉnh Nam Định giai đoạn 2024 - 2030:

Thứ nhất, tăng cường xây dựng uy tín và năng lực của nhà cung cấp dịch vụ logistics. Cụ thể là phải trang bị các thiết bị phục vụ nhu cầu

doanh nghiệp và hoạt động tốt, ổn định. Nguồn tài chính ổn định. Xây dựng hình ảnh, uy tín doanh nghiệp bằng cách định vị thương hiệu, dịch vụ cung cấp tin cậy, đúng cam kết tạo niềm tin cho khách hàng.

Thứ hai, về quá trình phục vụ cụ thể phải nâng cao kiến thức, nghiệp vụ và trình độ chuyên môn cho nhân viên theo hệ thống chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp. Từ tuyển chọn và đào tạo nhân viên phải đảm bảo giỏi về chuyên môn, vững về nghiệp vụ, nâng cao khả năng thấu hiểu yêu cầu và nhu cầu khách hàng. Động viên nhân viên gắn kết với doanh nghiệp.

Thứ ba, chính sách giá linh hoạt, phù hợp giúp khách hàng tiềm năng tiếp cận với dịch vụ, giúp khách hàng hiện có hiểu biết chính sách giá của doanh nghiệp, đảm bảo sự thỏa mãn của khách hàng đối với dịch vụ logistics của doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Đoàn Thị Hồng Vân, "Logistics - Những vấn đề cơ bản", trang 24, trang 80 NXB Lao động - Xã hội, (2013).
- [2] Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc, "Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS", trang 235, NXB Hồng Đức, Hà Nội, lần 1 (2008).
- [3] Hà Nam Khánh Giao, Trần Hữu Ái, "Tác động của chất lượng dịch vụ đến lòng trung thành của khách hàng sử dụng ADSL tại Tp. Hồ Chí Minh", Tạp chí Phát triển kinh tế, số 256, tháng 02/2012 (2012).
- [4] Quốc hội, Luật Thương mại hiện hành (sửa đổi năm 2017,2019), trang 185, điều 233, NXB Chính trị Quốc gia Sự thật, (2023).

- [5] Nguyễn Thị Thanh Tuyền, Luận văn thạc sĩ kinh tế, “Nghiên cứu các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ logistics của nhà cung cấp dịch vụ logistics tại TP. Hồ Chí Minh”, Trường Đại học Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh (2012).
- [6] Cronin, J.J. & S. A Taylor, Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, Journal of Marketing, Vol.56 No.3, pp.55-68., (1992).
- [7] Kotter, Quản trị marketing, trang 24, NXB Thống kê, Hà Nội (2003).
- [8] Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L.L, “SERVQUAL: Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, Journal of Retailing, Tập 1, Số 64, trang 12-40 (1988).
- [9] Thái V. Vinh, Service quality in maritime transport: conceptual model and empirical evidence, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 20 No. 4, pp. 493-518, (2007).

Thông tin liên hệ: **Nguyễn Thị Hương**

Điện thoại: 0917106819 - Email: nthuong.qtkd@uneti.edu.vn

Khoa Thương mại, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp.