

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP. HỒ CHÍ MINH**

CHÂU NGỌC NÂU

**SỰ HÀI LÒNG CỦA DOANH NGHIỆP XUẤT, NHẬP KHẨU
ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ HẢI QUAN
TẠI CỤC HẢI QUAN TỈNH CÀ MAU**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

TP. Hồ Chí Minh - Năm 2019

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP. HỒ CHÍ MINH**

CHÂU NGỌC NÂU

**SỰ HÀI LÒNG CỦA DOANH NGHIỆP XUẤT, NHẬP KHẨU
ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ HẢI QUAN
TẠI CỤC HẢI QUAN TỈNH CÀ MAU**

Chuyên ngành: Quản lý công

Mã số: 8340403

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

TS. NGÔ THỊ ÁNH

TP. Hồ Chí Minh - Năm 2019

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan luận văn thạc sĩ kinh tế với đề tài ***“Sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau”*** là kết quả của quá trình học tập và nghiên cứu của bản thân tôi dưới sự hướng dẫn của giáo viên: Tiến sĩ Ngô Thị Ánh. Các số liệu trong luận văn có được từ quá trình khảo sát thực tế, hoàn toàn khách quan và trung thực và chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu nào khác trước đây.

Tôi hoàn toàn chịu trách nhiệm về nội dung và tính trung thực của đề tài nghiên cứu.

Tác giả: Châu Ngọc Nâu

MỤC LỤC

TRANG PHỤ BÌA

LỜI CAM ĐOAN

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

DANH MỤC BẢNG

DANH MỤC HÌNH VẼ

TÓM TẮT LUẬN VĂN

ABSTRACT

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ NGHIÊN CỨU.....	1
<i>1.1. Bối cảnh và lý do chọn đề tài.....</i>	<i>1</i>
<i>1.2. Mục tiêu nghiên cứu.....</i>	<i>3</i>
<i>1.3. Câu hỏi nghiên cứu.....</i>	<i>3</i>
<i>1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....</i>	<i>4</i>
<i>1.5. Phương pháp nghiên cứu.....</i>	<i>4</i>
<i>1.6. Cấu trúc luận văn.....</i>	<i>5</i>
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	6
2.1. Dịch vụ.....	6
2.1.1. Khái niệm Dịch vụ.....	6
2.1.2. Đặc điểm của dịch vụ.....	7
2.2. Dịch vụ công.....	8
2.2.1. Khái niệm Dịch vụ công.....	8
2.2.2. Đặc điểm của dịch vụ công.....	8
2.2.3. Phân loại dịch vụ công.....	9
2.3. Dịch vụ Hải quan.....	10
2.3.1. Đôi nét về Hải quan	10
2.3.2. Dịch vụ hải quan	11
2.3.3. Thủ tục đăng ký tờ khai hải quan.....	12

2.4. Chất lượng dịch vụ	13
2.4.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ	13
2.4.2. Các thành phần chất lượng dịch vụ và đo lường chất lượng dịch vụ.....	14
2.5. Sự hài lòng	16
2.5.1. Khái niệm Sự hài lòng.....	16
2.5.2. Đo lường sự hài lòng	17
2.6. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng	17
2.7. Lược khảo kết quả các nghiên cứu trước về chất lượng dịch vụ	18
2.7.1. Nghiên cứu của Parasuraman và cộng sự (1985, 1988)	18
2.7.2. Nghiên cứu của Cronin và Taylor (1992, 1994).....	19
2.7.3. Nghiên cứu của Ali và Radam (2010).....	20
2.7.4. Nghiên cứu của Abdolvand và cộng sự (2011).....	20
2.7.5. Nghiên cứu của Phong, N. H., và Thúy, P. N. (2007).....	21
2.7.6. Nghiên cứu của Nguyễn, T. H. N. (2018).....	22
2.7.7. Nghiên cứu của Vinh, N. H. (2016).....	22
2.8. Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết	23
Các giả thuyết phát biểu như sau:	25
Tóm tắt Chương 2	28
CHƯƠNG 3. THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU	29
3.1. Quy trình nghiên cứu	29
3.2. Nghiên cứu định tính	30
3.2.1. Thiết kế nghiên cứu định tính.....	30
3.2.2. Kết quả nghiên cứu định tính.....	30
3.3. Nghiên cứu định lượng	36
3.3.1. Chọn mẫu nghiên cứu	36
3.3.2. Thiết kế bảng khảo sát và thu thập dữ liệu	37
3.3.3. Phương pháp xử lý dữ liệu.....	37
Tóm tắt chương 3	40
CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	41

4.1. Mô tả mẫu nghiên cứu.....	41
4.1.1. Loại hình doanh nghiệp	42
4.1.2. Số năm doanh nghiệp sử dụng dịch vụ	42
4.2. Đánh giá độ tin cậy thang đo.....	42
4.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA).....	46
4.3.1. Phân tích nhân tố khám phá (EFA) cho biến độc lập.....	46
4.3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA cho biến phụ thuộc	49
4.4. Kiểm định mô hình nghiên cứu bằng phương pháp hồi quy.....	50
4.4.1. Kiểm định sự tương quan tuyến tính giữa các biến	51
4.4.2. Phân tích hồi quy tuyến tính	52
4.5. Kiểm định sự khác biệt trong đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan theo thông tin khách hàng	57
4.5.1. Kiểm định sự khác biệt trong đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan theo loại hình công ty.....	57
4.5.2. Kiểm định sự khác biệt trong đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan theo số năm sử dụng dịch vụ.....	58
4.6. Thảo luận kết quả nghiên cứu	59
4.6.1. Thành phần Năng lực phục vụ	60
4.6.2. Thành phần Đồng cảm.....	62
4.6.3. Thành phần Đáp ứng	64
4.6.4. Thành phần Độ tin cậy.....	65
4.6.5. Thành phần Phương tiện hữu hình	67
Tóm tắt Chương 4	68
CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ CÁC HÀM Ý QUẢN LÝ.....	69
5.1. Kết luận.....	69
5.2. Hàm ý quản lý	70
5.2.1. Hàm ý quản lý đối với thành phần Năng lực phục vụ.....	70
5.2.2. Hàm ý quản lý đối với thành phần Đồng cảm	72
5.2.3. Hàm ý quản lý đối với thành phần Đáp ứng.....	73

5.2.4. Hàm ý quản lý đối với thành phần Độ tin cậy	74
5.2.5. Hàm ý quản lý đối với thành phần Phương tiện hữu hình.....	74
5.3. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo.....	75

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

PHỤ LỤC:

PHỤ LỤC 1: DANH SÁCH THAM GIA THẢO LUẬN NHÓM

PHỤ LỤC 2: DÀN BÀI THẢO LUẬN NHÓM

PHỤ LỤC 3: KẾT QUẢ THẢO LUẬN NHÓM

PHỤ LỤC 4: THỐNG KÊ MÔ TẢ

PHỤ LỤC 5: THANG ĐO GỐC

PHỤ LỤC 6: PHIẾU KHẢO SÁT

PHỤ LỤC 7: KẾT QUẢ XỬ LÝ DỮ LIỆU

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CHỮ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Ý nghĩa
ANOVA	Analysis of Variance (Phương pháp phân tích phương sai)
EFA	Explornary Factor Analysis (Phân tích nhân tố khám phá)
KMO	Hệ số Kaiser-Mayer-Olkin
SERVPERF	Service Performance
SERVQUAL	Service quality
Sig.	Significance (Mức ý nghĩa của phép kiểm định)
SPSS	Statistical Package for the Social Science (Phần mềm thống kê khoa học xã hội)
VIF	Variance Inflation factor (Hệ số phóng đại phương sai)
Khách hàng	Doanh nghiệp xuất, nhập khẩu

DANH MỤC BẢNG

<i>Bảng 3. 1: Thang đo Phương tiện hữu hình</i>	31
<i>Bảng 3. 2: Thang đo Độ tin cậy</i>	32
<i>Bảng 3. 3: Thang đo Đáp ứng</i>	33
<i>Bảng 3. 4: Thang đo Năng lực phục vụ</i>	34
<i>Bảng 3. 5: Thang đo Đồng cảm</i>	35
<i>Bảng 3. 6: Thang đo Sự hài lòng</i>	35
<i>Bảng 3. 7: Bảng thang đo Likert 5 mức độ</i>	37
<i>Bảng 4. 1: Thống kê mô tả mẫu khảo sát</i>	41
<i>Bảng 4. 2: Hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo</i>	43
<i>Bảng 4. 3: Kiểm định KMO và Bartlett các biến độc lập</i>	46
<i>Bảng 4. 4: Giải thích tổng phương sai các biến độc lập (Total Variance Explained)</i>	47
<i>Bảng 4. 5: Ma trận xoay nhân tố các biến độc lập</i>	48
<i>Bảng 4. 6: Kiểm định KMO và Bartlett biến phụ thuộc</i>	49
<i>Bảng 4. 7: Giải thích tổng phương sai biến phụ thuộc</i>	50
<i>Bảng 4. 8: Ma trận xoay nhân tố biến phụ thuộc</i>	50
<i>Bảng 4. 9: Ma trận tương quan giữa các nhân tố</i>	51
<i>Bảng 4. 10: Đánh giá sự phù hợp của mô hình (Model Summary^b)</i>	52
<i>Bảng 4. 11: Kiểm định độ phù hợp của mô hình (ANOVA^a)</i>	53
<i>Bảng 4. 12: Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính bội (Coefficients^a)</i>	54
<i>Bảng 4. 13: Tổng hợp kết quả kiểm định các giả thuyết mô hình</i>	57
<i>Bảng 4. 14: Kiểm định Levene giữa các nhóm loại hình công ty</i>	57
<i>Bảng 4. 15: Kiểm định Roubust Test giữa các nhóm loại hình công ty</i>	57
<i>Bảng 4. 16: Kiểm định Levene giữa các nhóm số năm sử dụng dịch vụ</i>	58
<i>Bảng 4. 17: Kiểm định Roubust Test giữa các nhóm số năm sử dụng dịch vụ</i>	58
<i>Bảng 4. 18: Mô tả kết quả giữa các nhóm số năm sử dụng dịch vụ</i>	59

<i>Bảng 4. 19: Thống kê giá trị trung bình của các thang đo</i>	<i>59</i>
<i>Bảng 4. 20: Thống kê giá trị các biến thành phần Năng lực phục vụ</i>	<i>60</i>
<i>Bảng 4. 21: Thống kê giá trị các biến thành phần Đồng cảm.....</i>	<i>62</i>
<i>Bảng 4. 22: Thống kê giá trị các biến thành phần Đáp ứng</i>	<i>64</i>
<i>Bảng 4. 23: Thống kê giá trị các biến thành phần Độ tin cậy.....</i>	<i>65</i>
<i>Bảng 4. 24: Thống kê giá trị các biến thành phần Phương tiện hữu hình.....</i>	<i>67</i>

DANH MỤC HÌNH VẼ

<i>Hình 2. 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất</i>	25
<i>Hình 3. 1: Quy trình nghiên cứu</i>	29
<i>Hình 4. 1: Biểu đồ Phân bố sai số lệch ngẫu nhiên</i>	55
<i>Hình 4. 2: Đồ thị P-P Plot</i>	56

TÓM TẮT LUẬN VĂN

Ba mục tiêu được xác định và làm sáng rõ trong nghiên cứu này. Đầu tiên là xác định các thành phần của chất lượng dịch vụ có tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau. Hai là xác định mức độ tác động của từng thành phần đến sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau. Cuối cùng là đề xuất đến Ban Lãnh đạo Cục Hải quan tỉnh Cà Mau hàm ý quản lý các thành phần có tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu nhằm để nâng cao hơn nữa sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ của đơn vị, và đi đến thực hiện tốt yêu cầu cải cách hành chính đặt ra hiện nay.

Từ việc nghiên cứu này kế thừa trọn vẹn mô hình SERVQUAL (Parasuraman, 1988), nghiên cứu này đã đề xuất mô hình nghiên cứu với năm thành phần (Phương tiện hữu hình, Độ tin cậy, Đáp ứng, Năng lực phục vụ, và Đồng cảm) có tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau. Nghiên cứu định lượng thực hiện thông qua bảng câu hỏi khảo sát với số lượng mẫu $N = 180$, dữ liệu sử dụng trong nghiên cứu được khai thác từ 169 mẫu khảo sát thu về hợp lệ.

Kết quả nghiên cứu này đã xác định được năm thành phần có tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau theo thứ tự thành phần có tác động mạnh nhất đến thành phần có tác động thấp nhất là: Năng lực phục vụ, Đồng cảm, Đáp ứng, Độ tin cậy, và Phương tiện hữu hình. Bên cạnh kết quả đạt được của nghiên cứu, một số hàm ý quản lý cho từng thành phần có tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu cũng được đề xuất trong nghiên cứu này để nâng cao hơn nữa sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau và giúp Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thực hiện tốt yêu cầu cải cách hành chính hiện nay.

Từ khóa: Dịch vụ công, dịch vụ hải quan, chất lượng dịch vụ, sự hài lòng.

ABSTRACT

This study identifies and clarifies three objects. Firstly, identifying the components of service quality that influence on the satisfaction of export and import enterprises at Department of Ca Mau Customs. Secondly, identifying the impact degree of each component on the satisfaction of export and import enterprises with the quality of services of Department of Ca Mau Customs. Finally, proposing implication policies for Ca Mau Customs Leader Board to manage these components that affect on the satisfaction of export and import enterprises to enhance the satisfaction of export and import enterprises with service quality of the unit and tending to effectively implement public administrative reform that is set out today.

This study inherited completely model SERVQUAL (Parasuraman, 1988), this research has proposed a research model with five components (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy) that influence on the satisfaction of these customers with the quality of services of Department of Ca Mau Customs. Quantitative research has been conducted via survey questionnaires with the number of samples (N =180), the data used in this research were exploited from 169 valid sample.

The study results have identified five components that affect the satisfaction of import and export enterprises on the quality of customs services at the Department of Ca Mau Customs in the order of ranking from the most impacted component to the lowest impacted component, detailed: Assurance, Empathy, Responsiveness, Reliability and Tangibles. In addition, relying on to the results of the study, some management implications for each component affecting the satisfaction of export and import enterprises are also proposed in this study to further enhance satisfaction of customers with the quality of customs services at the Department of Ca Mau Customs and help the unit to well implement the current administrative reform requirements.

Keywords: public service, customs service, service quality, satisfaction.

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ NGHIÊN CỨU

Chương 1 trình bày khái quát bối cảnh và lý do chọn đề tài, mục tiêu nghiên cứu, câu hỏi nghiên cứu, đối tượng nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu.

1.1. Bối cảnh và lý do chọn đề tài

Hiện nay, cải cách hành chính nhà nước là một lĩnh vực được rất nhiều nước trên thế giới quan tâm. Các quốc gia xem cải cách hành chính là một yếu tố hết sức quan trọng để thúc đẩy sự phát triển kinh tế – xã hội, đồng thời thông qua cải cách hành chính nhằm nâng cao hiệu lực, hiệu quả hoạt động của nhà nước; tăng khả năng phát triển kinh tế - xã hội. Công cuộc cải cách này không chỉ mang ý nghĩa của một cuộc thay đổi nội bộ mà còn phản ánh một xu hướng mới trong hoạt động của nhà nước: nền hành chính nhà nước có sự phát triển theo xu hướng tiến bộ tích cực (chuyển từ hành chính cai trị sang hành chính phục vụ), cung cấp các dịch vụ công cho xã hội.

Một trong những xu hướng chung của cải cách hành chính trên thế giới hiện nay là hướng tới xây dựng một chính phủ gọn nhẹ hơn để có thể vận động một cách nhanh nhạy hơn và hiệu quả hơn nhằm tăng năng lực cạnh tranh của nhà nước trong bối cảnh toàn cầu hóa. Mô hình quản lý công mới tiêu biểu cho xu hướng cải cách hành chính trên thế giới ở một số quốc gia như: “Tái tạo chính phủ (1993)” ở Mỹ, “Mô hình quản lý mới” ở CHLB Đức, “Hành chính công định hướng hiệu quả” ở Thụy Sĩ, ...

Việt Nam được xem là một quốc gia đang trong tiến trình hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế thế giới cũng không nằm ngoài xu hướng chung đó. Ở Việt Nam, cải cách hành chính là chủ trương lớn của Đảng và Nhà nước trong công cuộc đổi mới, hội nhập kinh tế thế giới. Thật đúng vậy, tại Văn kiện Hội nghị Trung ương 8 (Khoá VII) có đề cập đến: “Cải cách hành chính nhà nước là một bộ phận quan trọng của công cuộc đổi mới, là trọng tâm của tiến trình xây dựng và hoàn thiện Nhà nước Cộng hòa Xã hội chủ nghĩa Việt Nam”. Nhằm hiện thực đường lối, chủ trương đổi mới của Đảng, Chính phủ đã ban hành nhiều nghị quyết, quyết định như: Quyết định 136/2001/QĐ-TTg ngày 17/9/2001 Phê duyệt Phần mềm tổng thể

cải cách hành chính nhà nước giai đoạn 2001-2010; Nghị quyết 30c/NQ-CP ngày 08/11/2011 Ban hành Phần mềm tổng thể cải cách hành chính nhà nước giai đoạn 2011 - 2020; Nghị quyết số 35/NQ-CP ngày 16/5/2016 Về hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp đến năm 2020; các Nghị quyết số 19/NQ-CP ban hành trong các năm 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 Về cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia; ...

Góp phần tham gia vào công cuộc đổi mới đất nước, với tư cách là cơ quan chuyên ngành thuộc Bộ Tài chính giúp Chính phủ quản lý nhà nước về mặt chuyên môn. Ngành Hải quan luôn xác định cải cách hành chính là nhiệm vụ chính trị trọng tâm, thuộc trách nhiệm của tất cả các đơn vị, cá nhân trong ngành; được thực hiện thường xuyên, liên tục. Thực tế, kết quả tại Hội nghị công bố báo cáo mức độ hài lòng của doanh nghiệp về thủ tục hành chính xuất nhập khẩu năm 2018 (là kết quả của sự phối hợp giữa Tổng Cục Hải quan phối hợp với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và Cơ quan phát triển quốc tế Hoa kỳ (USAID) tổ chức khảo sát ý kiến của doanh nghiệp xuất nhập khẩu trên cả nước): Trong hơn 2.900 doanh nghiệp trả lời thì có 85% doanh nghiệp cho biết tìm đến sự hỗ trợ của cơ quan Hải quan khi gặp khó khăn trong thực hiện thủ tục hành chính hải quan; Đánh giá của doanh nghiệp là 79% doanh nghiệp nhận xét sự hỗ trợ của cơ quan Hải quan “phần lớn và hoàn toàn” kịp thời và 84% doanh nghiệp nhận xét sự hỗ trợ của cơ quan Hải quan là phần lớn hoặc hoàn toàn hiệu quả; có 70 % doanh nghiệp kiến nghị tiếp tục đơn giản hóa thủ tục hành chính.

Xác định tầm quan trọng của yêu cầu cải cách hành chính và nâng cao cải cách hành chính là một yêu cầu lớn, Cục Hải quan tỉnh Cà Mau quyết liệt trong thực hiện; chú trọng đảm bảo chất lượng dịch vụ cung cấp; mang đến sự hài lòng cho người dân, doanh nghiệp xuất, nhập khẩu trong quá trình sử dụng dịch vụ tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.

Bên cạnh đó, một chiến lược liên quan đến thành công là việc cung cấp chất lượng dịch vụ đảm bảo, đặc biệt là trong thời gian cạnh tranh gay gắt cả trong nước và quốc tế (Rao và Kelkar, 1997) và chất lượng dịch vụ là tiền đề của sự thỏa mãn

của người tiêu dùng (Cronin và Taylor, 1992). Vậy nên, Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cần đảm bảo chất lượng dịch vụ của mình để đạt được sự thỏa mãn - hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu mỗi khi sử dụng dịch vụ hải quan tại đơn vị. Hơn nữa, làm thỏa mãn - hài lòng doanh nghiệp xuất, nhập khẩu cũng đồng nghĩa với Cục Hải quan tỉnh Cà Mau đã thực hiện thành công chủ trương cải cách hành chính, thúc đẩy tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp.

Chính từ những lý do được nêu ở trên cùng với cho đến nay việc đo lường kết quả thực hiện và hiệu quả phục vụ mà Cục Hải quan tỉnh Cà Mau mang lại cho doanh nghiệp xuất, nhập khẩu, cũng như nghiên cứu về sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại đơn vị hầu như chưa được thực hiện. Từ đó tác giả chọn đề tài nghiên cứu **“Sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau”** nhằm đo lường sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ hải quan được cung cấp, từ đó có đề xuất đến lãnh đạo đơn vị các hàm ý quản lý để nâng cao sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu - góp phần đáp ứng yêu cầu chủ trương cải cách hành chính hiện nay.

1.2. Mục tiêu nghiên cứu

Xác định các thành phần cấu thành nên chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.

Đo lường mức tác động của các thành phần đến sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu trên địa bàn quản lý của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.

Đề xuất các hàm ý quản lý từ cơ sở kết quả nghiên cứu để nâng cao hơn nữa sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu - góp phần thực hiện tốt yêu cầu cải cách hành chính.

1.3. Câu hỏi nghiên cứu

Các thành phần cấu thành nên chất lượng dịch vụ hải quan là gì?

Mức độ tác động của các thành phần chất lượng dịch vụ hải quan đến sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu sử dụng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau?

Những hàm ý quản lý cần thiết nào để nâng cao sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu?

1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Các thành phần của chất lượng dịch vụ hải quan và sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu.

Đối tượng khảo sát: Cán bộ, nhân viên khai báo thủ tục hải quan của các doanh nghiệp xuất, nhập khẩu.

Phạm vi nghiên cứu: Nghiên cứu thực hiện trong phạm vi các doanh nghiệp xuất, nhập khẩu trên địa bàn tỉnh Cà Mau và Bạc Liêu (địa bàn quản lý của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau).

1.5. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện thông qua hai bước: (1) nghiên cứu sơ bộ được sử dụng phương pháp định tính, (2) nghiên cứu chính thức được sử dụng phương pháp định lượng.

Bước thứ nhất: nghiên cứu sơ bộ, sử dụng kỹ thuật thảo luận nhóm với mười cán bộ, công chức hải quan của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau – là những người có kinh nghiệm chuyên môn trong công tác hải quan. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục đích thảo luận và hiệu chỉnh mô hình và thang đo cho phù hợp với đặc điểm riêng của dịch vụ hải quan. Từ đó, hoàn chỉnh bảng câu hỏi để tiếp tục sử dụng trong bước nghiên cứu tiếp theo.

Bước thứ hai: nghiên cứu chính thức, sử dụng kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp bằng cách phát phiếu khảo sát đến những nhân viên khai báo thủ tục hải quan của các doanh nghiệp xuất, nhập khẩu hoạt động trên địa bàn tỉnh Cà Mau và Bạc Liêu. Dữ liệu sau khi thu thập được từ phiếu khảo sát sẽ được xử lý qua các bước phân tích bằng phần mềm SPSS 20, bao gồm: Thang đo được kiểm định sơ bộ bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá – Exploratory Factor Analysis (EFA), phân tích tương quan và hồi quy tuyến tính để kiểm định mô hình và các giả thuyết, thống kê mô tả.

1.6. Cấu trúc luận văn

Luận văn bao gồm 5 chương:

Chương 1. Tổng quan về nghiên cứu

Trình bày khái quát bối cảnh và lý do chọn đề tài, mục tiêu nghiên cứu, câu hỏi nghiên cứu, đối tượng nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu.

Chương 2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Trình bày tổng quan cơ sở lý thuyết có liên quan: Dịch vụ, dịch vụ công, dịch vụ hải quan, chất lượng dịch vụ, sự hài lòng, mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng; một số mô hình nghiên cứu trước; đề xuất mô hình nghiên cứu cùng phát biểu các giả thuyết.

Chương 3. Thiết kế nghiên cứu

Trình bày thiết kế nghiên cứu, cách chọn mẫu, xây dựng thang đo và phương pháp phân tích dữ liệu.

Chương 4. Kết quả nghiên cứu

Trình bày kết quả kiểm định độ tin cậy của các thành phần thang đo, phân tích khám phá các nhân tố, phân tích hồi quy để khẳng định mối quan hệ giữa các biến.

Chương 5. Kết luận và các hàm ý quản lý

Kết luận chung và đề xuất một số hàm ý quản lý nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan, nêu lên những hạn chế của đề tài và đề nghị các hướng nghiên cứu tiếp theo trong tương lai.

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Chương 2 sẽ trình bày các khái niệm có liên quan: Dịch vụ, dịch vụ công, dịch vụ hải quan, chất lượng dịch vụ, sự hài lòng, mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng; một số mô hình nghiên cứu trước; và đề xuất mô hình nghiên cứu cùng phát biểu các giả thuyết.

2.1. Dịch vụ

2.1.1. Khái niệm Dịch vụ

Dịch vụ là một loại hàng hóa kinh tế đặc biệt, vô hình khác biệt so với các sản phẩm hàng hóa hữu hình khác. Các nhà nghiên cứu có quan điểm khác nhau về dịch vụ:

✓ “Hầu hết các dịch vụ là vô hình (Bateson 1977, Berry 1980, Lovelock 1981, Shostak 1977)” (Parasuraman và cộng sự, 1985, P42).

✓ Dựa trên quan điểm phi quyền sở hữu của các dịch vụ, Jochen (2016, P15) định nghĩa toàn diện về các dịch vụ: “Dịch vụ là các hoạt động kinh tế được thực hiện bởi một bên cho bên khác”. Jochen cũng lưu ý rằng dịch vụ cũng được định nghĩa là hoạt động kinh tế giữa hai bên, trao đổi giá trị giữa người bán và người mua trên thị trường. “Dịch vụ thường dựa trên thời gian và mang lại kết quả mong muốn cho người nhận. Bằng cách đổi lấy thời gian, tiền bạc của người nhận dịch vụ, người cung cấp dịch vụ nỗ lực phục vụ khách hàng giá trị kỳ vọng từ việc khai thác lao động, kỹ năng, chuyên môn, cơ sở vật chất. Tuy nhiên khách hàng thường không có quyền sở hữu các yếu tố vật lý liên quan” (Jochen, 2016, P15), giá trị kỳ vọng mà khách hàng nhận được xuất phát từ việc tiếp cận với nhiều yếu tố giá trị hơn là chuyển quyền sở hữu.

✓ Theo Kotler và Armstrong (1999), dịch vụ là bất kỳ hoạt động hay lợi ích nào mà chủ thể này đáp ứng cho chủ thể kia nhằm thiết lập, củng cố và mở rộng những quan hệ và hợp tác lâu dài với chủ thể đó.

✓ Theo Zeithaml và Bitner (2000), dịch vụ là hành vi, quá trình, cách thức thực hiện một công việc nào đó nhằm tạo ra giá trị sử dụng cho khách hàng làm thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng.

✓ Theo De Oliveira và Ferreira (2009) thì dịch vụ là hoạt động kinh tế tạo giá trị và cung cấp lợi ích cho khách hàng tại thời gian cụ thể và địa điểm cụ thể như là kết quả của một sự thay đổi mong muốn, hoặc thay mặt cho người nhận dịch vụ. Theo De Oliveira và Ferreira, một dịch vụ mang tính chất vô hình và chỉ đánh giá được khi kết hợp với các chức năng khác là các quá trình sản xuất, các sản phẩm hữu hình.

✓ Định nghĩa của Bennett (1995): Dịch vụ là những hoạt động có thể riêng biệt nhưng phải mang tính vô hình nhằm thoả mãn nhu cầu, mong muốn của khách hàng, theo đó dịch vụ không nhất thiết phải sử dụng sản phẩm hữu hình, nhưng trong mọi trường hợp đều không diễn ra quyền sở hữu một vật nào cả.

2.1.2. Đặc điểm của dịch vụ

Theo Parasuraman và cộng sự (1985), dịch vụ có 3 đặc điểm chính:

✓ Thứ nhất, hầu hết các loại dịch vụ là vô hình, không thể đếm, đo lường, dự trữ dùng thử và nhận xét trước khi bán để đảm bảo chất lượng. Vì tính vô hình đó mà nhà cung cấp dịch vụ khó có thể hiểu được người tiêu dùng cảm nhận như thế nào về dịch vụ mà họ cung cấp và đánh giá nó như thế nào.

✓ Thứ hai, dịch vụ mang tính không đồng nhất. Quá trình cung cấp và sử dụng dịch vụ khác nhau giữa nhà cung cấp này với nhà cung cấp khác, giữa khách hàng này với khách hàng khác và giữa lúc này với lúc khác. Điều này do sự tạo ra và cung ứng dịch vụ thường bao gồm sự tương tác qua lại giữa các nhân viên thực hiện dịch vụ và khách hàng. Do đó, không giống trong sản xuất hàng hoá, chất lượng dịch vụ có bản chất tương tác nên rất khó đo lường và kiểm soát.

✓ Thứ ba, quá trình tạo ra và tiêu thụ của nhiều loại dịch vụ là không thể tách rời. Do đó, chất lượng trong dịch vụ không phải được tạo ra trong nhà máy rồi chuyển thẳng đến người tiêu dùng mà chất lượng dịch vụ thể hiện ngay trong quá trình cung ứng và thường có tác động qua lại giữa nhà cung cấp dịch vụ và người tiêu dùng.

2.2. Dịch vụ công

2.2.1. Khái niệm Dịch vụ công

Mathieu-Colas (1995) định nghĩa: Dịch vụ công là hoạt động vì lợi ích chung, do một cơ quan nhà nước hoặc tư nhân đảm nhiệm.

Tiếp cận từ góc độ chủ thể cung ứng, tác giả Mai (2003, trang 24) phát biểu: “Dịch vụ công là những hoạt động phục vụ các lợi ích chung, thiết yếu, các quyền và nghĩa vụ cơ bản của các tổ chức và công dân, do Nhà nước trực tiếp đảm nhận hay ủy quyền cho các cơ sở ngoài Nhà nước thực hiện nhằm đảm bảo trật tự và công bằng xã hội”.

Nhấn mạnh vai trò đảm nhiệm và mục tiêu của Nhà nước trong cung ứng dịch vụ công, Thành (2007, trang 49) cho rằng: “Dịch vụ công là những dịch vụ đáp ứng các nhu cầu cơ bản, thiết yếu chung của người dân và cộng đồng, bảo đảm ổn định và công bằng xã hội do nhà nước chịu trách nhiệm, hoạt động không vì mục tiêu lợi nhuận”.

Và kết lại, “... Bộ Nội vụ đã trình Chính phủ một Nghị quyết của Chính phủ về dịch vụ công, theo đó khái niệm dịch vụ công được hiểu là các dịch vụ đáp ứng những nhu cầu cơ bản thiết yếu chung của người dân và cộng đồng, do Nhà nước đảm bảo, không vì mục tiêu lợi nhuận, góp phần ổn định, công bằng xã hội và sự phát triển bền vững của đất nước.” (Huấn và cộng sự, 2016, trang 26).

2.2.2. Đặc điểm của dịch vụ công

Theo Thành (2007, trang 49-51) dịch vụ công phải có các đặc trưng cơ bản sau đây:

✓ Là các hàng hóa, dịch vụ do nhà nước (cơ quan hành chính, cơ quan sự nghiệp, các doanh nghiệp nhà nước, hoặc các tổ chức cá nhân có đủ năng lực theo chế độ đặc nhượng, ủy quyền) chịu trách nhiệm tổ chức cung ứng một cách trực tiếp hoặc gián tiếp. Nhà nước là người chịu trách nhiệm cuối cùng về chất lượng, giá cả mà nhà nước cam kết cung cấp cho xã hội, người dân.

✓ Phục vụ trực tiếp cho nhu cầu, lợi ích cơ bản, thiết yếu của người dân.

✓ Không vì mục tiêu lợi nhuận. (Huấn và cộng sự, 2016, trang 33): “... Nhà nước có trách nhiệm đảm bảo cung ứng các dịch vụ công không nhằm mục tiêu lợi nhuận”.

✓ Không phân biệt đối tượng được cung ứng, thụ hưởng. Và dịch vụ công có tính xã hội, với mục tiêu chính là phục vụ lợi ích cộng đồng đảm bảo công bằng và ổn định xã hội, mang tính quần chúng rộng rãi. (Huấn và cộng sự, 2016, trang 33): “... Mọi người dân đều có quyền ngang nhau trong việc tiếp nhận và sử dụng dịch vụ công với tư cách là đối tượng phục vụ của nhà nước”.

2.2.3. Phân loại dịch vụ công

Để phân loại dịch vụ công, theo Huấn và cộng sự (2016, trang 30-32) và Thành (2007, trang 54-61) thì “dịch vụ công trong nền kinh tế bao gồm ba loại: Dịch vụ hành chính công, dịch vụ sự nghiệp công, dịch vụ công ích”.

(1) “Dịch vụ hành chính công: Là những dịch vụ phục vụ chung cho mọi người dân (dù không phải mọi người dân có nhu cầu cùng lúc), Nhà nước phục vụ các quyền của người dân, có trách nhiệm cung cấp các giấy tờ hành chính, tư pháp như: giấy chứng nhận nhân thân, giấy phép các loại, ... theo quy định của pháp luật. Các cơ quan công quyền thực hiện và không thu tiền” (Thành, 2007, trang 54).

Quan niệm về dịch vụ hành chính công, Phan và cộng sự (2010, trang 3) cho rằng: “Dịch vụ hành chính công là loại hình dịch vụ công”. Thành (2007, trang 57) cho rằng “Khái niệm dịch vụ hành chính công chỉ loại dịch vụ gắn liền với thẩm quyền hành chính thường do các cơ quan hành chính thực hiện, khác với các loại dịch vụ khác tuy cũng thuộc trách nhiệm của Nhà nước, nhưng không gắn với thẩm quyền hành chính và do các chủ thể khác - đơn vị sự nghiệp hoặc doanh nghiệp cung cấp, thực hiện”.

Phạm vi dịch vụ hành chính bao gồm các hoạt động thực thi các chính sách, pháp luật nói chung và việc bảo đảm các quyền và nghĩa vụ có tính pháp lý của các tổ chức và công dân như cấp các loại giấy phép, giấy khai sinh, chứng minh thư, xác nhận hộ tịch, hộ khẩu, hỗ trợ tư pháp, thu thuế, hải quan, (Thành, 2007, trang 55).

(2) Dịch vụ sự nghiệp công: cung cấp chủ yếu là các hàng hóa phi hiện vật; đáp ứng những nhu cầu cơ bản về phát triển cá nhân của con người; do các tổ chức sự nghiệp (tổ chức chuyên ngành có chuyên môn sâu) cung ứng, không thu tiền hoặc có thu tiền một phần nhưng không hoàn toàn theo giá cả thị trường, không vì mục tiêu lợi nhuận.

Dịch vụ sự nghiệp công do Nhà nước cung cấp tập trung vào các lĩnh vực: giáo dục – đào tạo, y tế, văn hóa, khoa học và công nghệ, thể dục thể thao, lao động, việc làm, an sinh xã hội, ...

(3) Dịch vụ công ích: là loại hình dịch vụ công ít chịu ảnh hưởng bởi vai trò điều tiết của Nhà nước (so với hai loại hình dịch vụ công nói trên), và cũng là loại hình dịch vụ công có khả năng thu hút sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế nhất. Nhà nước có trách nhiệm đảm bảo cung ứng dịch vụ công ích cho xã hội. Dịch vụ công ích cung cấp các hàng hóa vật chất đáp ứng nhu cầu tối thiểu gắn với đời sống vật chất hàng ngày của người dân; do Nhà nước hoặc doanh nghiệp thực hiện; nguồn tài chính cho hoạt động cung cấp dịch vụ công ích chủ yếu từ nguồn ngân sách nhà nước, từ tổ chức kinh doanh do người dân đóng góp; và chất lượng, giá cả chịu sự điều tiết của Nhà nước.

Các loại dịch vụ công ích được Nhà nước quan tâm thực hiện: vệ sinh môi trường, cấp nước sạch, vận tải công cộng đô thị, cấp điện sinh hoạt và chiếu sáng công cộng; chăm sóc công viên, cây xanh; dịch vụ thông tin thị trường; ...

Theo cách phân loại dịch vụ công ở trên thì dịch vụ hải quan được đề cập trong nghiên cứu này là dịch vụ hành chính công.

2.3. Dịch vụ Hải quan

2.3.1. Đôi nét về Hải quan

Ngày 10/9/1945, chỉ 8 ngày sau khi đất nước giành được độc lập, Bộ trưởng Bộ Nội vụ Võ Nguyên Giáp thay mặt Chủ tịch Chính phủ lâm thời Việt Nam Dân chủ cộng hòa ký Sắc lệnh số 27/SL thành lập Sở Thuế quan và Thuế gián thu thuộc Bộ Tài chính - tiền thân của Hải quan Việt Nam ngày nay. “*Hải quan Việt Nam có nhiệm vụ thực hiện kiểm tra giám sát hàng hóa, phương tiện vận tải; phòng, chống*

buôn lậu, vận chuyển trái phép hàng hóa qua biên giới; tổ chức thực hiện pháp luật về thuế đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu; ...” (Trích Điều 12 Luật Hải quan, 2014).

“... Bộ Tài chính chịu trách nhiệm trước Chính phủ thực hiện thống nhất quản lý nhà nước về hải quan. ...” (Trích Điều 100 Luật Hải quan, 2014); *“... Tổng Cục Hải quan là tổ chức trực thuộc Bộ Tài chính, thực hiện chức năng tham mưu, giúp Bộ trưởng Bộ Tài chính quản lý nhà nước về Hải quan và tổ chức thực thi pháp luật về hải quan trong phạm vi cả nước. ...”* (Trích Điều 1 Quyết định số 65/2015/QĐ-TTg, 2015).

Theo quy định tại Quyết định số 1919/QĐ-BTC ngày 06/9/2016, Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau là tổ chức trực thuộc Tổng cục Hải quan, có chức năng giúp Tổng cục trưởng Tổng cục Hải quan quản lý nhà nước và tổ chức thực thi pháp luật về hải quan, các quy định khác của pháp luật có liên quan trên địa bàn hoạt động của Cục Hải quan theo quy định của pháp luật. Địa bàn quản lý của Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau gồm hai tỉnh: Cà Mau và Bạc Liêu. Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau thực hiện nhiệm vụ tổ chức, chỉ đạo, hướng dẫn và triển khai thực hiện các quy định của Nhà nước về Hải quan trên địa bàn hoạt động của Cục Hải quan, trong đó có thực hiện:

- ✓ Thủ tục hải quan, kiểm tra, giám sát hải quan đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu, chuyển cửa khẩu, quá cảnh và phương tiện vận tải xuất cảnh, nhập cảnh, quá cảnh tại các địa bàn hoạt động hải quan và các địa điểm khác theo quy định của pháp luật;

- ✓ Tổ chức thực hiện pháp luật về thuế và các khoản thu khác đối với hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu;

- ✓ ...

2.3.2. Dịch vụ hải quan

Thành (2007, trang 55) đã liệt kê Hải quan là một trong những lĩnh vực của dịch vụ hành chính công. Một trong những tính chất đặc thù của dịch vụ hành chính

công là có thể thu lệ phí mang tính chất ước lệ, thể hiện quyền uy của Nhà nước hoặc đối với một số dịch vụ có chi phí phát sinh cần phải thu để bù đắp.

Một vài đặc điểm của dịch vụ hành chính công được chỉ ra trong nghiên cứu của tác giả Mai (2003, trang 21) cũng như tác giả Phan và cộng sự (2010, trang 6) gồm:

- ✓ Là hoạt động chủ yếu thuộc quản lý nhà nước, do cơ quan hành chính nhà nước cung ứng. Phục vụ nhu cầu và lợi ích thiết yếu chung, các quyền và nghĩa vụ cơ bản của tổ chức, công dân.

- ✓ Là những hoạt động không nhằm mục đích lợi nhuận, nếu có thì tiền thu dưới dạng lệ phí (chỉ dành cho những người cần dịch vụ) nộp ngân sách nhà nước.

- ✓ Tổ chức, người dân được hưởng dịch vụ không theo quan hệ cung cầu, ngang giá trên thị trường mà thông qua việc đóng phí, lệ phí cho cơ quan hành chính nhà nước. Phần lệ phí này mang tính chất hỗ trợ cho ngân sách nhà nước.

- ✓ Sản phẩm của dịch vụ hành chính công là công việc thể hiện dưới dạng các văn bản và các quyết định ...

Trong giới hạn của nghiên cứu này cùng với đặc điểm địa bàn quản lý hiện tại của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau nên dịch vụ hải quan đề cập trong nghiên cứu được hiểu chỉ là những hoạt động mà Cục Hải quan tỉnh Cà Mau phục vụ cho quyền, lợi ích của tổ chức và có thu phí, lệ phí theo quy định: “... *Người khai hải quan phải nộp lệ phí làm thủ tục hải quan theo quy định của pháp luật về phí và lệ phí*” (Trích quy định tại khoản 1 Điều 31 Nghị định 08/2015/NĐ-CP, 2015) và “... *Tổ chức, cá nhân thực hiện đăng ký tờ khai hải quan hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu ... phải nộp phí hải quan theo quy định tại Thông tư này*” (Trích khoản 1 Điều 2 Thông tư số 274/2016/TT-BTC, 2016). Vậy, dịch vụ hải quan đề cập trong nghiên cứu này là hoạt động đăng ký tờ khai hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu.

2.3.3. Thủ tục đăng ký tờ khai hải quan

Theo quy định tại khoản 1, khoản 3 Điều 16 (Luật Hải quan, 2014), hàng hóa xuất, nhập khẩu phải được làm thủ tục hải quan, chịu sự kiểm tra, giám sát hải quan; hàng hóa được thông quan sau khi đã hoàn thành thủ tục hải quan. “... *Thủ tục hải*

quan là các công việc mà người khai hải quan và cán bộ hải quan phải thực hiện theo quy định của Luật này đối với hàng hóa, phương tiện vận tải” (Trích khoản 23 Điều 4 Luật Hải quan, 2014). Tại Điều 21 (Luật Hải quan, 2014), quy định khi làm thủ tục hải quan thì:

Người khai hải quan có trách nhiệm:

- ✓ Khai và nộp tờ khai hải quan, nộp hoặc xuất trình chứng từ thuộc hồ sơ hải quan;
- ✓ Đưa hàng hóa đến địa điểm được quy định để kiểm tra thực tế hàng hóa;
- ✓ Nộp thuế và thực hiện các nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật về thuế, phí, lệ phí.

Cơ quan hải quan, cán bộ hải quan có trách nhiệm:

- ✓ Tiếp nhận và đăng ký hồ sơ hải quan;
- ✓ Kiểm tra hồ sơ hải quan và kiểm tra thực tế hàng hóa;
- ✓ Tổ chức thu thuế và các khoản thu khác theo quy định của pháp luật về thuế, phí, lệ phí;
- ✓ Quyết định thông quan hàng hóa, giải phóng hàng hóa.

2.4. Chất lượng dịch vụ

2.4.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ là một khái niệm trừu tượng, khó nắm bắt bởi các đặc tính riêng của dịch vụ, sự tiếp cận chất lượng được tạo thành trong quá trình cung cấp dịch vụ. Có nhiều cách hiểu khác nhau về chất lượng dịch vụ:

- ✓ Theo Parasuraman và cộng sự (1985, 1988), chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi của khách hàng và nhận thức của họ khi sử dụng qua dịch vụ. Parasuraman và cộng sự tổng kết được ba chủ điểm trong lý thuyết chất lượng dịch vụ như sau:

Một là: Chất lượng dịch vụ là khó đánh giá so với hàng hoá hữu hình vì bản chất vô hình của nó. Khó khăn này ở cả phía khách hàng và nhà cung ứng.

Hai là: Chất lượng dịch vụ là so sánh giữa kỳ vọng (expectations) và thành quả thực nhận (performance). Khách hàng căn cứ vào khoảng cách này để đánh giá

chất lượng dịch vụ, hướng và biên độ của khoảng cách quan hệ chặt chẽ với sự hài lòng (satisfaction) của khách hàng.

Ba là: Chất lượng dịch vụ bao hàm cả kết quả (outcomes) lẫn quá trình (process).

✓ Theo Zeithaml và cộng sự (2000): Chất lượng dịch vụ là sự đánh giá của khách hàng – người được cung cấp dịch vụ về mức độ tuyệt vời hay hoàn hảo nói chung của một thực thể, nó là hoạt động của thái độ và các hệ quả từ sự so sánh giữa những gì được mong đợi và nhận thức về những thứ mà khách hàng nhận được.

✓ Theo Champitaz và cộng sự (2004): Chất lượng dịch vụ là kết quả của việc so sánh giữa sự mong đợi của khách hàng về dịch vụ và nhận thức của họ khi sử dụng dịch vụ.

2.4.2. Các thành phần chất lượng dịch vụ và đo lường chất lượng dịch vụ

Có nhiều các nghiên cứu và nhiều thang đo khác nhau dùng để đo lường và đánh giá chất lượng dịch vụ, mỗi thang đo phù hợp với đặc trưng mỗi loại dịch vụ và đều có một điểm chung đó là thể hiện được mức độ hài lòng mà khách hàng cảm nhận được khi họ sử dụng dịch vụ. Nhưng có lẽ chỉ có Parasuraman và cộng sự (1985) lần đầu tiên khái niệm hóa các thành phần của chất lượng dịch vụ được cảm nhận bởi khách hàng và phát triển thiết kế thang đo để đo lường chất lượng dịch vụ. Parasuraman và cộng sự cho rằng, bất kỳ dịch vụ nào, chất lượng dịch vụ cảm nhận bởi khách hàng có thể mô tả thành mười thành phần, đó là: Độ tin cậy, Đáp ứng, Năng lực phục vụ, Tiếp cận, Lịch sự, Thông tin, Tín nhiệm, An toàn, Hiểu biết khách hàng, Phương tiện hữu hình.

Mô hình mười thành phần chất lượng dịch vụ của Parasuraman cộng sự (1985) được các tác giả nhận định bao quát hầu hết mọi khía cạnh dịch vụ. Tuy nhiên, mô hình này có nhược điểm là phức tạp trong việc đo lường. Hơn nữa mô hình này mang tính lý thuyết, có thể sẽ có nhiều thành phần của mô hình chất lượng dịch vụ không đạt được giá trị phân biệt. Chính vì vậy các nhà nghiên cứu này đã nhiều lần kiểm định mô hình này và đi đến kết quả là phát triển thang đo đa mục

SERVQUAL để đo lường cảm nhận của khách hàng về dịch vụ thông qua khái quát mô hình mười thành phần ban đầu thành mô hình năm thành phần chất lượng dịch vụ (SERVQUAL) vào năm 1988.

Mô hình năm thành phần chất lượng dịch vụ SERVQUAL, bao gồm:

- ✓ Phương tiện hữu hình (Tangibles): Liên quan đến cơ sở vật chất, trang thiết bị, và sự xuất hiện của nhân viên (trang phục, ngoại hình, ...).
- ✓ Độ tin cậy (Reliability): Khả năng thực hiện dịch vụ đã hứa một cách đáng tin cậy (đúng theo cam kết với khách hàng) và chính xác.
- ✓ Đáp ứng (Responsiveness): Thể hiện sự sẵn sàng giúp đỡ khách hàng và đáp ứng, cung cấp dịch vụ nhanh chóng.
- ✓ Năng lực phục vụ (Assurance): Thể hiện ở kiến thức và lịch sự của nhân viên và khả năng truyền cảm hứng cho niềm tin và sự tự tin đối với khách hàng.
- ✓ Đồng cảm (Empathy): Thể hiện qua sự chăm sóc, chú ý cá nhân mà công ty cung cấp cho khách hàng của mình.

Thang đo SERVQUAL gồm 2 phần, mỗi phần có 22 phát biểu. Phần thứ nhất nhằm xác định kỳ vọng của khách hàng đối với loại dịch vụ của công ty nói chung. Nghĩa là không quan tâm đến một công ty cụ thể nào, người được phỏng vấn cho biết mức độ mong muốn của họ đối với dịch vụ đó. Phần thứ hai nhằm xác định cảm nhận của khách hàng đối với việc thực hiện dịch vụ của công ty khảo sát. Nghĩa là căn cứ vào dịch vụ cụ thể của công ty được khảo sát để đánh giá. Kết quả nghiên cứu nhằm nhận ra các khoảng cách giữa cảm nhận khách hàng về chất lượng dịch vụ do công ty thực hiện và kỳ vọng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ đó. **SERVQUAL** xác định chất lượng dịch vụ như sau:

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

Parasuraman và cộng sự khẳng định SERVQUAL là thang đo hoàn chỉnh về chất lượng dịch vụ đạt giá trị và độ tin cậy (Parasuraman và cộng sự, 1988), thang đo cũng được sử dụng rộng rãi để đo lường chất lượng dịch vụ (Buttle, 1996; Robinson, 1999). Tuy nhiên, mỗi ngành dịch vụ cụ thể có những đặc thù riêng của chúng. Nhiều nhà nghiên cứu khác cũng đã kiểm định thang đo SERVQUAL với

nhiều loại hình dịch vụ cũng như tại nhiều quốc gia khác nhau. Kết quả cho thấy các thành phần của chất lượng dịch vụ không đồng nhất với nhau ở từng ngành dịch vụ, từng thị trường khác nhau.

Thang đo SERVPERF được Cronin và Taylor phát triển năm vào 1992. Cronin và Taylor cho rằng mức độ cảm nhận của khách hàng đối với dịch vụ được cung cấp bởi công ty là phản ánh tốt nhất chất lượng dịch vụ. Theo SERVPERF, Chất lượng dịch vụ được xác định như sau:

Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận.

Kết luận này đã được đồng tình bởi các tác giả: Lee và cộng sự (2000); Brady và cộng sự (2002). Thang đo SERVPERF cũng sử dụng 22 mục phát biểu tương tự như phần hỏi về cảm nhận của khách hàng trong SERVQUAL, và bỏ qua phần hỏi về kỳ vọng. Bảng câu hỏi trong SERVPERF ngắn gọn bằng một phần hai so với SERVQUAL, tiết kiệm được thời gian và có thiện cảm hơn cho người được khảo sát.

Hai thang đo SERVQUAL và SERVPERF là hai thang đo rất nổi tiếng cho nghiên cứu về chất lượng dịch vụ, đã được nhiều nhà nghiên cứu áp dụng kiểm định và đo lường nhiều lĩnh vực dịch vụ, nhiều nơi khác nhau. Trong nghiên cứu, đôi khi thang đo SERVPERF được dùng thay thế cho thang đo SERVQUAL vì tính đơn giản, dễ đo lường.

Đối với nghiên cứu này, tác giả chỉ tập trung vào thang đo SERVPERF để đo lường chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.

2.5. Sự hài lòng

2.5.1. Khái niệm Sự hài lòng

Sự hài lòng là sự phản ứng của người tiêu dùng đối với việc được đáp ứng những mong muốn Oliver (1997).

Sự hài lòng là mức độ của trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ sự so sánh giữa nhận thức về một sản phẩm so với mong đợi (Kotler và Keller, 2006). Cụ thể sự hài lòng có ba mức độ sau: (1) nếu nhận thức của khách hàng nhỏ hơn kỳ vọng thì khách hàng có mức cảm nhận không thỏa mãn; (2) nếu nhận thức của

khách hàng bằng kỳ vọng thì khách hàng có mức cảm nhận thỏa mãn; (3) nếu nhận thức của khách hàng lớn hơn kỳ vọng thì khách hàng có mức cảm nhận thỏa mãn/thích thú.

2.5.2. Đo lường sự hài lòng

Trong một nghiên cứu đánh giá về mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng thực hiện ở năm 1994, Taylor và Baker đo lường sự hài lòng của khách hàng với thang đo gồm các biến quan sát như sau:

- ✓ Nếu tôi cần dịch vụ, tôi tin rằng tôi sẽ hài lòng với dịch vụ XYZ.
- ✓ Nhìn chung, trong việc mua dịch vụ, tôi tin rằng tôi sẽ hài lòng với dịch vụ XYZ.
- ✓ Tôi tin rằng mua dịch vụ từ XYZ thường là một trải nghiệm thỏa mãn.
- ✓ Cảm xúc của tôi đối với các dịch vụ của XYZ có thể được mô tả tốt nhất là.

2.6. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng

Có nhiều nhà nghiên cứu đã thực hiện và chứng minh rằng sự hài lòng của khách hàng và chất lượng dịch vụ là hai khái niệm phân biệt và có quan hệ gần với nhau: chất lượng dịch vụ là một dạng thái độ, một sự đánh giá tổng thể dài hạn, sự hài lòng là phép đo cho một giao dịch cụ thể (Cronin và Taylor, 1992).

Chất lượng dịch vụ là một khái niệm khách quan, mang tính lượng giá và nhận thức, trong khi đó sự hài lòng là sự kết hợp của các thành phần chủ quan, dựa vào cảm giác và cảm xúc (Shemwell và cộng sự, 1998).

Zeithaml và Bitner (2000): sự hài lòng của khách hàng là một khái niệm tổng quát nói lên sự hài lòng của họ khi tiêu dùng một dịch vụ, trong khi đó, chất lượng dịch vụ chỉ tập trung vào các nhân tố của chất lượng dịch vụ.

Sự hài lòng có thể là kết quả của bất kỳ khía cạnh nào về chất lượng dịch vụ (Rust và Oliver, 1994; Taylor và Baker, 1994)

Chất lượng dịch vụ là tiền đề của sự hài lòng của người tiêu dùng (Cronin và Taylor, 1992; 1994). Nhiều nhà nghiên cứu tiếp sau cũng khẳng định điều này và xem sự hài lòng như một biến phụ thuộc để đo lường các thành phần quan trọng của

chất lượng dịch vụ (ví dụ: Cronin và Taylor, 1992; Nhật, H. B., 2015; Vinh N. H., 2016).

2.7. Lược khảo kết quả các nghiên cứu trước về chất lượng dịch vụ

2.7.1. Nghiên cứu của Parasuraman và cộng sự (1985, 1988)

Việc đạt được chất lượng trong các sản phẩm và dịch vụ đã trở thành một mối quan tâm quan trọng của những năm 1980. Trong khi chất lượng trong hàng hóa hữu hình đã được mô tả và đo lường bởi các nhà tiếp thị, chất lượng dịch vụ phần lớn là không xác định và chưa được nghiên cứu. Các tác giả cố gắng khắc phục tình trạng này bằng cách báo cáo những hiểu biết sâu sắc trong một cuộc điều tra khám phá rộng rãi về chất lượng trong bốn doanh nghiệp dịch vụ và bằng cách phát triển một mô hình chất lượng dịch vụ.

Những hiểu biết thu được từ các cuộc phỏng vấn điều hành và các nhóm tập trung tạo thành cơ sở của một mô hình tóm tắt bản chất và các yếu tố quyết định chất lượng dịch vụ theo nhận thức của người tiêu dùng.

Chất lượng dịch vụ được người tiêu dùng cảm nhận phụ thuộc vào kích thước và hướng của (GAP5) khoảng cách giữa dịch vụ mong đợi và dịch vụ nhận thức. Khoảng cách này phụ thuộc vào bốn khoảng cách trước đó $GAP5 = f(GAP1, GAP2, GAP3, GAP4)$. Bất kể loại hình dịch vụ, người tiêu dùng sử dụng cơ bản các tiêu chí tương tự nhau trong việc đánh giá chất lượng dịch vụ. Nghiên cứu đã chỉ ra mười tiêu chí đánh giá ([xem mười thành phần chất lượng dịch vụ đã trình bày ở tiểu mục 2.4.2](#)) vượt qua nhiều dịch vụ khác nhau mà người tiêu dùng sử dụng trong việc hình thành các mong đợi và nhận thức về dịch vụ.

Đến năm 1988 Parasuraman và cộng sự đã phát triển thang đo đa mục để đo chất lượng dịch vụ gọi là SERVQUAL. SERVQUAL chỉ có năm tiêu chí riêng biệt, chúng nắm bắt các khía cạnh của tất cả 10 tiêu chí được khái niệm ban đầu, được gọi tên và định nghĩa ngắn gọn như sau:

(1) Phương tiện hữu hình (Tangibles): Cơ sở vật chất, trang thiết bị, và sự xuất hiện của nhân viên

(2) Độ tin cậy (Reliability): Khả năng thực hiện dịch vụ đã hứa một cách đáng tin cậy và chính xác

(3) Đáp ứng (Responsiveness): Sẵn sàng giúp đỡ khách hàng và cung cấp dịch vụ nhanh chóng

(4) Năng lực phục vụ (Assurance): Kiến thức và lịch sự của nhân viên và khả năng truyền cảm hứng cho niềm tin và sự tự tin

(5) Đồng cảm (Empathy): Chăm sóc, chú ý cá nhân mà công ty cung cấp cho khách hàng của mình

2.7.2. Nghiên cứu của Cronin và Taylor (1992, 1994)

Cronin và Taylor (1992) đã dẫn ra lý do rằng: “Dường như có sự đồng thuận điều hành ở Hoa Kỳ rằng chất lượng dịch vụ là một trong những vấn đề quan trọng nhất đối với việc quản lý ngày nay (Blackiston 1988; Cound 1988; Cravens 1988; Langevin 1988; Sherden 1988)” và “chất lượng dịch vụ là một cấu trúc khó nắm bắt và khó xác định và đo lường (Brown và Swartz 1989; Carman 1990; Crosby 1979; Garvin 1983; Parasuraman, Zeithaml, và Berry 1985, 1988; Rathmell 1966)” và “Ngoài ra, cho đến nay các mối quan hệ không quan trọng giữa chất lượng dịch vụ, sự hài lòng của khách hàng, và hành vi mua hàng vẫn phần lớn chưa được khám phá” để dẫn đến nghiên cứu năm 1992 của các tác giả. Trong nghiên cứu, *đầu tiên là* Cronin và Taylor đề nghị rằng khái niệm hóa hiện tại và hoạt động của chất lượng dịch vụ (SERVQUAL) là không đầy đủ do đó Cronin và Taylor phát triển và thử nghiệm một giải pháp thay thế dựa trên giả định đối với thang đo SERVQUAL; và *thứ hai là* kiểm tra mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ, sự hài lòng của người tiêu dùng và ý định mua hàng.

Cronin và Taylor trên dựa trên mô hình 5 thành phần chất lượng dịch vụ của Parasuraman 1988 để phát triển một thang đo ngắn gọn hơn (tên gọi là SERVPERF) từ việc kế thừa thang đo SERVQUAL và có điều chỉnh các mục kỳ vọng và hiệu suất được đề cập đến trong thang đo SERVQUAL ban đầu.

Cronin và Taylor kết luận chất lượng dịch vụ nên được đo lường như một thái độ; thang đo chất lượng dịch vụ dựa trên hiệu suất SERVPERF có sự phù hợp

tuyệt vời trong cả bốn trên bốn ngành (ngân hàng, kiểm soát dịch hại, giặt khô và thức ăn nhanh); chất lượng dịch vụ là tiền đề của sự thỏa mãn của người tiêu dùng và sự hài lòng của người tiêu dùng có ảnh hưởng mạnh mẽ hơn đến ý định mua hàng hơn là chất lượng dịch vụ.

2.7.3. Nghiên cứu của Ali và Radam (2010)

Ali và Radam thực hiện nghiên cứu đánh giá chất lượng dịch vụ của ba cơ quan thu thuế của chính phủ Malaysia (Cục doanh thu nội địa Malaysia, Cục Giao thông vận tải đường bộ và Cục xuất nhập cảnh Malaysia) bằng cách sử dụng khách hàng như người trả lời.

Ali và Radam dựa trên mô hình 5 thành phần chất lượng dịch vụ của Parasuraman 1988 để đề xuất và kiểm tra các yếu tố quyết định thuộc tính chất lượng dịch vụ liên quan đến sự hài lòng của người tiêu dùng bằng cách so sánh mô hình SERVPERF thứ nguyên cụ thể với bản đối chiếu của nó, đó là mô hình SERVQUAL kích thước cụ thể. Quan điểm của khách hàng và kỳ vọng được sử dụng để phân tích đánh giá chất lượng dịch vụ trong các cơ quan thu thuế của chính phủ cụ thể. Nghiên cứu sử dụng bảng câu hỏi cho khách hàng dựa trên thang đo SERVQUAL và có bổ sung một số thay đổi được gợi ý bằng cách đọc LeCroppane và Booms (1996).

Kết quả nghiên cứu, Ali và Radam đã khẳng định rằng chất lượng dịch vụ nhận thức trên thực tế đã dẫn đến sự hài lòng của khách hàng. Và mô hình SERVQUAL có năm chiều và mỗi chiều là yếu tố quan trọng trong các ngành công nghiệp dựa vào con người, và rằng công ty dịch vụ dựa trên con người phải tập trung vào tất cả các thứ nguyên trong SERVQUAL để nâng cao nhận thức của khách hàng về chất lượng dịch vụ.

2.7.4. Nghiên cứu của Abdolvand và cộng sự (2011)

Nghiên cứu đã đưa ra một cái nhìn sâu sắc về kỹ thuật ra quyết định đa tiêu chí mờ (*fuzzy multi-criteria decision making*) Fuzzy MCDM để đánh giá chất lượng dịch vụ có liên quan ba kỹ thuật (Entropy, Fuzzy SERVQUAL, Topsis) và sau cùng

Abdolvand và cộng sự minh họa cho kỹ thuật Fuzzy SERVQUAL bằng nghiên cứu Đánh giá chất lượng dịch vụ hải quan ở Iran.

Bằng cách sử dụng số mờ trên cơ sở năm thành phần chất lượng dịch vụ trong mô hình SERVQUAL (các tác giả gọi là Fuzzy SERVQUAL) để đánh giá chất lượng dịch vụ hải quan và đi đến xếp hạng chất lượng dịch vụ của các hải quan địa phương ở Iran. Bảng câu hỏi được áp dụng trong nghiên cứu được trích xuất từ bảng hỏi tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ (SERVQUAL) làm công cụ thu thập dữ liệu hoạt động trên cơ sở 22 cặp mục có liên quan đến 5 lần so sánh giữa kỳ vọng của khách hàng và hiệu suất cảm nhận. Ba cơ quan Hải quan của tỉnh Mazandaran (Hải quan Nowshar, Sari và Amir Abad) được chọn để nghiên cứu đánh giá chất lượng dịch vụ hải quan và xếp hạng hải quan; với số lượng mẫu khảo sát là 210 mẫu được phát ra cho khách hàng gồm: nhà xuất khẩu, nhà nhập khẩu, đại lý hải quan, và ...; số lượng mẫu thu lại được là 194 mẫu đã hoàn thành.

Sau khi nhận được các tiêu chí trọng số từ Entropy, bằng cách sử dụng Fuzzy SERVQUAL để đánh giá chất lượng dịch vụ hải quan. Sau cùng, tiến hành thủ tục Topsis để xếp hạng hải quan. Kết quả nghiên cứu đã đánh giá được chất lượng dịch vụ hải quan và xếp hạng chất lượng dịch vụ của các hải quan (Hải quan Nowshar, Sari và Amir Abad) theo thứ tự: Hải quan C, Hải quan B, Hải quan A.

2.7.5. Nghiên cứu của Phong, N. H., và Thúy, P. N. (2007)

Hai tác giả thực hiện nghiên cứu này nhằm so sánh hai mô hình đo lường chất lượng dịch vụ SERVQUAL và SERVPERF trong bối cảnh nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ tại các siêu thị bán lẻ của Việt Nam, qua đó tác giả sẽ xác định mô hình nào tốt hơn nên áp dụng trong đo lường chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng.

Với mô hình nghiên cứu đề xuất gồm năm thành phần: (1) tin cậy, (2) đáp ứng, (3) năng lực phục vụ, (4) Đồng cảm, (5) phương tiện hữu hình. Nghiên cứu sử dụng cả thang đo SERVQUAL và SERVPERF làm công cụ đo lường. Do bộ thang đo SERVQUAL và SERVPERF có phần trùng lặp nhau, (bộ thang đo SERVPERF có phát biểu tương tự như phần hỏi về cảm nhận của khách hàng trong mô hình

SERVQUAL và bỏ qua phần hỏi về kỳ vọng; bộ thang đo SERVQUAL bao gồm 2 phần: phần hỏi về kỳ vọng và phần hỏi về cảm nhận) nên nghiên cứu sử dụng chung một bản câu hỏi và phần đánh giá mức độ cảm nhận được đưa lên trước để kết quả khảo sát cho thang đo SERVPERF không bị ảnh hưởng bởi thang đo SERVQUAL.

Kết quả nghiên cứu, cả năm thành phần: tin cậy, đáp ứng, năng lực phục vụ, đồng cảm và phương tiện hữu hình có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại các siêu thị bán lẻ Việt Nam; có ảnh hưởng mạnh nhất là phương tiện hữu hình.

Ngoài ra nghiên cứu cũng đưa ra kết quả so sánh hai mô hình: sử dụng mô hình SERVPERF cho kết quả tốt hơn mô hình SERVQUAL; bảng câu hỏi theo mô hình SERVPERF ngắn gọn hơn phân nửa so với SERVQUAL, không gây nhầm chán và mất thời gian cho người trả lời; và thêm lý do nữa để thang đo SERVPERF tuy đơn giản nhưng cho kết quả tốt hơn là do khi được hỏi mức độ cảm nhận khách hàng thường có xu hướng so sánh giữa mong muốn và cảm nhận trong đầu để trả lời bảng câu hỏi.

2.7.6. Nghiên cứu của Nguyễn, T. H. N. (2018)

Nguyễn (2018) đã thực hiện “Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ thuế tại Chi cục thuế huyện Ea H’Leo tỉnh Đắk Lắk”.

Từ cơ sở lý thuyết là các nghiên cứu trước về chất lượng dịch vụ và dựa vào đặc thù của ngành thuế cùng nhận diện của tác giả đối với thang đo SERVPERF của Cronin và Taylor (1992). Tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu gồm 5 nhân tố sau: sự tin cậy, sự đáp ứng, phương tiện hữu hình, năng lực phục vụ và sự đồng cảm.

Qua tiến hành điều tra 150 mẫu nghiên cứu là khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ thuế tại Chi cục thuế huyện Ea H’Leo tỉnh Đắk Lắk; Kiểm định thang đo bằng phương pháp Cronbach's Alpha. Cuối cùng kết quả của nghiên cứu là cả 5 nhân tố: Sự tin cậy, sự đáp ứng, phương tiện hữu hình, năng lực phục vụ và sự đồng cảm đều đạt ý nghĩa thống kê.

2.7.7. Nghiên cứu của Vinh, N. H. (2016)

Vinh (2016) đã thực hiện nghiên cứu “Đánh giá sự hài lòng của doanh nghiệp sử dụng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan Bình Định”.

Tác giả dựa trên cơ sở lý thuyết và các kết quả nghiên cứu trước: mô hình 5 thành phần chất lượng dịch vụ, thang đo SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1985; 1988); nghiên cứu “Công cụ đo lường chất lượng dịch vụ của Chính phủ điện tử” của Mohammed và cộng sự (2010); và các nghiên cứu liên quan khác đã đề xuất mô hình nghiên cứu gồm bảy nhân tố tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp gồm: Độ tin cậy, khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ, sự cảm thông, tính công bằng dân chủ, tính minh bạch và cơ sở vật chất.

Qua thực hiện nghiên cứu sơ bộ; nghiên cứu chính thức qua các bước đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích hồi quy và kiểm định giả thuyết.

Cuối cùng kết quả nghiên cứu đã thể hiện cả bảy nhân tố đều có ảnh hưởng đến sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ tại Cục Hải quan tỉnh Bình Định như mô hình nghiên cứu đề xuất ban đầu.

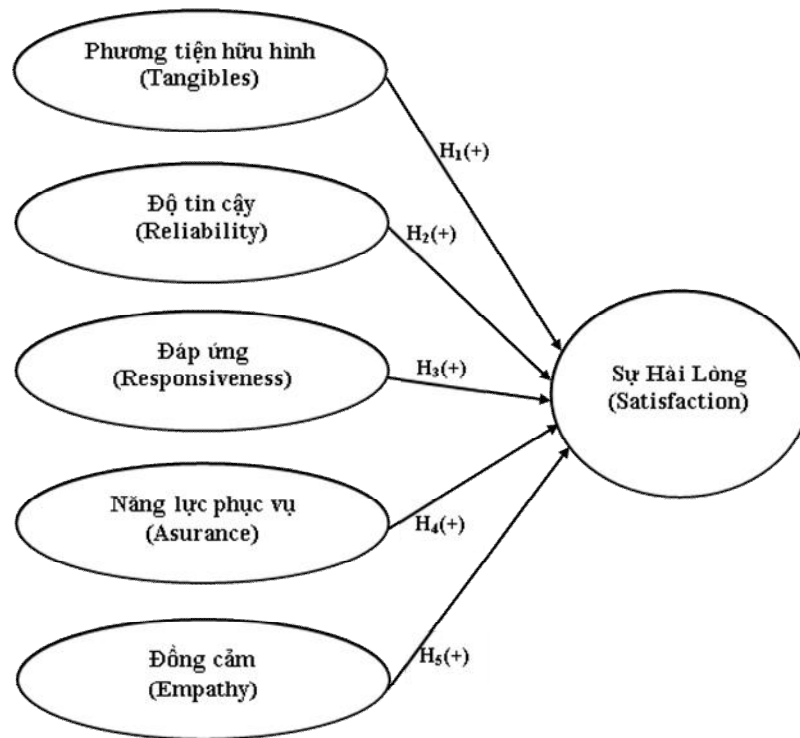
2.8. Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết

Mô hình năm thành phần chất lượng dịch vụ SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1988) có thể xem là mô hình hóa chất lượng dịch vụ đầu tiên, nổi tiếng, trực quan được nhiều nhà nghiên cứu trong nước và quốc tế chọn làm mô hình cơ sở nghiên cứu chung ở đa số các lĩnh vực dịch vụ. Vậy nên ở luận văn này, mô hình SERVQUAL cũng được kế thừa áp dụng để nghiên cứu chất lượng dịch vụ hải quan.

Tuy số lượng nghiên cứu sử dụng thang đo chất lượng dịch vụ SERVPERF của Cronin và Taylor (1992) làm cơ sở thang đo không đồng đảo bằng các nghiên cứu sử dụng thang đo chất lượng dịch vụ SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1988) nhưng: (1) Thang đo chất lượng dịch vụ SERVPERF chính xác là một biến thể của thang đo chất lượng dịch vụ SERVQUAL; (2) SERVPERF có lợi thế hơn ở chỗ ngắn gọn bằng 50% so với SERVQUAL nên sẽ không gây nhầm chán, không làm mất thời gian của người được khảo sát; (3) Thang đo SERVPERF cũng được ủng hộ bởi tính hiệu quả, ngắn gọn từ nghiên cứu của Phong và Thúy (2007): “*sử dụng thang đo SERVPERF cho kết quả tốt hơn thang đo SERVQUAL*”; và (4)

SERVQUAL tuy được xem là công cụ đo lường chất lượng dịch vụ chung có khả năng ứng dụng rộng rãi ở các lĩnh vực dịch vụ nhưng việc sửa đổi, bổ sung các mục thang đo cho phù hợp với nghiên cứu cụ thể có thể ảnh hưởng đến tính toàn vẹn của thang đo và kết quả thu được về đo lường chất lượng dịch vụ (Parasuraman và cộng sự, 1991). Do đó trong luận văn này, thang đo chất lượng dịch vụ hải quan được kế thừa từ thang đo SERVPERF và có sửa đổi nhỏ trong từ ngữ (bằng cách tham khảo nghiên cứu của Abdolvand và cộng sự, 2011) cho phù hợp với dịch vụ ngành Hải quan. Bên cạnh đó, thang đo sự hài lòng của khách hàng dùng trong luận văn này được kế thừa và có chọn lọc từ nghiên cứu của Cronin và Taylor (1992) và nghiên cứu của Taylor và Baker (1994).

Qua tổng quan cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu trước về sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ (dịch vụ công – dịch vụ hải quan). Bên cạnh đó, có so sánh, đối chiếu với thực trạng tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau và qua tham khảo ý kiến của các chuyên gia (Phụ lục 3), năm thành phần của mô hình SERVQUAL gồm: Phương tiện hữu hình (Tangibles), Độ tin cậy (Reliability), Đáp ứng (Responsiveness), Năng lực phục vụ (Assurance), và Đồng cảm (Empathy) có thể tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau. Do đó, mô hình nghiên cứu gồm năm thành phần có tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau được đề xuất (Hình 2.1).



Hình 2. 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Tác giả

Các giả thuyết phát biểu như sau:

Thành phần Phương tiện hữu hình (Tangibles): Theo Parasuraman và cộng sự (1988) đề xuất định nghĩa cho thành phần này là: “Cơ sở vật chất, trang thiết bị và diện mạo của nhân viên”; nghiên cứu năm 2010 của Ali và cộng sự, khái niệm thành phần Phương tiện hữu hình là “khía cạnh hữu hình của dịch vụ”; tham khảo ở nghiên cứu của Abdolvand và cộng sự (2011), Phương tiện hữu hình được định nghĩa là “cơ sở vật chất, phương tiện hữu hình và sự xuất hiện của nhân sự”. Từ đó, thành phần Phương tiện hữu hình - cụ thể trong nghiên cứu đánh giá chất lượng dịch vụ hải quan được hiểu là các cơ sở vật chất như trụ sở cơ quan, văn phòng làm việc tiếp xúc trực tiếp với khách hàng; trang thiết bị, phương tiện làm việc như máy tính, hệ thống phần mềm phục vụ cho việc thực hiện thủ tục hải quan, bàn - ghế ngồi làm việc cùng cách bày trí, sắp xếp đẹp mắt, khoa học; và sự xuất hiện/ diện mạo của nhân viên như trang phục của nhân viên sẽ tạo ấn tượng (tốt đẹp hoặc không) cho khách hàng khi đến giao dịch với Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.

Giả thuyết H1: Thành phần Phương tiện hữu hình có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng, nghĩa là các cơ sở vật chất, trang thiết bị, phương tiện làm việc, trang phục của nhân viên, ... tham gia vào hình thành dịch vụ được khách hàng đánh giá càng cao, thì mức độ hài lòng của khách hàng càng lớn và ngược lại.

Thành phần Độ tin cậy (Reliability): Parasuraman và cộng sự (1988) đề xuất định nghĩa cho thành phần này là: “Khả năng thực hiện dịch vụ đã hứa một cách đáng tin cậy và chính xác”, cách định nghĩa này cũng được kế thừa toàn vẹn ở nghiên cứu của Abdolvand và cộng sự (2011); nghiên cứu năm 2010 của Ali và cộng sự, khái niệm thành phần Độ tin cậy là “độ tin cậy của nhà cung cấp dịch vụ”. Từ đó, thành phần Độ tin cậy - cụ thể trong nghiên cứu đánh giá chất lượng dịch vụ hải quan được hiểu là khả năng thực hiện dịch vụ đã hứa (lời giới thiệu, cam kết, quảng cáo) một cách đáng tin cậy và chính xác (không mắc lỗi).

Giả thuyết H2: Thành phần Độ tin cậy có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng, nghĩa là dịch vụ được cung cấp đúng như lời hứa, cam kết và chính xác thì mức độ hài lòng của khách hàng càng lớn và ngược lại.

Thành phần Đáp ứng (Responsiveness): Theo Parasuraman và cộng sự (1988) đề xuất định nghĩa cho thành phần này là: “Sẵn sàng giúp đỡ khách hàng và cung cấp dịch vụ nhanh chóng”; nghiên cứu năm 2010 của Ali và cộng sự, khái niệm thành phần Đáp ứng là “sự đáp ứng của nhà cung cấp dịch vụ”; tham khảo ở nghiên cứu của Abdolvand và cộng sự (2011), Đáp ứng được định nghĩa “sẵn sàng giúp đỡ khách hàng và cung cấp dịch vụ nhanh chóng”. Từ đó, thành phần Đáp ứng - cụ thể trong nghiên cứu đánh giá chất lượng dịch vụ hải quan được hiểu là khả năng sẵn sàng giúp đỡ, hỗ trợ để khách hàng sớm có được dịch vụ mong muốn và khả năng cung cấp dịch vụ nhanh chóng, kịp thời khi khách hàng yêu cầu.

Giả thuyết H3: Thành phần Đáp ứng có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng, nghĩa là dịch vụ được nhân viên đáp ứng kịp thời, nhanh chóng thì mức độ hài lòng của khách hàng càng lớn và ngược lại.

Thành phần Năng lực phục vụ (Assurance): Theo Parasuraman và cộng sự (1988) đề xuất định nghĩa cho thành phần này là: “Kiến thức và lịch sự của nhân

viên và khả năng truyền cảm hứng cho niềm tin và sự tự tin”; nghiên cứu năm 2010 của Ali và cộng sự, khái niệm thành phần Năng lực phục vụ là “sự đảm bảo được cung cấp bởi các nhà cung cấp dịch vụ”; tham khảo ở nghiên cứu của Abdolvand và cộng sự (2011), Năng lực phục vụ được định nghĩa là “kiến thức của nhân viên, lịch sự và khả năng truyền đạt niềm tin và sự tự tin”. Từ đó, thành phần Năng lực phục vụ - cụ thể trong nghiên cứu đánh giá chất lượng dịch vụ hải quan được hiểu là thành phần thiên về khả năng của nhân viên, bao gồm: có kiến thức, rất am hiểu về dịch vụ cung cấp; tận tình, nhiệt huyết trong phục vụ khách hàng, có thể truyền cảm hứng niềm tin đến khách hàng và tạo được sự tin tưởng cho khách hàng (tin vào Cục Hải quan tỉnh Cà Mau và tin vào dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau); giao tiếp lịch sự, thân thiện với khách hàng.

Giả thuyết H4: Thành phần Năng lực phục vụ có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng, nghĩa là năng lực phục vụ của nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau được khách hàng đánh giá càng cao, thì mức độ hài lòng của khách hàng càng lớn và ngược lại.

Thành phần Đồng cảm (Empathy): Theo Parasuraman và cộng sự (1988) đề xuất định nghĩa cho thành phần này là: “Chăm sóc, chú ý cá nhân mà công ty cung cấp cho khách hàng của mình”; nghiên cứu năm 2010 của Ali và cộng sự, khái niệm thành phần Đồng cảm là “sự đồng cảm của nhà cung cấp dịch vụ với khách hàng”; tham khảo ở nghiên cứu của Abdolvand và cộng sự (2011), Đồng cảm được định nghĩa là “quan tâm và chú ý cá nhân được cung cấp cho khách hàng”. Từ đó, thành phần Đồng cảm - cụ thể trong nghiên cứu đánh giá chất lượng dịch vụ hải quan bao gồm nhân viên đồng cảm với khách hàng (hiểu được nhu cầu của khách hàng, và thể hiện sự quan tâm đến khách hàng) và Cục Hải quan tỉnh Cà Mau đồng cảm với khách hàng (quan tâm đặt lợi ích khách hàng lên trên hết, tạo điều kiện thuận lợi, đơn giản để khách hàng có được dịch vụ và có thể hiện quan tâm chăm sóc đến khách hàng).

Giả thuyết H5: Thành phần Đồng cảm có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng, nghĩa là mức độ thấu hiểu, quan tâm chăm sóc của nhân viên và

Cục Hải quan tỉnh Cà Mau giành cho khách hàng được đánh giá càng cao thì sự hài lòng của khách hàng càng lớn và ngược lại.

Tóm tắt Chương 2

Chương 2 đã nêu lên được các các khái niệm có liên quan: Dịch vụ, dịch vụ công, dịch vụ hải quan, chất lượng dịch vụ, sự hài lòng, mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng; một số mô hình nghiên cứu trước được tác giả trình bày tổng quan gồm bốn nghiên cứu của các tác giả nước ngoài và ba nghiên cứu của các tác giả trong nước có liên quan đến đo lường sự hài lòng, chất lượng dịch vụ công; đưa ra mô hình nghiên cứu đề xuất cùng phát biểu cho các giả thuyết.

CHƯƠNG 3. THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU

Ở chương 2 tác giả đã trình bày cơ sở lý thuyết và đề xuất mô hình nghiên cứu cùng năm giả thuyết cho nghiên cứu. Chương 3, tác giả sẽ trình bày: quy trình nghiên cứu; phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng được sử dụng. Bên cạnh đó trình bày cách thức xác định cỡ mẫu cho đề tài, thiết kế bảng câu hỏi và cách thu thập dữ liệu nghiên cứu.

3. 1. Quy trình nghiên cứu

Nghiên cứu này được tiến hành theo hai giai đoạn cơ bản: nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Chi tiết các bước thực hiện nghiên cứu được biểu diễn ở quy trình nghiên cứu (Hình 3.1).



Hình 3. 1: Quy trình nghiên cứu

Nguồn: Tác giả

3.2. Nghiên cứu định tính

3.2.1. Thiết kế nghiên cứu định tính

Thang đo chất lượng dịch vụ hải quan đưa vào trong thảo luận nhóm được kế thừa từ thang đo gốc trong nghiên cứu của Cronin và Taylor (1992). Để đảm bảo rằng thang đo phù hợp với việc đo lường chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau, nghiên cứu định tính được tiến hành thông qua thảo luận nhóm với chuyên gia gồm 10 cán bộ hải quan có kinh nghiệm chuyên môn và thâm niên công tác tại Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau (Danh sách tham gia thảo luận nhóm: [Phụ lục 1](#)). Mục đích của việc thảo luận nhóm nhằm thảo luận các thành phần trong mô hình nghiên cứu đề xuất, hiệu chỉnh thang đo sơ bộ các thành phần chất lượng dịch vụ và hiệu chỉnh thang đo sơ bộ sự hài lòng. Từ đó, mô hình nghiên cứu và thang đo chính thức của nghiên cứu được đưa ra. Thang đo này được dùng làm bảng hỏi trong phiếu khảo sát chính thức.

Các câu hỏi liên quan đo lường các thành phần chất lượng dịch vụ hải quan và đo lường sự hài lòng của khách hàng lần lượt được đưa ra trong buổi thảo luận để những thành viên trong nhóm đưa ra ý kiến thảo luận và phân tích. Khi các ý kiến đóng góp được thống nhất trên 70% thì kết quả đó sẽ được tác giả ghi nhận lại (Dàn bài và Kết quả thảo luận nhóm xem tại [Phụ lục 2](#) và [Phụ lục 3](#)).

3.2.2. Kết quả nghiên cứu định tính

Kết quả của buổi thảo luận nhóm là các thành viên trong nhóm đều thống nhất cao với mô hình nghiên cứu. Như vậy mô hình nghiên cứu với năm thành phần gồm: (1) Phương tiện hữu hình, (2) Độ tin cậy, (3) Đáp ứng, (4) Năng lực phục vụ, và (5) Đồng cảm có tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau. Cùng lúc đó, nhóm thảo luận cũng đề nghị điều chỉnh từ ngữ ở một số biến quan sát cho phù hợp với thực tế tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.

Kết quả nghiên cứu định tính hiệu chỉnh thang đo như sau:

✓ **Thang đo Phương tiện hữu hình:** được kế thừa thang đo của Cronin và Taylor (1992). Kết quả, các thành viên trong nhóm thảo luận đề nghị sửa lại và

thêm từ “Cục Hải quan tỉnh Cà Mau” vào các câu phát biểu cho cụ thể hơn, như sau:

- “Cập nhật trang thiết bị” sửa lại thành “*Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có trang thiết bị hiện đại*”.

- “Các cơ sở vật chất hấp dẫn, trực quan” sửa lại thành “*Trụ sở, văn phòng làm việc của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau sạch đẹp, thoáng mát*”.

- “Trang phục của nhân viên sang trọng và xuất hiện gọn gàng” sửa lại thành “*Trang phục của nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau gọn gàng, lịch sự*”.

- “Các cơ sở vật chất có vẻ phù hợp với loại hình dịch vụ cung cấp” sửa lại thành “*Phương tiện làm việc tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau phù hợp với dịch vụ hải quan*”.

Sau khi thảo luận, thang đo Phương tiện hữu hình gồm bốn biến quan sát và được ký hiệu mã hóa như sau:

Bảng 3. 1: Thang đo Phương tiện hữu hình

Ký hiệu mã hóa	Biến quan sát
PTHH1	<i>Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có trang thiết bị hiện đại.</i>
PTHH2	<i>Trụ sở, văn phòng làm việc của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau sạch đẹp, thoáng mát.</i>
PTHH3	<i>Trang phục của nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau gọn gàng, lịch sự.</i>
PTHH4	<i>Phương tiện làm việc tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau phù hợp với dịch vụ hải quan.</i>

Nguồn: Kết quả nghiên cứu định tính.

✓ **Thang đo Độ tin cậy:** được kế thừa thang đo của Cronin và Taylor (1992) và có tham khảo thêm từ ngữ ở thang đo trong nghiên cứu của Abdolvan và cộng sự (2011). Kết quả thảo luận, các thành viên trong nhóm thảo luận đề nghị sửa lại cách diễn đạt trong các câu phát biểu cho rõ nghĩa hơn, cụ thể:

- “Khi một việc gì đó được hứa hẹn vào một thời gian nhất định, đang làm việc đó” sửa lại thành “*Khi Cục Hải quan tỉnh Cà Mau hứa hẹn sẽ làm điều gì đó vào một thời gian nhất định thì Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn thực hiện đúng điều đã hứa*”.

- “Khi có vấn đề xảy ra sẽ được thông cảm và trấn an” sửa lại thành “*Khi bạn gặp sự cố, Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thể hiện sự quan tâm thực sự trong việc giải quyết khó khăn của bạn*”.

- “Tính phụ thuộc” sửa lại thành “*Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thực hiện dịch vụ ngay lần đầu tiên*”.

- “Cung cấp dịch vụ theo thời gian đã hứa” sửa lại thành “*Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cung cấp dịch vụ theo thời gian đã hứa*”.

- “Lưu giữ hồ sơ chính xác” sửa lại thành “*Cục Hải quan tỉnh Cà Mau khẳng định cung cấp dịch vụ không có lỗi*”.

Như vậy, sau khi thảo luận thang đo Độ tin cậy gồm năm biến quan sát và được ký hiệu mã hóa như sau:

Bảng 3. 2: Thang đo Độ tin cậy

Ký hiệu mã hóa	Biến quan sát
DTC1	<i>Khi Cục Hải quan tỉnh Cà Mau hứa hẹn sẽ làm điều gì đó vào một thời gian nhất định thì Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn thực hiện đúng điều đã hứa.</i>
DTC2	<i>Khi bạn gặp sự cố, Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thể hiện sự quan tâm thực sự trong việc giải quyết khó khăn của bạn.</i>
DTC3	<i>Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thực hiện dịch vụ ngay lần đầu tiên.</i>
DTC4	<i>Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cung cấp dịch vụ theo thời gian đã hứa.</i>
DTC5	<i>Cục Hải quan tỉnh Cà Mau khẳng định cung cấp dịch vụ không có lỗi.</i>

Nguồn: Kết quả nghiên cứu định tính.

✓ **Thang đo Đáp ứng:** được kế thừa thang đo của Cronin và Taylor (1992). Các thành viên trong nhóm thảo luận thống nhất viết lại các câu phát biểu cho rõ nghĩa và dễ hiểu như sau:

- “Thông báo chính xác cho khách hàng khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cho bạn biết chính xác khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện*”.

- “Tiếp nhận dịch vụ nhanh chóng” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh cung cấp cho bạn dịch vụ nhanh chóng*”.

- “Nhân viên luôn sẵn lòng giúp đỡ khách hàng” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn sẵn lòng hỗ trợ bạn*”.

- “Nhân viên không quá bận rộn để đáp ứng kịp thời yêu cầu của khách hàng” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau không bao giờ quá bận rộn để đáp ứng các yêu cầu của bạn*”.

Như vậy, sau khi thảo luận thang đo Đáp ứng gồm bốn biến quan sát và được ký hiệu mã hóa như sau:

Bảng 3. 3: Thang đo Đáp ứng

Ký hiệu mã hóa	Biến quan sát
DU1	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cho bạn biết chính xác khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện.</i>
DU2	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cung cấp cho bạn dịch vụ nhanh chóng.</i>
DU3	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn sẵn lòng hỗ trợ bạn.</i>
DU4	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau không bao giờ quá bận rộn để đáp ứng các yêu cầu của bạn.</i>

Nguồn: Kết quả nghiên cứu định tính.

✓ **Thang đo Năng lực phục vụ:** được kế thừa thang đo của Cronin và Taylor (1992). Các thành viên trong nhóm thảo luận đề nghị viết lại các phát biểu cho rõ nghĩa và phù hợp với đơn vị, như sau:

- “Nhân viên đáng tin cậy” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau rất đáng tin cậy*”.

- “Cảm giác rằng bạn an toàn khi thực hiện giao dịch với nhân viên của Công ty” sửa lại thành “*Bạn cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau*”.

- “Nhân viên lịch sự” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn lịch sự, thân thiện với bạn*”.

- “Hỗ trợ đầy đủ từ công ty để nhân viên có thể làm tốt công việc của họ” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có đủ kiến thức để trả lời câu hỏi của bạn*”.

Như vậy, sau khi thảo luận thang đo Năng lực phục vụ gồm bốn biến quan sát và được ký hiệu mã hóa như sau:

Bảng 3. 4: Thang đo Năng lực phục vụ

Ký hiệu mã hóa	Biến quan sát
NLPV1	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau rất đáng tin cậy.</i>
NLPV2	<i>Bạn cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.</i>
NLPV3	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn lịch sự, thân thiện với bạn.</i>
NLPV4	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có đủ kiến thức để trả lời câu hỏi của bạn.</i>

Nguồn: Kết quả nghiên cứu định tính.

✓ **Thang đo Đồng cảm:** được kế thừa thang đo của Cronin và Taylor (1992). Kết quả thảo luận, các thành viên trong nhóm thảo luận đề nghị sửa các câu phát biểu cho phù hợp với thực tế Cục Hải quan tỉnh Cà Mau, như sau:

- “Sự chú ý cá nhân” sửa lại thành “*Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có chăm sóc, quan tâm đến cá nhân bạn*”.
- “Nhân viên dành cho bạn sự quan tâm cá nhân” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn*”.
- “Nhân viên biết nhu cầu của bạn là gì” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau hiểu được nhu cầu cụ thể của bạn*”.
- “Một công ty đặt lợi ích của khách hàng lên trên hết” sửa lại thành “*Cục Hải quan tỉnh Cà Mau đặt lợi ích của khách hàng lên trên hết*”.
- “Giờ hoạt động thuận tiện” sửa lại thành “*Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thực hiện giờ làm việc thuận tiện cho tất cả khách hàng của mình*”.

Như vậy, sau khi thảo luận thang đo Đồng cảm gồm năm biến quan sát và được ký hiệu mã hóa như sau:

Bảng 3. 5: Thang đo Đồng cảm

Ký hiệu mã hóa	Biến quan sát
DC1	<i>Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có chăm sóc, quan tâm đến cá nhân bạn.</i>
DC2	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn.</i>
DC3	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau hiểu được nhu cầu cụ thể của bạn.</i>
DC4	<i>Cục Hải quan tỉnh Cà Mau đặt lợi ích của khách hàng lên trên hết.</i>
DC5	<i>Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thực hiện giờ làm việc thuận tiện cho tất cả khách hàng của mình.</i>

Nguồn: Kết quả nghiên cứu định tính..

✓ **Thang đo Sự hài lòng:** được kế thừa thang đo của Cronin và Taylor (1992) và của Taylor và Baker (1994). Các thành viên trong nhóm thảo luận thống nhất đề nghị thêm từ vào câu phát biểu cho cụ thể hơn:

- “Cảm xúc của tôi đối với các dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có thể được mô tả tốt nhất là” sửa lại thành “*Cảm xúc của tôi đối với chất lượng dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau là hài lòng*”.

- “Nhìn chung, trong việc mua dịch vụ, tôi tin rằng tôi sẽ hài lòng với dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau” sửa lại thành “*Nhìn chung, tôi hài lòng với dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau*”.

- “Tôi tin rằng mua dịch vụ từ Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thường là một trải nghiệm thỏa mãn” sửa lại thành “*Tôi tin rằng sử dụng dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau là một trải nghiệm thỏa mãn*”.

Như vậy, sau khi thảo luận thang đo Sự hài lòng gồm bốn biến quan sát và được ký hiệu mã hóa như sau:

Bảng 3. 6: Thang đo Sự hài lòng

Ký hiệu mã hóa	Biến quan sát
SHL1	<i>Cảm xúc của tôi đối với chất lượng dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau là hài lòng.</i>
SHL2	<i>Nếu tôi cần dịch vụ, tôi tin rằng tôi sẽ hài lòng với dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.</i>
SHL3	<i>Nhìn chung, tôi hài lòng với dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.</i>
SHL4	<i>Tôi tin rằng sử dụng dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau là một trải nghiệm thỏa mãn.</i>

Nguồn: Kết quả nghiên cứu định tính.

✓ Về thông tin khách hàng

Các thành viên tham gia thảo luận thống nhất với nội dung về thông tin cá nhân.

Sau khi điều chỉnh lại bảng câu hỏi cho phù hợp với loại hình dịch vụ và thực tế tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thông qua việc lấy ý kiến từ nhóm thảo luận. Tác giả ghi nhận các ý kiến đóng góp của các thành viên tham gia thảo luận và hoàn chỉnh phiếu khảo sát chính thức để phục vụ cho nghiên cứu định lượng tiếp theo.

3.3. Nghiên cứu định lượng

3.3.1. Chọn mẫu nghiên cứu

Mục tiêu của đề tài nghiên cứu là đo lường sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau, đối tượng khảo sát là cán bộ, nhân viên khai báo thủ tục hải quan của các Doanh nghiệp xuất, nhập khẩu tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau. Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng hình thức chọn mẫu thuận tiện, với lí do sử dụng phương pháp này đối tượng trả lời dễ tiếp cận, họ sẵn sàng trả lời phiếu khảo sát, cũng như ít tốn kém thời gian và chi phí để thu thập thông tin cần nghiên cứu.

Để đảm bảo nghiên cứu có ý nghĩa về mặt thống kê, với độ tin cậy cao thì việc xác định cỡ mẫu phù hợp là rất quan trọng. Theo một số nhà nghiên cứu trước như Hair và cộng sự (2006) cho rằng để sử dụng phân tích nhân tố khám phá EFA, kích thước mẫu tối thiểu phải là 50, tốt hơn là 100 và tỷ lệ biến quan sát là 5:1, có nghĩa là 1 biến đo lường cần tối thiểu là 5 quan sát, nhưng tốt nhất là 10:1 trở lên. Còn theo Trọng, H., và Ngọc, C. N. M., (2008) thì cho rằng thông thường cỡ mẫu cần phải gấp 4 hay 5 lần số biến trong phân tích nhân tố.

Nghiên cứu đề xuất 26 biến quan sát, như vậy kích thước mẫu tối thiểu là 130 và tác giả dự phòng cho trường hợp trả lời không đầy đủ hoặc không trả lời, nên tác giả chọn kích thước mẫu là 180 bảng hỏi sẽ được phát ra để đảm bảo cho kết quả nghiên cứu đạt được độ tin cậy cũng như mang tính đại diện cao hơn.

3.3.2. Thiết kế bảng khảo sát và thu thập dữ liệu

Nguyên tắc thiết kế bảng câu hỏi cần đảm bảo đơn giản, dễ dàng cho người được khảo sát khi trả lời câu hỏi và thuận tiện cho người điều tra trong quá trình tổng hợp dữ liệu.

Bảng câu hỏi được thiết kế gồm 3 phần sau:

✓ *Phần A: Giới thiệu chung.*

✓ *Phần B: Nội dung khảo sát ý kiến về cảm nhận của khách hàng đã sử dụng qua dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau (có 26 câu hỏi).*

Sử dụng thang đo Likert 5 điểm với 5 mức độ từ “Rất không đồng ý” đến “Rất đồng ý” để đánh giá mức độ đồng ý hay không đồng ý của đối tượng khảo sát. Thang đo được biểu diễn ở Bảng 3.7.

Bảng 3. 7: Bảng thang đo Likert 5 mức độ

Rất không đồng ý	Không đồng ý	Trung lập	Đồng ý	Rất đồng ý
1	2	3	4	5

✓ *Phần C: Thông tin Công ty - nơi mà người tham gia khảo sát đang làm việc (có 2 câu hỏi).*

Thu thập dữ liệu thực hiện như sau:

Bảng câu hỏi được gửi trực tiếp đến đối tượng khảo sát là cán bộ nhân viên trực tiếp thực hiện thủ tục khai báo hải quan của các doanh nghiệp xuất, nhập khẩu.

3.3.3. Phương pháp xử lý dữ liệu

Dữ liệu khả dụng thu được từ khảo sát được nhập liệu và được xử lý tuân tự qua các bước tương ứng các phương pháp: phân tích hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích hồi quy tuyến tính thông qua Phần mềm SPSS 20.

** Kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha*

Dùng hệ số Cronbach's Alpha để đánh giá độ tin cậy của thang đo thông qua phương pháp nhất quán nội tại cũng như là để biết được các mục đo lường tương đương có liên kết với nhau không. Sử dụng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach's

Alpha trước khi phân tích nhân tố khám phá EFA để loại các biến không phù hợp (Thọ, N. Đ., và Trang, N. T. M., 2009).

Tiêu chuẩn chọn thang đo khi có độ tin cậy Alpha lớn hơn 0.6. Alpha càng lớn thì độ tin cậy nhất quán nội tại càng cao (Nunnally và Burnstein, 1994; dẫn theo Thọ, N. Đ., và Trang, N. T. M., 2009). Mức giá trị của Alpha lớn hơn 0.8 là thang đo lường tốt; từ 0.7 đến 0.8 là sử dụng được (Trọng, H., và Ngọc, C. N. M., 2008).

Tiêu chí để đánh giá độ tin cậy thang đo là loại các biến quan sát có hệ số tương quan biến-tổng nhỏ (nhỏ hơn 0.3). Việc tính toán hệ số tương quan giữa biến-tổng sẽ giúp loại ra những biến quan sát nào không đóng góp nhiều cho sự mô tả của khái niệm cần đo (Trọng, H., và Ngọc, C. N. M., 2008).

** Phân tích nhân tố khám phá EFA*

Phân tích nhân tố khám phá giúp đánh giá hai loại giá trị quan trọng: giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo. EFA dùng để rút gọn một tập k biến quan sát thành một tập F ($F < k$) các nhân tố có ý nghĩa hơn. Phân tích nhân tố khám phá được sử dụng để kiểm định mức độ hội tụ của các biến quan sát theo thành phần, xem xét khả năng thu gọn chúng lại thành một tập gồm ít biến hơn nhưng có ý nghĩa hơn trong việc giải thích mô hình nghiên cứu (Hair và cộng sự, 1998). Một số điều kiện áp dụng để phân tích nhân tố khám phá trong nghiên cứu là:

- Hệ số KMO được dùng để phân tích sự thích hợp của các nhân tố, hệ số KMO đạt giá trị $0.5 \leq KMO \leq 1$ thì phân tích nhân tố là thích hợp. Ngược lại, nếu chỉ số $KMO < 0.5$ thì phân tích nhân tố có khả năng không thích hợp với các dữ liệu (Trọng, H., và Ngọc, C. N. M., 2008).

- Kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0.05). Đây là một đại lượng thống kê dùng để xem xét giả thuyết các biến không có tương quan trong tổng thể. Nếu kiểm định này có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0.05) thì các biến quan sát có mối tương quan với nhau trong tổng thể.

- Giá trị Eigenvalue đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố, chỉ có nhân tố nào có Eigenvalue > 1 mới được giữ lại trong mô hình phân tích.

- Ma trận nhân tố component matrix có ý nghĩa quan trọng trong kết quả phân tích nhân tố. Các biến có trọng số < 0.5 sẽ bị loại, các biến có trọng số không đạt độ phân biệt cao giữa các nhân tố (< 0.3) cũng sẽ bị loại (Hair và cộng sự, 1998).

- Hệ số tải nhân tố (Factor loading) > 0.5 được xem là có ý nghĩa thực tiễn.

** Phân tích tương quan Pearson*

Những thang đo đạt yêu cầu thì tiếp tục đưa vào phân tích tương quan Pearson. Phân tích tương quan Pearson được thực hiện cho các biến độc lập và biến phụ thuộc nhằm khẳng định có mối quan hệ tuyến tính giữa biến phụ thuộc và biến độc lập. Giá trị tuyệt đối của Pearson càng gần đến 1 thì hai biến này có mối tương quan tuyến tính càng mạnh. Nếu có sự tương quan mạnh giữa các biến độc lập thì cần kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến sau khi phân tích hồi quy (Trọng, H., và Ngọc, C. N. M., 2008).

** Phân tích hồi quy*

✓ Phân tích hồi quy tuyến tính được sử dụng để xác định chiều hướng, mức độ tác động của các biến độc lập lên biến phụ thuộc. Phương trình hồi quy tuyến tính có dạng :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Trong đó :

Y: Biến phụ thuộc (sự hài lòng)

X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 : Biến độc lập (các thành phần tác động)

β_0 : hằng số

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$: các hệ số hồi quy beta

✓ Để đảm bảo độ tin cậy của phương trình hồi quy, các giả định cần thiết trong hồi quy tuyến tính cũng được kiểm định :

- Hiện tượng đa cộng tuyến: là trạng thái các biến độc lập có tương quan chặt chẽ với nhau, hiện tượng này dẫn đến các biến độc lập cung cấp cho mô hình những thông tin tương tự nhau, khó tách rời ảnh hưởng của từng biến một đến biến phụ

thuộc. Hệ số VIF được sử dụng để kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến, hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra khi hệ số VIF vượt quá 10 (Trọng, H., và Ngọc, C. N. M., 2008).

- Hệ số R^2 điều chỉnh (Adjusted R Square): Trong mô hình nghiên cứu có hệ số R^2 điều chỉnh lớn hơn sẽ giải thích mô hình sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ sẽ tốt hơn. R^2 điều chỉnh cho biết mức độ phù hợp của mô hình nghiên cứu với ý nghĩa là các biến độc lập giải thích bao nhiêu phần trăm (%) biến thiên của biến phụ thuộc (Thọ, N. Đ., 2013).

- Hệ số Beta (β): cho phép so sánh trực tiếp giữa các hệ số dựa trên mối quan hệ giải thích của chúng với biến phụ thuộc

- ANOVA là tên gọi tắt của phương pháp phân tích phương sai (Analysis Of Variance) được sử dụng để so sánh trung bình từ ba đám đông trở lên (Thọ, N. Đ., 2013). Kiểm định ANOVA nhằm xác định xem có hay không có sự khác biệt của các biến định tính như “Loại hình doanh nghiệp, Số năm sử dụng dịch vụ” trong đánh giá sự hài lòng giữa các nhóm khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan.

Tóm tắt chương 3

Chương 3 tác giả đã trình bày quy trình nghiên cứu và phương pháp thực hiện nghiên cứu. Qua nghiên cứu định tính để hiệu chỉnh xây dựng thang đo hoàn chỉnh, dùng cho việc khảo sát chính thức. Nghiên cứu định lượng đi vào chọn mẫu khảo sát, thu thập dữ liệu, và đi vào xử lý dữ liệu khả dụng thu được qua thu thập từ bảng hỏi khảo sát.

CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Chương 4 sẽ trình bày các kết quả phân tích từ dữ liệu thu thập được xử lý thông qua phần mềm SPSS 20, bao gồm: thông tin mẫu khảo sát, kết quả kiểm định thang đo, kết quả kiểm định các giả thuyết và mô hình nghiên cứu.

4.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu thực hiện trên cơ sở khảo sát lấy ý kiến từ những người trực tiếp thực hiện khai báo thủ tục hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau – là nhân viên của các tổ chức, công ty có hoạt động xuất, nhập khẩu trên địa bàn tỉnh Cà Mau và Bạc Liêu.

Tổng số phiếu khảo sát phát ra là 180 phiếu; thu về 173 phiếu, đạt 96.11%; trong đó có 4 phiếu không hợp lệ do thiếu thông tin và chọn hơn 1 lựa chọn, chiếm 2.22%. Vậy kết quả có 169 phiếu khảo sát hợp lệ, đạt 93.89%. Số lượng 169 phiếu hợp lệ này sẽ được nhập liệu vào phần mềm SPSS làm cơ sở số liệu cho nghiên cứu.

Đánh giá số mẫu khảo sát thu về hợp lệ được dùng làm cơ sở số liệu của nghiên cứu là khá cao, các đối tượng được khảo sát rất sẵn lòng tham gia cho ý kiến cũng như tính đơn giản, dễ tiếp cận của phiếu khảo sát.

Phân tích đầu tiên bắt đầu với phân tích thống kê mô tả các biến liên quan đến thông tin công ty - nơi đối tượng khảo sát đang làm việc ([Phụ lục 4](#)) được tóm tắt trong Bảng 4.1. Phân tích như sau:

Bảng 4. 1: Thống kê mô tả mẫu khảo sát

Tiêu chí	Tần số	Phần trăm (%)	Phần trăm tích lũy
Loại hình doanh nghiệp			
Công ty Cổ phần	96	56.8	56.8
Công ty TNHH	56	33.1	89.9
Loại khác	17	10.1	100.0
Tổng	169	100.0	
Số năm sử dụng dịch vụ			
Dưới 1 năm	18	10.7	10.7
Từ 1 năm đến dưới 5 năm	56	33.1	43.8
Từ 5 năm trở lên	95	56.2	100.0
Tổng	169	100.0	

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu.

4.1.1. Loại hình doanh nghiệp

Doanh nghiệp là công ty cổ phần có 96 doanh nghiệp, chiếm 56.6% - đạt tỷ lệ cao nhất; công ty trách nhiệm hữu hạn có 56 doanh nghiệp, chiếm 33.1%; loại hình doanh nghiệp khác có 17 doanh nghiệp chiếm 10.1%. Kết quả này phù hợp với thực tế tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau hiện nay – thực hiện thủ tục hải quan cho các doanh nghiệp là công ty cổ phần là chiếm số lượng nhiều.

4.1.2. Số năm doanh nghiệp sử dụng dịch vụ

Doanh nghiệp sử dụng dịch vụ từ 5 năm trở lên có 95 doanh nghiệp chiếm 56.2%, doanh nghiệp sử dụng dịch vụ từ 1 năm đến dưới 5 năm có 56 doanh nghiệp chiếm 33.1%; doanh nghiệp dưới sử dụng dịch vụ dưới 1 năm có 18 doanh nghiệp chiếm 10.7%. Kết quả này phù hợp với thực tế tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau hiện nay - đa phần khách hàng của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau là khách hàng đã đến giao dịch tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau từ nhiều năm.

4.2. Đánh giá độ tin cậy thang đo

Thực hiện phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha các thang đo, kết quả thể hiện ở Bảng 4.2 như sau:

Xem lại lý thuyết đọc kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha được trình bày ở tiểu mục [3.3.3](#) và kết hợp xem bảng 4.2, hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo: Phương tiện hữu hình là 0.878, Độ tin cậy là 0.874, Đáp ứng là 0.832, Năng lực phục vụ là 0.856, Đồng cảm là 0.837, Sự hài lòng là 0.856. Hệ số Cronbach's Alpha của tất cả các thang đo đều lớn hơn 0.6 và các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến – tổng lớn hơn 0.3 là đạt tiêu chuẩn - thang đo đủ độ tin cậy.

Bảng 4. 2: Hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến
Thang đo Phương tiện hữu hình (PTHH), Cronbach's Alpha: 0.878				
PTHH1	11.70	4.450	0.823	0.808
PTHH2	11.75	4.783	0.820	0.816
PTHH3	12.12	4.784	0.622	0.891
PTHH4	11.81	4.714	0.705	0.855
Thang đo Độ tin cậy (DTC), Cronbach's Alpha: 0.874				
DTC1	15.20	11.078	0.693	0.850
DTC2	15.17	11.893	0.607	0.870
DTC3	15.25	11.215	0.772	0.830
DTC4	15.31	10.967	0.807	0.821
DTC5	15.25	12.212	0.644	0.861
Thang đo Đáp ứng (DU), Cronbach's Alpha: 0.832				
DU1	9.87	6.685	0.523	0.844
DU2	10.20	5.590	0.729	0.757
DU3	10.37	5.342	0.688	0.777
DU4	10.22	5.628	0.715	0.763
Thang đo Năng lực phục vụ (NLPV), Cronbach's Alpha: 0.856				
NLPV1	11.38	6.690	0.779	0.782
NLPV2	11.46	6.857	0.745	0.798
NLPV3	11.50	8.180	0.646	0.839
NLPV4	11.63	7.900	0.640	0.841
Thang đo Đồng cảm (DC), Cronbach's Alpha: 0.837				
DC1	15.26	8.944	0.701	0.787
DC2	15.22	10.005	0.578	0.821
DC3	15.24	10.670	0.399	0.865
DC4	15.28	8.345	0.772	0.765
DC5	15.22	8.232	0.765	0.767
Thang đo Sự hài lòng (SHL), Cronbach's Alpha: 0.856				
SHL1	11.31	6.638	0.679	0.824
SHL2	11.56	5.893	0.775	0.782
SHL3	11.65	5.609	0.786	0.778
SHL4	11.63	7.734	0.579	0.863

Nguồn: Tổng hợp xử lý dữ liệu trên SPSS.

Xét thang đo thành phần Phương tiện hữu hình

Biến quan sát PTHH3 có hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến là 0.891 > 0.878 là hệ số Cronbach's Alpha của thang đo Phương tiện hữu hình (có nghĩa là nếu ta loại biến **PTHH3** thì hệ số Cronbach's Alpha của thang đo Phương tiện hữu hình đang là 0.878 sẽ thành 0.891); hệ số tương quan với biến tổng của biến quan

sát **PTHH3** là $0.622 > 0.5$, tức mức độ tương quan của biến **PTHH3** lên yếu tố Đáp ứng là trung bình.

Tuy nhiên, nhận thấy biến quan sát **PTHH3** với câu hỏi khảo sát “*Trang phục của nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau gọn gàng, lịch sự.*” là phù hợp với thực trạng tại Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau. Trang phục của nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau là đồng phục của toàn ngành, được Chính phủ quy định cụ thể về hình mẫu, màu sắc, ... và mang ý nghĩa đại diện cho ngành Hải quan. Trang phục gọn gàng, lịch sự thể hiện sự tôn trọng khách hàng, người đối diện; cũng như sẽ tạo được thiện cảm, ấn tượng tốt đẹp với khách hàng trong giao tiếp công việc. Bên cạnh đó, hệ số tương quan với biến tổng của **PTHH3** là $0.622 > 0.5$ là có thể chấp nhận, nên tác giả không loại biến **PTHH3**.

Xét thang đo thành phần Đáp ứng

Biến quan sát DU1 có hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến là $0.844 > 0.832$ là hệ số Cronbach's Alpha của thang đo Đáp ứng (có nghĩa là nếu ta loại biến DU1 thì hệ số Cronbach's Alpha của thang đo Đáp ứng đang là 0.832 sẽ thành 0.844); hệ số tương quan với biến tổng của biến quan sát DU1 là $0.523 > 0.5$, tức mức độ tương quan của biến DU1 lên yếu tố Đáp ứng là trung bình.

Tuy nhiên, nhận thấy biến quan sát DU1 với câu hỏi khảo sát “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cho bạn biết chính xác khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện.*” là phù hợp với thực trạng tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau. Để đáp ứng yêu cầu quản lý hải quan hiện đại, nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau nói riêng và nhân viên Hải quan cả nước nói chung phải cung cấp dịch vụ đến khách hàng trong một khoảng thời gian xác định cụ thể và phần đầu rút ngắn thời gian nhất có thể là điều thực tế. Bên cạnh đó, hệ số tương quan với biến tổng của DU1 là $0.523 > 0.5$ là có thể chấp nhận, nên tác giả không loại biến DU1.

Xét thang đo thành phần Đồng cảm

Biến quan sát DC3 có hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến là $0.865 > 0.837$ là hệ số Cronbach's Alpha của thang đo Đồng cảm (có nghĩa là nếu ta loại biến DC3 thì hệ số Cronbach's Alpha của thang đo Đồng cảm đang là 0.837 sẽ

thành 0.865); hệ số tương quan với biến tổng của biến quan sát DC3 là $0.399 < 0.5$, tức mức độ tương quan của biến DC3 lên yếu tố Đồng cảm là trung bình yếu.

Tuy nhiên, nhận thấy biến quan sát DC3 với câu hỏi khảo sát “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau hiểu được nhu cầu cụ thể của bạn.*” là có ý nghĩa, phù hợp với thực trạng tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau. Việc hiểu được nhu cầu cụ thể của khách hàng sẽ giúp nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có đáp ứng tốt nhất đối với nhu cầu của khách mà không phải mất nhiều thời gian. Bên cạnh đó, hệ số tương quan với biến tổng của DC3 là $0.399 > 0.3$ vẫn có thể chấp nhận, nên tác giả không loại biến DC3.

Xét thang đo Sự hài lòng

Biến quan sát SHL4 có hệ số Cronbach’s Alpha nếu loại biến là $0.863 > 0.856$ là hệ số Cronbach’s Alpha của thang đo Sự hài lòng (có nghĩa là nếu ta loại biến SHL4 thì hệ số Cronbach’s Alpha của thang đo Sự hài lòng đang là 0.856 sẽ thành 0.863); hệ số tương quan với biến tổng của biến quan sát SHL4 là $0.579 > 0.5$, tức mức độ tương quan của biến SHL4 lên yếu tố Sự hài lòng là trung bình.

Tuy nhiên, nhận thấy biến quan sát SHL4 với câu hỏi khảo sát “*Tôi tin rằng sử dụng dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau là một trải nghiệm thỏa mãn*” là có ý nghĩa và rất phù hợp với thực trạng nghiên cứu tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau. Việc thăm dò đánh giá trải nghiệm của khách hàng sau khi sử dụng qua dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau sẽ tăng cơ sở thuyết phục, khẳng định cho kết quả nghiên cứu. Thêm nữa, hệ số tương quan với biến tổng của SHL4 là $0.579 > 0.5$ là có thể chấp nhận, nên tác giả không loại biến SHL4.

Tóm lại, kết quả phân tích đánh giá độ tin cậy thang đo cho thấy thang đo đủ độ tin cậy. Qua phân tích, không có thang đo nào bị loại biến quan sát, các biến đều đạt độ tin cậy để đo lường sự hài lòng về chất lượng dịch vụ, các biến (gồm 22 biến độc lập và 4 biến phụ thuộc) được sử dụng vào các bước phân tích tiếp theo.

4.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

4.3.1. Phân tích nhân tố khám phá (EFA) cho biến độc lập

Phân tích nhân tố khám phá cho các biến độc lập giúp ta xem xét khả năng rút gọn số lượng biến quan sát của các thành phần thang đo biến độc lập xuống còn một số ít các biến có ý nghĩa hơn trong đo lường tác động của các thành phần của chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng của khách hàng.

Phân tích nhân tố khám phá cho các biến độc lập được tiến hành với 22 biến quan sát thông qua phần mềm SPSS, kết quả phân tích xem các bảng: Bảng 4.3; Bảng 4.4; Bảng 4.5 được trình bày lần lượt như sau:

Bảng 4.3: Kiểm định KMO và Bartlett các biến độc lập

Hệ số KMO		0.816
Kiểm định Bartlett	Giá trị chi bình phương xấp xỉ	2094.976
	Bậc tự do (df)	231
	Mức ý nghĩa (Sig.)	0.000

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

Xem Bảng 4.3 thấy: trị số KMO là 0.816 thỏa điều kiện lớn hơn 0.5 và nhỏ hơn 1 ($0.5 < KMO = 0.816 < 1$), điều này có ý nghĩa là phân tích nhân tố là thích hợp; kiểm định Bartlett là 2094.976 với mức ý nghĩa Sig. = 0.000 < 0.05 nên các biến quan sát có mối tương quan với nhau trong tổng thể dữ liệu dùng để chạy EFA.

Bảng 4. 4: Giải thích tổng phương sai các biến độc lập (Total Variance Explained)

Nhân tố	Giá trị Eigenvalues			Tổng phương sai Trích			Tổng phương sai Xoay		
	Tổng	% Phương sai	% Tích lũy	Tổng	% Phương sai	% Tích lũy	Tổng	% Phương sai	% Tích lũy
1	5.876	26.708	26.708	5.876	26.708	26.708	3.519	15.997	15.997
2	3.282	14.918	41.626	3.282	14.918	41.626	3.044	13.837	29.835
3	2.684	12.202	53.827	2.684	12.202	53.827	2.998	13.628	43.463
4	1.783	8.105	61.933	1.783	8.105	61.933	2.985	13.570	57.033
5	1.686	7.664	69.596	1.686	7.664	69.596	2.764	12.563	69.596
6	0.913	4.149	73.745						
7	0.683	3.103	76.848						
8	0.622	2.829	79.677						
9	0.554	2.517	82.194						
10	0.508	2.309	84.504						
11	0.492	2.237	86.741						
12	0.417	1.894	88.636						
13	0.389	1.770	90.405						
14	0.336	1.526	91.932						
15	0.321	1.460	93.391						
16	0.283	1.289	94.680						
17	0.246	1.116	95.796						
18	0.235	1.068	96.864						
19	0.207	0.941	97.806						
20	0.181	0.822	98.628						
21	0.162	0.737	99.365						
22	0.140	0.635	100.000						

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

Xem Bảng 4.4, tại các mức giá trị Eigenvalues > 1: từ 22 biến quan sát qua phân tích EFA đã phân thành 5 nhân tố với tổng phương sai trích bằng 69.596% lớn hơn 50% là đạt yêu cầu. Điều này có nghĩa là 5 nhân tố này giải thích được 69.596% biến thiên của dữ liệu.

Bảng 4. 5: Ma trận xoay nhân tố các biến độc lập

Biến quan sát	Nhân tố				
	1	2	3	4	5
DTC4	0.84				
DTC3	0.83				
DTC1	0.82				
DTC5	0.76				
DTC2	0.69				
DC4		0.84			
DC5		0.81			
DC1		0.79			
DC2		0.69			
DC3		0.62			
PTHH1			0.88		
PTHH2			0.87		
PTHH3			0.78		
PTHH4			0.74		
NLPV1				0.89	
NLPV2				0.84	
NLPV4				0.75	
NLPV3				0.74	
DU4					0.850
DU3					0.843
DU2					0.815
DU1					0.616

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

Xem Bảng 4.5 thấy: kết quả các biến quan sát nhóm thành 5 nhóm theo từng nhân tố; các hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0.5 – điều này có ý nghĩa thang đo các thành phần chất lượng dịch vụ đạt giá trị hội tụ (các biến trong một nhân tố có mối tương quan cao); và các biến chỉ tải hệ số cho một nhân tố - điều này có ý nghĩa thang đo các thành phần chất lượng dịch vụ cũng đạt giá trị phân biệt (mức độ mà các nhân tố khác biệt, không tương quan nhau).

Cơ sở là từ kết quả ở Bảng 4.5, các biến quan sát của từng nhân tố được gom nhóm theo thứ tự sau:

* *Nhân tố đầu tiên* gồm 5 biến quan sát (DTC1, DTC2, DTC3, DTC4, DTC5). Các biến quan sát này dùng để đo lường thành phần Độ tin cậy do đó vẫn giữ tên là Độ tin cậy và ký hiệu là DTC.

* *Nhân tố thứ hai* gồm 5 biến quan sát (DC1, DC2, DC3, DC4, DC5). Các biến quan sát này dùng để đo lường thành phần Đồng cảm do đó vẫn giữ tên là Đồng cảm và ký hiệu là DC.

* *Nhân tố thứ ba* gồm 4 biến quan sát (PTHH1, PTHH2, PTHH3, PTHH4). Các biến quan sát này dùng để đo lường thành phần Phương tiện hữu hình do đó vẫn giữ tên là Phương tiện hữu hình và ký hiệu là PTHH.

* *Nhân tố thứ tư* gồm 4 biến quan sát (NLPV1, NLPV2, NLPV3, NLPV4). Các biến quan sát này dùng để đo lường thành phần Năng lực phục vụ do đó vẫn giữ tên là Năng lực phục vụ và ký hiệu là NLPV.

* *Nhân tố cuối cùng* gồm 4 biến quan sát (DU1, DU2, DU3, DU4). Các biến quan sát này dùng để đo lường thành phần Đáp ứng do đó vẫn giữ tên là Đáp ứng và ký hiệu là DU.

4.3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA cho biến phụ thuộc

Phân tích nhân tố khám phá cho các biến phụ thuộc được tiến hành với 4 biến quan sát thông qua phần mềm SPSS, kết quả phân tích xem các bảng: Bảng 4.6; Bảng 4.7; Bảng 4.8 được trình bày lần lượt như sau:

Bảng 4. 6: Kiểm định KMO và Bartlett biến phụ thuộc

	Hệ số KMO	0.759
Kiểm định Bartlett	Giá trị chi bình phương xấp xỉ	341.808
	Bậc tự do (df)	6
	Mức ý nghĩa (Sig.)	0.000

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

Qua xem Bảng 4.6, trị số KMO là 0.759 thỏa điều kiện lớn hơn 0.5 và nhỏ hơn 1 ($0.5 < KMO = 0.759 < 1$), và kiểm định Bartlett là 341.808 với mức ý nghĩa Sig. = 0.000 < 0.05 nên các biến quan sát có mối tương quan với nhau trong tổng thể dữ liệu dùng để chạy EFA, và phân tích nhân tố là thích hợp.

Bảng 4. 7: Giải thích tổng phương sai biến phụ thuộc

Nhân tố	Giá trị Eigenvalues			Tổng phương sai Trích		
	Tổng	% Phương sai	% Tích lũy	Tổng	% Phương sai	% Tích lũy
1	2.796	69.894	69.894	2.796	69.894	69.894
2	0.608	15.191	85.085			
3	0.417	10.421	95.505			
4	0.180	4.495	100.000			

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

Xem Bảng 4.7 thấy: tại mức giá trị Eigenvalues lớn hơn 1, từ 4 biến quan sát qua phân tích EFA đã phân thành 1 nhân tố với tổng phương sai trích bằng 69.894% lớn hơn 50% là đạt yêu cầu. Điều này có ý nghĩa là nhân tố này có thể giải thích được 69,894% biến thiên của dữ liệu.

Bảng 4. 8: Ma trận xoay nhân tố biến phụ thuộc

Biến quan sát	Nhân tố
	1
SHL3	0.889
SHL2	0.882
SHL1	0.823
SHL4	0.742

Nguồn: Xử lý số liệu trên SPSS.

Xem Bảng 4.8, thấy bốn biến quan sát (SHL1, SHL2, SHL3, SHL4) nhóm thành 1 nhân tố; các hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0.5 nên không có biến nào bị loại – thang đo Sự hài lòng đạt giá trị hội tụ (các biến trong nhân tố Sự hài lòng có mối tương quan cao). Vì vậy kết quả phân tích EFA là đáng tin cậy và có thể sử dụng cho phân tích hồi quy ở bước tiếp theo.

4.4. Kiểm định mô hình nghiên cứu bằng phương pháp hồi quy

Các nhân tố được trích ra trong phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng cho phân tích hồi quy để kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết kèm theo.

Từ kết quả phân tích EFA cho thấy có 5 thành phần của chất lượng dịch vụ tác động đến sự hài lòng của khách hàng. Tiếp theo, phân tích hồi quy được thực

hiện nhằm nhằm xác định sự tương quan này có tuyến tính hay không và mức độ tác động của mỗi thành phần chất lượng dịch vụ vào sự hài lòng của khách hàng.

4.4.1. Kiểm định sự tương quan tuyến tính giữa các biến

Kiểm định sự tương quan tuyến tính giữa các biến bằng hệ số tương quan Pearson để kiểm tra mối liên hệ tuyến tính giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc. Nếu giá trị sig. < 0.05 nghĩa là hệ số tương quan giữa hai biến có ý nghĩa thống kê. Hệ số tương quan có giá trị từ -1 đến 1, hệ số tương quan bằng 0 (hay gần 0) có nghĩa là hai biến số không có liên hệ gì với nhau, ngược lại nếu hệ số bằng -1 hay 1 có nghĩa là hai biến số có một mối liên hệ tuyệt đối.

Bảng 4. 9: Ma trận tương quan giữa các nhân tố

		SHL	DTC	DC	PTHH	NLPV	DU
SHL	Hệ số tương quan	1	.354**	.595**	.300**	.754**	.415**
	Sig. (2 chiều)		.000	.000	.000	.000	.000
DTC	Hệ số tương quan	.354**	1	.090	.391**	.259**	.211**
	Sig. (2 chiều)	.000		.243	.000	.001	.006
DC	Hệ số tương quan	.595**	.090	1	.142	.291**	.343**
	Sig. (2 chiều)	.000	.243		.065	.000	.000
PTHH	Hệ số tương quan	.300**	.391**	.142	1	.123	.319**
	Sig. (2 chiều)	.000	.000	.065		.112	.000
NLPV	Hệ số tương quan	.754**	.259**	.291**	.123	1	.173*
	Sig. (2 chiều)	.000	.001	.000	.112		.025
DU	Hệ số tương quan	.415**	.211**	.343**	.319**	.173*	1
	Sig. (2 chiều)	.000	.006	.000	.000	.025	

** . Tương quan ở mức ý nghĩa 0.01 (2-tailed)

* . Tương quan ở mức ý nghĩa 0.05 (2-tailed)

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

Kết quả phân tích tương quan ở Bảng 4.9, có thể thấy mối tương quan giữa biến phụ thuộc Sự hài lòng của khách hàng với các biến độc lập Đồng cảm, Độ tin cậy, Phương tiện hữu hình, Năng lực phục vụ, Đáp ứng là quan hệ cùng chiều vì giá trị các hệ số tương quan cùng mang dấu dương và các giá trị sig. < 0.05 nên hệ số tương quan tuyến tính giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc đều có ý nghĩa thống

kê hay các biến độc lập có tương quan với biến phụ thuộc, do đó các biến độc lập sẽ được đưa vào mô hình hồi quy để giải thích cho sự thay đổi của biến phụ thuộc. Kết quả cũng cho thấy một số biến độc lập có sự tương quan với nhau nên cần quan tâm hiện tượng đa cộng tuyến, việc kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến sẽ thực hiện sau khi phân tích hồi quy. Phân tích hồi quy tuyến tính sẽ xác định cụ thể mức độ tác động của từng biến độc lập đến biến phụ thuộc.

4.4.2. Phân tích hồi quy tuyến tính

Sau khi kiểm định hệ số tương quan, phân tích hồi quy tuyến tính được thực hiện với năm biến độc lập, gồm: Đồng cảm (DC), Độ tin cậy (DTC), Phương tiện hữu hình (PTHH), Năng lực phục vụ (NLPV), Đáp ứng (DU); và một biến phụ thuộc là Sự hài lòng của khách hàng (SHL). Mô hình được kiểm định với phương pháp đưa vào một lượt (Enter). Theo phương pháp này, các biến độc lập và biến phụ thuộc được đưa vào mô hình cùng lúc. Kết quả hồi quy được trình bày như sau.

Đánh giá sự phù hợp của mô hình

Bảng 4. 10: Đánh giá sự phù hợp của mô hình (Model Summary^b)

Mô hình	R	R ²	R ² điều chỉnh	Ước lượng độ lệch chuẩn	Hệ số Durbin-Watson
1	0.881 ^a	0.776	0.769	0.39767	1.674

a. b. Dự báo: (Hằng số), DU, NLPV, DTC, DC, PTHH

b. Biến phụ thuộc: SHL

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

Kết quả phân tích hồi quy ở Bảng 4.10 cho thấy:

Hệ số R² bằng 0.776 có nghĩa là 77.6% biến đổi về sự hài lòng của khách hàng sẽ được giải thích trong mô hình thông qua.

Bên cạnh đó ta thấy giá trị hệ số R² điều chỉnh là 0.769 nhỏ hơn R² là 0.776, dùng R² điều chỉnh để đánh giá độ phù hợp của mô hình sẽ an toàn hơn vì nó không thổi phồng sự phù hợp của mô hình. Hệ số R² điều chỉnh bằng 0.769, nghĩa là mức độ phù hợp của mô hình là 76.9% là khá cao; năm thành phần là DC, DTC, PTHH, NLPV, DU đưa vào mô hình giải thích được 76,9% sự thay đổi của biến phụ thuộc là Sự

hài lòng của khách hàng. Còn lại 23.1% sự hài lòng của khách hàng xuất phát từ các yếu tố khác chưa được đưa vào mô hình nghiên cứu.

Hệ số Durbin-Watson được dùng để kiểm định tương quan giữa các phần dư, có giá trị biến thiên trong khoảng từ 0 đến 4, nếu giữa các phần dư không có tương quan với nhau thì giá trị Durbin-Watson (D) sẽ gần bằng 2 hay từ 1 đến 3. Hệ số Durbin-Watson bằng 1.647 nằm trong vùng chấp nhận ($1 < D = 1.674 < 3$) nên có thể kết luận không có tương quan giữa các phần dư, mô hình không vi phạm giả định về hiện tượng tự tương quan.

Vậy sự phù hợp của mô hình là khá cao, đạt đến 76.9%. Tuy nhiên, sự phù hợp này chỉ đúng với dữ liệu mẫu. Để kiểm định xem có thể suy rộng mô hình cho tổng thể hay không ta phải kiểm định độ phù hợp của mô hình.

Kiểm định độ phù hợp của mô hình

Kiểm định F trong phân tích ANOVA là phép kiểm định giả thuyết về độ phù hợp với tổng thể của mô hình, hay có nghĩa là kiểm tra xem mô hình này có thể suy rộng và áp dụng được cho tổng thể hay không.

Bảng 4. 11: Kiểm định độ phù hợp của mô hình (ANOVA^a)

	Mô hình	Tổng bình phương	Bậc tự do	Trung bình bình phương	F	Sig.
1	Hồi quy	89.418	5	17.884	113.085	0.000 ^b
	Số dư	25.777	163	0.158		
	Tổng	115.195	168			

a. Biến phụ thuộc: SHL

b. Dự báo: (Hàng số), DU, NLPV, DTC, DC, PTHH

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

Kết quả phân tích ở Bảng 4.11 có giá trị kiểm định F bằng 113.085 với mức ý nghĩa sig. bằng 0.000 (< 0.05), như vậy có thể kết luận mô hình hồi quy phù hợp với dữ liệu nghiên cứu và có thể sử dụng được cho tổng thể.

Kết quả phân tích hồi quy

Để so sánh mức độ tác động của các biến độc lập vào biến phụ thuộc, ta dùng hệ số hồi quy chuẩn hóa Beta. Theo Thọ, N.Đ. (2013), biến độc lập nào có hệ số Beta càng lớn có nghĩa là biến đó tác động mạnh vào biến phụ thuộc.

Bảng 4. 12: Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính bội (Coefficients^a)

Mô hình		Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy đã chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
		B	Độ lệch chuẩn	Beta			Dung sai	VIF
1	(Hằng số)	-1.078	0.243		-4.444	0.000		
	DTC	0.103	0.041	0.104	2.505	0.013	0.796	1.256
	DC	0.392	0.045	0.352	8.632	0.000	0.825	1.213
	PTHH	0.107	0.049	0.092	2.195	0.030	0.788	1.270
	NLPV	0.550	0.037	0.589	14.726	0.000	0.859	1.164
	DU	0.150	0.044	0.142	3.415	0.001	0.800	1.250

a. Biến phụ thuộc: SHL

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

Kết quả phân tích ở Bảng 4.12, cả năm thành phần chất lượng dịch vụ: DTC, DC, PTHH, NLPV, DU có giá trị ở cột mức ý nghĩa Sig. đều nhỏ hơn 0.05 (< 0.05) nên đều có tác động đáng kể đến biến phụ thuộc - Sự hài lòng của khách hàng. Như vậy cả 05 giả thuyết đặt ra trong mô hình nghiên cứu chính thức đều được chấp nhận.

Phương trình hồi quy tuyến tính bội (theo hệ số hồi quy đã chuẩn hóa ở Bảng 4.12) thể hiện mối liên hệ giữa các thành phần ảnh hưởng đến Sự hài lòng là:

$$Y = 0 + 0.092X_1 + 0.104X_2 + 0.142X_3 + 0.589X_4 + 0.352X_5.$$

Trong đó:

Y : Sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan.

X₁ : Phương tiện hữu hình.

X₂ : Độ tin cậy.

X₃ : Đáp ứng.

X₄ : Năng lực phục vụ.

X₅ : Đồng cảm.

Các hệ số hồi quy đã chuẩn hóa (Beta) đều mang dấu dương thể hiện các thành phần trong mô hình hồi quy trên là đều có quan hệ thuận chiều với Sự hài lòng. Kết quả này khẳng định giả thuyết nêu trong mô hình nghiên cứu (H1, H2, H3, H4, H5) là phù hợp, nên được chấp nhận. Sự hài lòng có quan hệ tuyến tính với

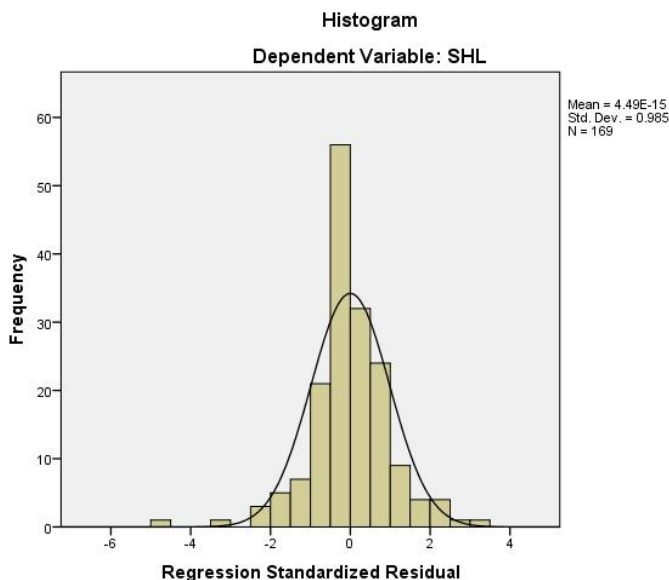
các thành phần: Độ tin cậy, Đồng cảm, Phương tiện hữu hình, Năng lực phục vụ, Đáp ứng. Mức độ ảnh hưởng cao nhất đến Sự hài lòng là thành phần Năng lực phục vụ (có hệ số Beta lớn nhất, bằng 0.589); điều này có nghĩa là khi thành phần Năng lực phục vụ tăng lên một bậc thì Sự hài lòng tăng thêm 0.598. Tương tự, mức độ ảnh hưởng tiếp đến là thành phần Đồng cảm, Đáp ứng, Độ tin cậy, Phương tiện hữu hình - nếu lần lượt mỗi thành phần tăng lên một bậc thì Sự hài lòng cũng lần lượt tăng thêm 0.352, 0.142, 0.14, 0.092.

Để đảm bảo độ tin cậy mô hình hồi quy của mẫu nghiên cứu, các giả định trong phân tích hồi quy cần được kiểm định.

Kiểm định các giả định hồi quy

* *Kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến*: Đa cộng tuyến là hiện tượng trong đó các biến độc lập có quan hệ với nhau. Hệ số phóng đại phương sai VIF được sử dụng trong trường hợp này. Hệ số VIF càng nhỏ thì khả năng đa cộng tuyến sẽ giảm, thông thường hệ số VIF < 10. Tại Bảng 4.12, hệ số VIF của các biến độc lập đều nhỏ hơn 2, cho nên trong mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến.

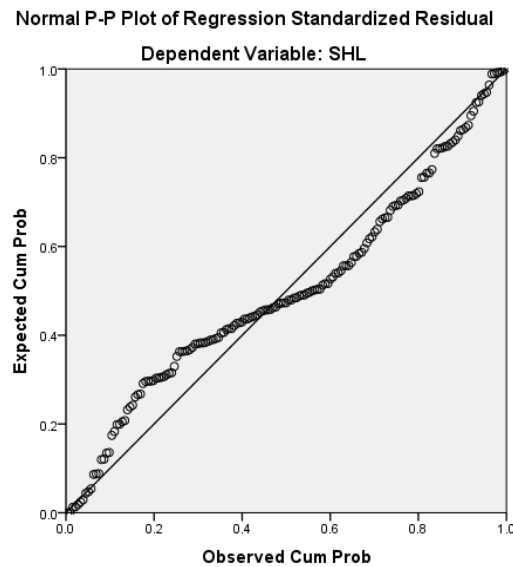
* *Kiểm định phân phối chuẩn của phần dư*



Hình 4. 1: Biểu đồ Phân bố sai số lệch ngẫu nhiên

Nguồn: Phân tích dữ liệu trên SPSS.

Quan sát biểu đồ ở Hình 4.1, ta thấy đường cong hình chuông có dạng phân phối chuẩn, độ lệch chuẩn $\text{Std.Dev.} = 0.985$ gần bằng 1 và phân phối chuẩn của phần dư (Mean) gần bằng 0. Vì vậy xác định phần dư có phân phối chuẩn được chấp nhận.



Hình 4. 2: Đồ thị P-P Plot

Nguồn: Phân tích dữ liệu trên SPSS.

Quan sát đồ thị ở hình 4.2, ta thấy các điểm quan sát không phân tán quá xa đường thẳng kỳ vọng nên kết luận giả thuyết phân phối chuẩn của phần dư được chấp nhận.

Kết quả kiểm định giả thuyết

Mô hình nghiên cứu ban đầu về sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau có 5 giả thuyết cần kiểm định (H1, H2, H3, H4, H5). Qua kiểm định thang đo, kết quả không bị loại biến quan sát nào, thang đo đạt độ tin cậy; đạt giá trị hội tụ, đạt giá trị phân biệt giữa các biến. Tiến hành tích hồi quy với 05 biến độc lập được đưa vào mô hình phân tích, kết quả không có biến nào bị loại, cả 05 biến đều đạt mức ý nghĩa thống kê, đều có thể được dùng cho giải thích biến thiên của biến phụ thuộc – Sự hài lòng của khách hàng. Kết quả kiểm định các giả thuyết của mô hình nghiên cứu được tổng hợp ở Bảng 4.13 theo sau đây.

Bảng 4. 13: Tổng hợp kết quả kiểm định các giả thuyết mô hình

STT	Giả thuyết	Beta	Sig.	Kết luận (tại mức ý nghĩa 5%)
1	H1: Thành phần Phương tiện hữu hình có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng.	0.092	0.030	Chấp nhận
2	H2: Thành phần Độ tin cậy có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng.	0.104	0.013	Chấp nhận
3	H3: Thành phần Đáp ứng có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng.	0.142	0.001	Chấp nhận
4	H4: Thành phần Năng lực phục vụ có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng.	0.589	0.000	Chấp nhận
5	H5: Thành phần Đồng cảm có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng.	0.352	0.000	Chấp nhận

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

4.5. Kiểm định sự khác biệt trong đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan theo thông tin khách hàng.

4.5.1. Kiểm định sự khác biệt trong đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan theo loại hình công ty

Có 3 nhóm loại hình công ty gồm: Công ty cổ phần, công ty TNHH, và loại khác. Qua phân tích, kết quả như sau:

Bảng 4. 14: Kiểm định Levene giữa các nhóm loại hình công ty

Thống kê Levene	df1	df2	Mức ý nghĩa (Sig.)
23.739	2	166	0.000

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

Kiểm định Levene ở Bảng 4.14 có mức ý nghĩa Sig. = 0.000 < 0.05, nên có sự khác biệt về phương sai giữa các nhóm loại hình công ty. Do đó, không đủ cơ sở để tiếp tục sử dụng kết quả ở bảng Anova, và kết quả phân tích ở Bảng 4.15 sẽ được xem xét.

Bảng 4. 15: Kiểm định Roubust Test giữa các nhóm loại hình công ty

	Statistic ^a	df1	df2	Mức ý nghĩa (Sig.)
Welch	1.996	2	38.324	0.150

a. Asymptotically F distributed.

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

Kiểm định Welch ở Bảng 4.15 có giá trị Sig. là 0.15 lớn hơn 0.05 (> 0.05) nên ta kết luận không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê trong đánh giá sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ hải quan giữa các nhóm loại hình công ty.

4.5.2. Kiểm định sự khác biệt trong đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan theo số năm sử dụng dịch vụ

Có 3 nhóm *Số năm sử dụng dịch vụ* gồm: dưới 1 năm, từ 1 năm đến dưới 5 năm, và từ 5 năm trở lên được đưa vào phân tích, kết quả như sau:

Bảng 4. 16: Kiểm định Levene giữa các nhóm số năm sử dụng dịch vụ

Thống kê Levene	df1	df2	Mức ý nghĩa (Sig.)
9.259	2	166	0.000

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

Kiểm định Levene ở Bảng 4.16 có mức ý nghĩa Sig. = 0.000 < 0.05 , nên có sự khác biệt về phương sai giữa các nhóm *Số năm sử dụng dịch vụ*. Do đó, không đủ cơ sở để tiếp tục sử dụng kết quả ở bảng Anova, và đi đến xem kết quả phân tích ở Bảng 4.17.

Bảng 4. 17: Kiểm định Roubust Test giữa các nhóm số năm sử dụng dịch vụ

	Statistic ^a	df1	df2	Mức ý nghĩa (Sig.)
Welch	6.994	2	43.734	0.002
a. Asymptotically F distributed.				

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

Kiểm định Welch ở Bảng 4.17 có giá trị Sig. là 0.02 nhỏ hơn 0.05 (< 0.05) nên ta kết luận có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê trong đánh giá sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ hải quan giữa các nhóm *Số năm sử dụng dịch vụ*. Nhìn vào giá trị Mean ở Bảng 4.18 bên dưới, ta thấy nhóm *số năm sử dụng dịch vụ* từ 1 năm đến dưới 5 năm có trung bình giá trị hài lòng cao nhất (4.0772), kém hài lòng nhất là nhóm *số năm sử dụng dịch vụ* dưới 1 năm có trung bình giá trị hài lòng (3.1448) thấp hơn trung bình giá trị hài lòng chung (3.8466).

Bảng 4. 18: Mô tả kết quả giữa các nhóm số năm sử dụng dịch vụ

	N	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn	Sai số chuẩn	Độ tin cậy trung bình 95%		Nhỏ nhất	Lớn nhất
					Cận dưới	Cận trên		
DUOI 1 NAM	18	3.1448	1.08614	0.25600	2.6047	3.6850	1.36	4.64
TU 1 NAM DEN DUOI 5 NAM	56	4.0772	0.56546	0.07556	3.9257	4.2286	2.39	5.00
TU 5 NAM TRO LEN	95	3.8436	0.83610	0.08578	3.6733	4.0139	1.57	4.96
Total	169	3.8466	0.82806	0.06370	3.7208	3.9723	1.36	5.00

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên SPSS.

4.6. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Các thành phần chất lượng dịch vụ được đánh giá bằng thang đo Likert 5 điểm. Thang điểm này có điểm thấp nhất là 1, cao nhất là 5, được chia thành 5 khoảng, mỗi khoảng là 0.8 đơn vị. Do đó, để thuận tiện cho việc xem xét tác giả quy ước:

1.00 – 1.80	1.81 – 2.60	2.61 – 3.40	3.41 – 4.20	4.21 – 5.00
Mức rất thấp	Mức thấp	Mức trung bình	Mức cao	Mức rất cao

Bảng 4. 19: Thống kê giá trị trung bình của các thang đo

	Số quan sát	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Sự hài lòng (SHL)	169	1	5	3.85	0.828
Phương tiện hữu hình (PTHH)	169	1	5	3.95	0.707
Năng lực phục vụ (NLPV)	169	1	5	3.83	0.886
Đồng cảm (DC)	169	1	5	3.81	0.745
Độ tin cậy (ĐTC)	169	1	5	3.81	0.834
Đáp ứng (DU)	169	1	5	3.39	0.782

Nguồn: Tổng hợp xử lý dữ liệu trên SPSS.

Kết quả ở Bảng 4.19, Sự hài lòng được khách hàng đánh giá ở mức cao, giá trị trung bình đạt 3.85 trên thang đo 5 điểm. Các thành phần chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau đa phần đạt mức đánh giá trung bình của mức cao, giá trị trung bình của các thành phần nằm trong khoảng từ 3.81 đến 3.95, riêng có thành phần Đáp ứng đạt mức đánh giá trung bình khá của mức trung bình là 3.39. Đi vào tìm hiểu chi tiết hơn cho từng thành phần, kết quả cụ thể như sau:

4.6.1. Thành phần Năng lực phục vụ

Bảng 4. 20: Thống kê giá trị các biến thành phần Năng lực phục vụ

	Diễn giải	N	Trung bình	Độ lệch chuẩn
NLPV1	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau rất đáng tin cậy.</i>	169	3.94	1.138
NLPV2	<i>Bạn cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.</i>	169	3.86	1.134
NLPV3	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn lịch sự, thân thiện với bạn.</i>	169	3.83	0.945
NLPV4	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có đủ kiến thức để trả lời câu hỏi của bạn.</i>	169	3.69	1.012
Năng Lực Phục Vụ (NLPV)			3.83	0.886
<i>Nguồn: Tổng hợp xử lý dữ liệu trên SPSS.</i>				

Theo kết quả nghiên cứu, thành phần Năng lực phục vụ có tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan, có hệ số Beta = 0.589.

Qua khảo sát tại đơn vị, điểm trung bình của thành phần Năng lực phục vụ tuy không là điểm trung bình thành phần cao nhất (là thành phần có điểm trung bình đánh giá cao thứ hai) nhưng cũng được khách hàng đánh giá ở mức cao, đạt 3.83 (nằm trong khoảng 3.41 - 4.20) (xem Bảng 4.19). Điều này cho thấy kết quả khảo sát phản ánh phù hợp thực tế. Bởi lẽ, đáp ứng yêu cầu cải cách hiện đại hóa trong toàn ngành đòi hỏi từng cán bộ hải quan phải theo kịp yêu cầu quản lý, không ngừng học tập trau dồi nghiệp vụ, tin học, ngoại ngữ ... từ đó mới có thể hoàn thành được công việc. Bên cạnh ý thức học tập của từng cá nhân cán bộ, hàng năm ngành Hải quan đều xây dựng kế hoạch, chương trình đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, cập nhật kiến thức, quy định mới của ngành; tổ chức học hỏi, chia sẻ kinh nghiệm công tác trong toàn ngành. Ngoài ra theo quy định trong ngành Hải quan, trong khoảng thời gian từ 3 đến 5 năm ở mỗi vị trí công tác phải có sự điều động luân chuyển cán bộ (không để cán bộ công tác mãi ở một vị trí, thực hiện mãi một công việc) để không xảy ra tình trạng lười mòn công việc dễ gây nhàm

chán, chủ quan, sai sót trong thực hiện nhiệm vụ và hơn nữa là đảm bảo được người cán bộ hải quan có thể làm tốt ở tất cả các khâu nghiệp vụ.

Biên quan sát **NLPV1** với câu hỏi “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau rất đáng tin cậy*” đạt điểm trung bình ở mức cao, đạt 3.94 (xem Bảng 4.20) và cao nhất so với các biên quan sát còn lại. Điều này nói lên rằng cán bộ Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau có kiến thức, am hiểu về dịch vụ cung cấp, tận tình, nhiệt huyết trong phục vụ khách hàng, có thể truyền cảm hứng niềm tin đến khách hàng (tạo được sự tin tưởng cho khách hàng) nên được khách hàng cho điểm đánh giá “rất đáng tin cậy”. Biên quan sát **NLPV4** với câu hỏi “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có đủ kiến thức để trả lời câu hỏi của bạn*” đạt điểm trung bình thấp nhất so với các biên quan sát còn lại (3.69). Điểm trung bình này tuy là thấp nhất nhưng so với khoảng điểm đánh giá quy ước ở trên thì vẫn nằm trong khoảng điểm trung bình cao (từ 3.41-4.20). Lý giải cho thực tế này, đôi khi trong hoạt động xuất, nhập khẩu của khách hàng gặp phải những vướng mắc về chính sách mặt hàng, phân loại áp mã hàng hóa, áp thuế cho hàng hóa, ... mà nhân viên Cục Hải quan không giải đáp ngay được, phải hẹn giải đáp vào một thời gian khác do chưa có đủ cơ sở pháp lý (do quy định của pháp luật; quản lý nhà nước giữa các Bộ chủ quản trong vài trường hợp đặc biệt còn chông chéo nhau dẫn đến gây tranh cãi cho phía Hải quan và khách hàng. Biên quan sát **NLPV2**, **NLPV3** với câu hỏi lần lượt “*Bạn cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.*”, “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn lịch sự, thân thiện với bạn.*” có điểm trung bình được khách hàng đánh giá tương đương nhau là 3.86 và 3.83 cũng thuộc khoảng mức điểm trung bình cao. Điều này có ý nghĩa thuyết phục hơn cho thực tế: Cục Hải quan Cà Mau đã tạo được niềm tin đối với khách hàng và nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau lịch sự thân thiện trong giao tiếp.

4.6.2. Thành phần Đồng cảm

Bảng 4. 21: Thống kê giá trị các biến thành phần Đồng cảm

	Diễn giải	N	Trung bình	Độ lệch chuẩn
DC2	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn.</i>	169	3.83	0.857
DC5	<i>Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thực hiện giờ làm việc thuận tiện cho tất cả khách hàng của mình.</i>	169	3.83	1.039
DC3	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau hiểu được nhu cầu cụ thể của bạn.</i>	169	3.82	0.911
DC1	<i>Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có chăm sóc, quan tâm đến cá nhân bạn.</i>	169	3.79	0.957
DC4	<i>Cục Hải quan tỉnh Cà Mau đặt lợi ích của khách hàng lên trên hết.</i>	169	3.78	1.010
Đồng Cảm (DC)			3.81	0.745

Nguồn: Tổng hợp xử lý dữ liệu trên SPSS.

Theo kết quả nghiên cứu, thành phần đồng cảm có tác động mạnh thứ hai đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan, có hệ số Beta bằng 0.352. Thực tế tại đơn vị, qua việc sử dụng dịch vụ được cung cấp bởi Cục Hải quan tỉnh Cà Mau, khách hàng đánh giá trung bình thành phần đồng cảm của đơn vị cũng ở cao, đạt mức 3.81 (chỉ xếp sau điểm trung bình đánh giá cho thành phần Năng lực phục vụ trình bày ở trên). Kết quả này là phù hợp với thực tế tại đơn vị.

Biến quan sát **DC2**, và **DC5** với câu hỏi lần lượt là “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn*” và “*Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thực hiện giờ làm việc thuận tiện cho tất cả khách hàng của mình*” nhận được đánh giá trung bình bằng nhau và cao nhất so với ba biến quan sát còn lại, đạt 3.83. Biến quan sát **DC3** với câu hỏi khảo sát “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau hiểu được nhu cầu cụ thể của bạn*” nhận được đánh giá trung bình từ khách hàng đứng thứ hai, đạt 3.82 (tương đương với mức đánh giá cao nhất là 3.83 được đánh giá cho biến quan sát DC2 và DC5). Hai mức đánh giá này đều nằm trong trong khoảng điểm đánh giá trung bình cao (từ 3.41-4.20) từ đó cho thấy chủ trương cải cách hiện đại hải quan ngành Hải quan thời gian qua đạt được kết quả đáng ghi nhận. Cục Hải quan tỉnh

Cà Mau góp phần thực hiện các chủ trương của ngành như: phấn đấu xếp hạng Hải quan Việt Nam trong khối Asean và trong khu vực, đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng 24/7, nghĩa là Hải quan đăng ký thủ tục hải quan cho doanh nghiệp 24 giờ trong ngày và 7 ngày trong tuần – tạo thuận lợi tối đa cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp không để doanh nghiệp mất cơ hội thời gian trong thương mại quốc tế và giảm thiểu chi phí do rút ngắn được thời gian thông quan hàng hóa. Bên cạnh đó cũng cần nói đến công tác xây dựng quan hệ đối tác-hợp tác Hải quan – Doanh nghiệp; quán triệt quan điểm chỉ đạo từ Bộ Tài chính xác định Hải quan là bạn đồng hành của Doanh nghiệp, Cục Hải quan tỉnh Cà Mau xây dựng kế hoạch phát triển quan hệ đối tác theo từng năm, có ký kết thỏa thuận quan hệ đối tác – hợp tác mới đối với những doanh nghiệp được xem là có uy tín trong thực hiện thủ tục khai báo hải quan, mức độ chấp hành tuân thủ pháp luật cao, ý kiến phản hồi từ phía doanh nghiệp đối tác-hợp tác được xem là tiếng nói đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp có cùng lĩnh vực hoạt động sản xuất kinh doanh; về phía Cục Hải quan tỉnh Cà Mau duy trì và phát triển quan hệ đối tác hợp tác, thường xuyên cập nhật – thông báo kịp thời, chi tiết đến cộng đồng doanh nghiệp là đối tác-hợp tác những quy định mới, quy định có sửa đổi bổ sung liên quan đến hoạt động xuất, nhập khẩu của doanh nghiệp cũng như gửi đến doanh nghiệp những chú ý đặc biệt, những lỗi mà doanh nghiệp thường vô ý mắc phải mà trong quá trình quản lý, cung cấp dịch vụ cơ quan hải quan tổng hợp thống kê được nhằm hạn chế thấp nhất và tạo thuận lợi nhiều nhất cho doanh nghiệp đối tác-hợp tác trong hoạt động xuất, nhập khẩu hàng hóa.

Biên quan sát **DC1** và **DC4** với câu hỏi khảo sát lần lượt là “*Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có chăm sóc, quan tâm đến cá nhân bạn*” và “*Cục Hải quan tỉnh Cà Mau đặt lợi ích của khách hàng lên trên hết*” đạt mức đánh giá trung bình là 3.79 và 3.78, tuy nhận được đánh giá trung bình thấp nhất trong 5 biên quan sát nhưng giá trị này cũng đạt trung bình của mức cao. Thực tế cho thấy Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thực hiện tương đối tốt trong việc quan tâm, hiểu và chia sẻ với doanh nghiệp những khó khăn trong đăng ký thủ tục hải quan và luôn đặt lợi ích khách hàng lên

trên hết. Tuy nhiên, Cục Hải quan tỉnh Cà Mau vẫn có thể phấn đấu quan tâm, hiểu và chia sẻ hơn nữa đối với khách hàng bởi thực tế điểm đánh giá chỉ ở trung bình của mức cao, còn có thể phấn đấu hơn nữa để đạt mức cao và rất cao.

4.6.3. Thành phần Đáp ứng

Bảng 4. 22: Thống kê giá trị các biến thành phần Đáp ứng

	Diễn giải	N	Trung bình	Độ lệch chuẩn
DU1	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cho bạn biết chính xác khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện.</i>	169	3.69	0.867
DU2	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cung cấp cho bạn dịch vụ nhanh chóng.</i>	169	3.36	0.953
DU4	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau không bao giờ quá bận rộn để đáp ứng các yêu cầu của bạn.</i>	169	3.33	0.956
DU3	<i>Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn sẵn lòng hỗ trợ bạn.</i>	169	3.18	1.050
Đáp ứng (DU)			3.39	0.782
<i>Nguồn: Tổng hợp xử lý dữ liệu trên SPSS.</i>				

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng thành phần Đáp ứng có tác động mạnh xếp thứ ba đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan, hệ số Beta bằng 0.142.

Qua thực tế khảo sát mẫu tại đơn vị, kết quả thống kê điểm trung bình của thành phần Đáp ứng ở Bảng 4.22 lại được khách hàng đánh giá trung bình đạt 3.39 là thấp nhất (xem Bảng 4.19) trong các thành phần chất lượng dịch vụ có tác động đến sự hài lòng của khách hàng và thấp hơn mức hài lòng chung có điểm đánh giá trung bình là 3.85. Điều này cho thấy cảm nhận của khách hàng về khả năng đáp ứng dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau là cán bộ hải quan chưa sẵn lòng hỗ trợ, giá trị đạt trung bình của mức cao, nếu được đơn vị quan tâm cải thiện thì mức điểm đánh giá trung bình cho biến quan sát này còn có thể tăng lên ở mức cao và rất cao.

Biến quan sát **DU1** với câu hỏi “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cho bạn biết chính xác khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện*” đạt điểm đánh giá trung bình 3.69 cao nhất trong số các biến quan sát, kết quả này cũng phù hợp với thực tế tại đơn vị bởi vì từ sau khi ngành Hải quan đi vào bước đầu của lộ trình cải cách hiện đại hóa Hải quan thì Luật Hải quan mới cũng được ban hành nhằm đáp ứng nhu cầu

thực tế, tại Điều 23 của Luật Hải quan năm 2014 có quy định cụ thể về thời hạn cơ quan hải quan làm thủ tục hải quan nên vấn đề thời gian đăng ký thủ tục hải quan (thực hiện dịch vụ) cho khách hàng được cán bộ hải quan thực hiện chính xác, đồng nhất tại Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau nói riêng và Hải quan trong cả nước nói chung.

Biến quan sát **DU3** với câu hỏi “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn sẵn lòng hỗ trợ bạn*” đạt điểm đánh giá trung bình 3.18 thấp nhất trong 4 biến quan sát. Lý giải cho điều này là do đặc điểm quản lý của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau đa số doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thủy, hải sản, loại hình xuất, nhập khẩu không đa dạng, đa phần chỉ thực hiện khai báo thủ tục hải quan cho một vài loại hình cùng với một vài mặt hàng trong một thời gian dài cùng với thời gian hoạt động của doanh nghiệp nên nắm vững các bước quy trình, quy định điều chỉnh cho hoạt động khai báo thủ tục hải quan nên doanh nghiệp dễ dàng thực hiện tốt mà không nhất thiết nhờ đến sự hỗ trợ, giúp đỡ của nhân viên hải quan chính vì vậy mà khách hàng không đánh giá cao biến quan sát này.

4.6.4. Thành phần Độ tin cậy

Bảng 4. 23: Thống kê giá trị các biến thành phần Độ tin cậy

	Diễn giải	N	Trung bình	Độ lệch chuẩn
DTC2	<i>Khi bạn gặp sự cố, Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thể hiện sự quan tâm thực sự trong việc giải quyết khó khăn của bạn.</i>	169	3.88	1.048
DTC1	<i>Khi Cục Hải quan tỉnh Cà Mau hứa hẹn sẽ làm điều gì đó vào một thời gian nhất định thì Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn thực hiện đúng điều đã hứa.</i>	169	3.85	1.102
DTC5	<i>Cục Hải quan tỉnh Cà Mau khẳng định cung cấp dịch vụ không có lỗi.</i>	169	3.80	0.949
DTC3	<i>Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thực hiện dịch vụ ngay lần đầu tiên.</i>	169	3.79	0.999
DTC4	<i>Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cung cấp dịch vụ theo thời gian đã hứa.</i>	169	3.73	1.009
Độ Tin Cậy (DTC)			3.81	0.834

Nguồn: Tổng hợp xử lý dữ liệu trên SPSS.

Theo nghiên cứu, thành phần Độ tin cậy có tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan xếp thứ tư trong số năm thành phần có tác động, với hệ số Beta bằng 0.104.

Qua khảo sát thực tế đơn vị, kết quả thống kê điểm trung bình của thành phần Độ tin cậy ở Bảng 4.23 được khách hàng đánh giá trung bình đạt 3.39 là thấp nhất trong các thành phần chất lượng dịch vụ có tác động đến sự hài lòng của khách hàng và thấp hơn mức hài lòng chung có điểm đánh giá trung bình là 3.85 (xem Bảng 4.19). Điều này cho thấy độ tin cậy của khách hàng đối với việc cung cấp dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau chưa được đánh giá cao bằng các thành phần khác. Đơn vị cần đảm bảo việc cung cấp dịch vụ đúng như cam kết nhằm góp phần nâng cao điểm đánh giá cho thành phần này.

Biên quan sát **DTC2**, **DTC1**, **DTC5** có câu hỏi khảo sát lần lượt là “*Khi bạn gặp sự cố, Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thể hiện sự quan tâm thực sự trong việc giải quyết khó khăn của bạn*”, “*Khi Cục Hải quan tỉnh Cà Mau hứa hẹn sẽ làm điều gì đó vào một thời gian nhất định thì Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn thực hiện đúng điều đã hứa*”, và “*Cục Hải quan tỉnh Cà Mau khẳng định cung cấp dịch vụ không có lỗi.*” có điểm trung bình đánh giá từ khách hàng là tương đương nhau và ở mức cao hơn so với hai biên quan sát còn lại, với điểm trung bình đánh giá lần lượt là 3.88, 3.85 và 3.80 thuộc mức điểm đánh giá cao. Kết quả này cho thấy thực tế dịch vụ cung cấp từ Cục Hải quan tỉnh Cà Mau không mắc lỗi, Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có quan tâm, chia sẻ khó khăn của khách hàng, và luôn thực hiện điều đã hứa.

Biên quan sát **DTC3** và **DTC4** có câu hỏi khảo sát lần lượt là “*Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thực hiện dịch vụ ngay lần đầu tiên*” và “*Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cung cấp dịch vụ theo thời gian đã hứa*” được khách hàng đánh giá với điểm trung bình tương đương nhau lần lượt là 3.79 và 3.76 là mức đánh giá thấp hơn so với ba biên quan sát trên. Lý giải cho điều này: Thực tế Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cam kết cung cấp dịch vụ theo thời gian đã hứa, thực hiện dịch vụ ngay lần đầu tiên nhưng với điều kiện là kể từ khi khách hàng xuất trình đầy đủ hồ sơ theo quy định. Trong một vài trường hợp đăng ký thủ tục hải quan cần phải kiểm tra chi tiết hồ sơ mà tại thời điểm đó khách hàng chưa thể xuất trình đầy đủ hồ sơ theo quy định nên cán bộ hải quan chưa thể đáp ứng ngay dịch vụ cho khách hàng được nên đứng ở góc độ khách hàng không xem xét rõ ngọn nguồn vấn đề sẽ không ủng hộ và không cho

điểm đánh giá tốt đối với hai biến quan sát này. Tuy nhiên, với điểm trung bình đánh giá đạt 3.79 và 3.76 cho hai biến quan sát DTC3 và DTC4 cũng thuộc mức điểm đánh giá cao.

4.6.5. Thành phần Phương tiện hữu hình

Bảng 4. 24: Thông kê giá trị các biến thành phần Phương tiện hữu hình

	Diễn giải	N	Trung bình	Độ lệch chuẩn
PTHH1	<i>Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có trang thiết bị hiện đại.</i>	169	4.09	0.826
PTHH2	<i>Trụ sở, văn phòng làm việc của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau sạch đẹp, thoáng mát.</i>	169	4.04	0.743
PTHH4	<i>Phương tiện làm việc tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau phù hợp với dịch vụ hải quan.</i>	169	3.98	0.841
PTHH3	<i>Trang phục của nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau gọn gàng, lịch sự.</i>	169	3.67	0.890
Phương Tiện Hữu Hình (PTHH)			3.95	0.707
<i>Nguồn: Tổng hợp xử lý dữ liệu trên SPSS.</i>				

Theo kết quả nghiên cứu, thành phần Phương tiện hữu hình có tác động yếu nhất trong năm thành phần có tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan, có hệ số Beta bằng 0.092.

Tuy nhiên qua khảo sát tại đơn vị, thành phần Phương tiện hữu hình lại được khách hàng đánh giá với điểm trung bình cao nhất so với các thành phần khác, với số điểm trung bình đánh giá hài lòng của khách hàng đạt 3.95. Mức đánh giá này được nằm trong khoảng trung bình khá của mức cao. Điều này cho thấy thành phần phương tiện hữu hình gồm trụ sở cơ quan; văn phòng, trang thiết bị, phương tiện làm việc và trang phục của nhân viên hải quan hiện nay là khá tốt và cũng phù hợp với thực tế tại đơn vị. Yêu cầu về điều kiện, trang thiết bị, phương tiện làm việc cho nhân viên, yêu cầu về diện tích, kết cấu trụ sở cơ quan, cũng như đầu tư trang thiết bị hiện đại như hệ thống giám sát trực tuyến, ... được ngành hải quan chú trọng để đáp ứng được yêu cầu quản lý hải quan hiện đại.

Biến quan sát **PTHH1**, và **PTHH2** có câu hỏi khảo sát lần lượt là “*Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có trang thiết bị hiện đại*” và “*Trụ sở, văn phòng làm việc của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau sạch đẹp, thoáng mát*” có điểm đánh giá trung bình từ

khách hàng tương đương nhau lần lượt là 4.09 và 4.04 là cao nhất trong bốn biến quan sát. Đánh giá này của khách hàng là phù hợp thực tế bởi vì được Bộ ngành quan tâm chú trọng đầu tư trang bị máy móc đáp ứng yêu cầu quản lý hải quan điện tử nên đứng ở vị trí khách hàng nhìn vào sẽ có đánh giá là phương tiện hữu hình/ cơ sở vật chất của cơ quan hải quan là ở mức tốt.

Biến quan sát **PTHH3** có câu hỏi khảo sát là “*Trang phục của nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau gọn gàng, lịch sự*” có điểm đánh giá trung bình từ khách hàng là 3.67, thấp nhất so với các biến quan sát khác. Thực tế trang phục của nhân viên hải quan là đồng phục trong toàn ngành; thiết kế trang phục hải quan được nghiên cứu, sáng tạo nên trên cơ sở tham khảo mẫu trang phục của Hải quan Thái Lan, Đức, Trung Quốc, Cuba; Chính phủ có ban hành Nghị định quy định về *trang phục hải quan, biểu tượng, cờ hiệu, cấp hiệu, phù hiệu, hải quan hiệu*. Chính vì vậy, khách hàng xem trang phục của nhân viên hải quan là chuẩn cho hình ảnh Hải quan Việt Nam, không phải bàn luận thêm nên không đánh giá cho biến quan sát này.

Tóm tắt Chương 4

Tóm lại, chương 4 tập trung trình bày tất cả kết quả mà bài nghiên cứu đạt được qua phân tích số liệu từ 169 mẫu khảo sát thu về hợp lệ. Kết quả bao gồm: kết quả kiểm định thang đo, kiểm định các giả thuyết và mô hình nghiên cứu. **Kiểm định thang đo** được thực hiện bằng các kiểm định hệ số Cronbach’s Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA. Kết quả không có biến quan sát nào bị loại, các biến đều đạt giá trị hội tụ và đạt giá trị phân biệt, thang đo được giữ nguyên. **Kiểm định mô hình** bằng cách phân tích hồi quy, qua phân tích cả năm giả thuyết: NLPV, DC, DU, DTC, và PTHH đều đạt độ tin cậy 95%, nên chấp nhận mô hình nghiên cứu đề xuất. Kiểm định sự khác biệt theo thông tin khách hàng, kết quả cho thấy: không có sự khác biệt trong đánh giá sự hài lòng của khách hàng theo nhóm loại hình công ty và ngược lại nhóm khách hàng theo số năm sử dụng dịch vụ có sự khác biệt, cụ thể hài lòng nhất là khách hàng thuộc nhóm từ 1 năm đến dưới 5 năm, nhóm trên 5 năm kém hài lòng hơn, và nhóm dưới 1 năm kém hài lòng nhất.

CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ CÁC HÀM Ý QUẢN LÝ

Từ các kết quả phân tích ở Chương 4, chương này tác giả sẽ đưa ra kết luận và những khuyến nghị nhằm nâng cao hơn nữa sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau, đồng thời rút ra những hạn chế trong nghiên cứu và đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo.

5.1. Kết luận

Xuất phát từ thực trạng, Cục Hải quan tỉnh Cà Mau phải thực hiện tốt yêu cầu cải cách hành chính Nhà nước đề ra; chú trọng đảm bảo dịch vụ cung cấp; mang đến sự hài lòng cho người dân, doanh nghiệp xuất, nhập khẩu trong quá trình sử dụng dịch vụ tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau. Cùng với việc cho đến nay vẫn chưa có nghiên cứu nào về các vấn đề thực trạng này tại đơn vị. Từ đó, đề tài ***“Sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau”*** được chọn cho nghiên cứu. Mục tiêu nghiên cứu là xác định các thành phần tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ hải quan của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau; đo lường mức tác động của các thành phần đó; và từ đó đưa ra hàm ý quản lý để nâng cao hơn nữa sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu trong sử dụng dịch vụ hải quan.

Qua nghiên cứu, mô hình nghiên cứu được đề xuất với năm thành phần (Phương tiện hữu hình, Độ tin cậy, Đáp ứng, Năng lực phục vụ, và Đồng cảm) có tác động đến sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ hải quan. Qua nghiên cứu định tính, đi vào nghiên cứu định lượng với 169 mẫu khảo sát thu về hợp lệ và đưa vào phân tích thông qua phần mềm SPSS 20.

Kết quả phân tích kiểm định thang đo đủ độ tin cậy, được sử dụng cho nghiên cứu với 26 biến quan sát như đã xây dựng ban đầu. Kết quả kiểm định mô hình và giả thuyết: Có mối tương quan tuyến tính giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc; năm giả thuyết được xây dựng ban đầu đều đạt độ tin cậy 95% - có thể giải thích được biến thiên của Sự hài lòng; mức độ phù hợp của mô hình là 76.9%, mô hình được chấp nhận cho nghiên cứu và phù hợp với tổng thể; cả năm thành phần

đều có tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau, mức độ sắp xếp các thành phần có tác động từ mạnh đến yếu như sau: "Năng lực phục vụ, Đồng cảm, Đáp ứng, Độ tin cậy, Phương tiện hữu hình. Kết quả kiểm định sự khác biệt theo thông tin khách hàng: không có sự khác biệt trong đánh giá sự hài lòng của khách hàng theo nhóm loại hình công ty và có sự khác biệt trong đánh giá của khách hàng theo số năm sử dụng dịch vụ, nhóm khách hàng sử dụng dịch vụ từ 1 năm đến dưới 5 năm đánh giá là hài lòng nhất.

Hàm ý quản lý cho Cục Hải quan tỉnh Cà Mau nhằm để nâng cao hơn nữa sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu được đưa ra trên cơ sở của kết quả phân tích và đánh giá của nghiên cứu.

5.2. Hàm ý quản lý

Nhận thấy để nâng cao hơn nữa sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại đơn vị thì Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau cần phải có giải pháp tác động nâng cao đánh giá của khách hàng cho từng thành phần có tác động đến sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu. Từ đó, tác giả đề xuất hàm ý quản lý đối với từng thành phần như sau:

5.2.1. Hàm ý quản lý đối với thành phần Năng lực phục vụ

Nghiên cứu chỉ ra Năng lực phục vụ có tác động mạnh nhất đến sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ hải quan, mức tác động (Beta) 0.589, qua thực tế khảo sát đánh giá hài lòng cho thành phần này trung bình đạt mức 3.83 trên thang điểm 5, tương đương mức độ hài lòng cho thành phần này là 76.6%. Đạt mức đánh giá này tuy không phải là thấp nhưng đơn vị cũng cần quan tâm duy trì và phát triển hơn nữa, cụ thể:

✓ Rà soát, thống kê trình độ chuyên môn của công chức trong toàn đơn vị để làm cơ sở lập kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng hợp lý; đảm bảo công chức trong toàn đơn vị thành thạo chuyên môn nghiệp vụ. Công chức hải quan cần được bồi dưỡng, nâng cao trình độ nghiệp vụ, có kiến thức về pháp luật hải quan, nắm vững thủ tục hành chính và các văn bản pháp luật liên quan chuyên ngành, tránh trường hợp

hướng dẫn nghiệp vụ sai. Các quy định pháp luật phải được đảm bảo áp dụng thực hiện thống nhất trong toàn ngành, tránh trường hợp mỗi chi cục hải quan lại hiểu và áp dụng một cách khác nhau.

✓ Chú trọng, lập kế hoạch bồi dưỡng nâng cao kiến thức chuyên môn cho toàn thể công chức của đơn vị. Cần thực hiện tốt công tác đào tạo kiến thức nghiệp vụ bằng nhiều hình thức như tập huấn, hội nghị, hội thảo, ... và có kiểm tra, đánh giá sau đào tạo; kết quả đánh giá được dùng để đánh giá năng lực, mức độ hoàn thành nhiệm vụ cho cán bộ hải quan. Các phần mềm tập huấn, đào tạo cần thực hiện linh hoạt, phong phú bằng nhiều hình thức và phương pháp thích hợp. Để có được kết quả đào tạo hiệu quả cần có đội ngũ chuyên gia giàu kinh nghiệm, nghiên cứu, kế thừa và phát triển những kiến thức giao lưu, học tập được từ các chuyên gia nước ngoài. Có kế hoạch bồi dưỡng, kiểm tra, đảm bảo trình độ ngoại ngữ, tin học cho công chức trong toàn đơn vị để có thể xem xét hồ sơ hải quan và thao tác nghiệp vụ chính xác, nhanh chóng, hiệu quả.

✓ Phối hợp với các đơn vị Hải quan khác có cùng đặc điểm địa bàn quản lý với đơn vị để tổ chức cho cán bộ của đơn vị giao lưu học tập, chia sẻ kinh nghiệm trong công tác, trong quản lý.

✓ Quan tâm, bồi dưỡng phát triển kỹ năng giao tiếp, tiếp xúc khách hàng cho toàn thể nhân viên của đơn vị.

✓ Định kỳ tổ chức các kỳ thi nghiệp vụ nhằm đánh giá lại năng lực của từng cán bộ trong đơn vị, tạo tinh thần tự giác trong việc học tập nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ đồng thời có kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng phù hợp cho mỗi đối tượng và ở từng vị trí công tác.

✓ Bồi dưỡng, nâng cao công tác chính trị tư tưởng cho công chức toàn đơn vị; các cấp lãnh đạo, công đoàn của đơn vị cần quan tâm sâu sát đến đời sống tinh thần và vật chất của công chức trong toàn đơn vị để kịp thời hỗ trợ, động viên đến những hoàn cảnh công chức gặp khó khăn tạo điều kiện cho công chức an tâm công tác.

✓ Bố trí, sắp xếp đối tượng cán bộ làm công tác nghiệp vụ phù hợp, lựa chọn bố trí những cán bộ hải quan có đủ phẩm chất, năng lực và kinh nghiệm công tác ở những vị trí nhạy cảm, yêu cầu và áp lực công việc lớn để đảm bảo hiệu quả công việc. Thực hiện quy định về điều động, luân chuyển vị trí công tác, luân phiên cán bộ phải dựa vào nhu cầu thực tế của vị trí công tác trên cơ sở vị trí việc làm, tuân theo nguyên tắc đúng người đúng việc, khách quan, dân chủ, tuân thủ thời gian quy định cho từng vị trí, chức danh công việc.

5.2.2. Hàm ý quản lý đối với thành phần Đồng cảm

Nghiên cứu chỉ ra Đồng cảm có tác động mạnh thứ hai (sau Năng lực phục vụ) đến sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ hải quan, mức tác động (Beta) bằng 0.352, qua thực tế khảo sát đánh giá mức hài lòng cho thành phần này trung bình đạt mức 3.81 trên thang điểm 5, tương đương mức độ hài lòng cho thành phần này là 76.2%. Đơn vị cũng cần quan tâm duy trì và phát triển hơn nữa với thành phần Đồng cảm này, cụ thể:

✓ Cần quán triệt tư tưởng, thay đổi nhận thức của cán bộ hải quan từ vị thế người quản lý sang vị thế của người phục vụ, xem doanh nghiệp là đối tác hợp tác, xác định tư tưởng hướng đến thỏa mãn mức cao nhất cho khách hàng.

✓ Tích cực tuyên truyền bằng nhiều hình thức đến khách hàng về các thủ tục hành chính hải quan, chế độ chính sách về hải quan và các lĩnh vực liên quan đến hoạt động xuất, nhập khẩu.

✓ Tăng cường quan hệ đối tác Hải quan-Doanh nghiệp. Phát huy tối đa hiệu quả làm việc của các Tổ tư vấn Hải quan – Doanh nghiệp theo chiều rộng lẫn chiều sâu qua các hoạt động tham vấn, hỗ trợ tạo điều kiện thuận lợi trong hoạt động xuất, nhập khẩu hàng hóa cho doanh nghiệp. Thường xuyên hỗ trợ cung cấp thông tin chế độ, chính sách thủ tục hải quan cho doanh nghiệp biết để thực hiện đúng quy định. Nâng cao chất lượng Hội nghị đối thoại Hải quan-Doanh nghiệp tổ chức hàng năm; Lắng nghe, tiếp thu ý kiến đóng góp của khách hàng, giải quyết thỏa đáng khó khăn, vướng mắc cho khách hàng. Công chức hải quan cần căn cứ vào tình hình xuất, nhập, ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh

ng nghiệp trong thực hiện khai báo thủ tục hải quan cũng như tháo gỡ khó khăn tạo điều kiện thúc đẩy doanh nghiệp phát triển, thúc đẩy kinh tế địa phương cũng như kinh tế nước nhà phát triển.

✓ Tăng cường công tác thanh tra kiểm tra nội bộ, kiểm tra việc thực hiện Quy tắc ứng xử, Tuyên ngôn phục vụ khách hàng nhằm phát hiện những sai sót, tiêu cực; kịp thời sửa chữa, uốn nắn cùng với sự cá thể hóa trách nhiệm cán bộ hải quan để xây dựng tổ chức chuyên nghiệp, trong sạch và vững mạnh.

5.2.3. Hàm ý quản lý đối với thành phần Đáp ứng

Nghiên cứu chỉ ra Đáp ứng có tác động mạnh thứ ba (sau Năng lực phục vụ và Đồng cảm) đến sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ hải quan, mức tác động (Beta) 0.142, qua thực tế khảo sát đánh giá hài lòng cho thành phần này trung bình đạt mức 3.39 trên thang điểm 5, tương đương mức độ hài lòng cho thành phần này là 67.8%. Đây là mức đánh giá trung bình, đơn vị cần quan tâm, nâng cao và phát triển khả năng đáp ứng dịch vụ của đơn vị hơn, cụ thể:

✓ Tiếp tục đẩy mạnh cuộc vận động “Học tập và làm theo tấm gương đạo đức Hồ Chí Minh” để rèn luyện phẩm chất chính trị, đạo đức nghề nghiệp, tinh thần phục vụ cho công chức trong toàn đơn vị.

✓ Quán triệt thực hiện tốt Tuyên ngôn phục vụ khách hàng nhằm cải cách thủ tục hành chính, cải cách lề lối làm việc của công chức hải quan, nâng cao trình độ chuyên môn, rèn luyện đạo đức tác phong người công chức. Qua triển khai thực hiện có cơ chế kiểm tra, giám sát, đánh giá kết quả để kịp thời xử lý những trường hợp công chức hải quan gây phiền hà, nhũng nhiễu khách hàng, không cung cấp hỗ trợ, giải quyết kịp thời các vướng mắc của khách hàng trong thực hiện thủ tục đăng ký tờ khai. Bố trí luân phiên cán bộ chịu trách nhiệm trực ban hướng dẫn, hỗ trợ doanh nghiệp trong thực hiện thủ tục đăng ký tờ khai.

✓ Công khai, minh bạch trong thực hiện thủ tục hải quan, đa dạng các hình thức cung cấp thông tin cho doanh nghiệp, đặc biệt là việc phối hợp với truyền thông tại địa bàn quản lý để nâng cao chất lượng công tác tuyên truyền quy trình thủ tục hải quan, văn bản pháp luật đến doanh nghiệp, không yêu cầu doanh nghiệp

cung cấp các giấy tờ ngoài quy định; đồng thời tiếp tục cải cách hành chính tạo thuận lợi cho khách hàng trong hoạt động xuất, nhập khẩu.

✓ Sẵn sàng đáp ứng các đơn khiếu nại, thắc mắc của khách hàng, luôn luôn ở trong tư thế lắng nghe và tư vấn cho khách hàng. Xử lý nghiêm những trường hợp cán bộ hải quan gây phiền hà, những nhiều khách hàng, không cung cấp hỗ trợ, giải quyết kịp thời các vướng mắc của khách hàng trong thực hiện các thủ tục hải quan.

5.2.4. Hàm ý quản lý đối với thành phần Độ tin cậy

Nghiên cứu chỉ ra Độ tin cậy có tác động đến sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ hải quan, mức tác động (Beta) 0.104, qua thực tế khảo sát đánh giá hài lòng cho thành phần này trung bình đạt mức 3.81 trên thang điểm 5, tương đương mức độ hài lòng cho thành phần này là 76.2%. Đơn vị cũng cần quan tâm duy trì và phát triển hơn nữa đối với thành phần Độ tin cậy này, cụ thể:

✓ Thường xuyên kiểm tra, giám sát nhân viên về việc thực hiện đúng cam kết của phục vụ ngành trong đăng ký thủ tục hải quan cho doanh nghiệp. Nghiêm túc phê bình trong toàn đơn vị nếu có nhân viên có sự chậm trễ phục vụ hoặc vi phạm cam kết của ngành.

✓ Phát huy tối đa hiệu quả làm việc của các Tổ giải đáp vướng mắc đảm bảo cán bộ hải quan sẵn sàng hỗ trợ, giải quyết kịp thời các vướng mắc của khách hàng trong thực hiện thủ tục đăng ký tờ khai. Xử lý nhanh chóng, chính xác những vướng mắc của khách hàng; kịp thời thông tin, hướng dẫn những quy định mới, quy định thay đổi cho khách hàng biết để thực hiện. Thiết lập và công khai số điện thoại đường dây nóng của Tổ giải đáp vướng mắc.

✓ Linh hoạt trong sắp xếp bố trí nhân viên hải quan làm việc trong các ngày nghỉ, ngày lễ đảm bảo cung cấp dịch vụ cho khách hàng đúng thời gian như đã cam kết.

5.2.5. Hàm ý quản lý đối với thành phần Phương tiện hữu hình

Nghiên cứu chỉ ra Phương tiện hữu hình có tác động yếu nhất đến sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ hải quan, mức tác động (Beta) 0.092, qua thực tế khảo sát đánh giá hài lòng cho thành phần này trung bình đạt mức 3.945 trên thang

điểm 5, tương đương mức độ hài lòng cho thành phần này là 78.9%. Đây là mức đánh giá hài lòng nhất của khách hàng trong tất cả các thành phần nhưng cũng chỉ đạt ở mức trung bình khá. Tuy là có mức tác động yếu nhất nhưng thành phần Phương tiện hữu hình cũng là thành phần có tác động đến sự hài lòng nên đơn vị cũng *cần quan tâm duy trì, cập nhật* đối với thành phần này bởi phương tiện hữu hình thì cũng hao mòn theo thời gian và phương tiện hữu hình cũng là công cụ, phương tiện trong thực hiện công việc.

✓ Đơn vị cần có kế hoạch nâng cấp, bảo trì, bảo dưỡng theo định kỳ hoặc trang bị mới các chủng loại máy chủ và máy trạm chính hãng theo thời gian, đáp ứng thao tác xử lý nghiệp vụ, đảm bảo cung cấp dịch vụ kịp thời đúng cam kết.

✓ Xây dựng thêm các chương trình, ứng dụng mới theo hướng đặc thù của đơn vị theo hướng dữ liệu tập trung, có tính sẵn sàng tích hợp với các chương trình khác của ngành Hải quan nhằm hỗ trợ tốt hơn nữa cho doanh nghiệp trong khai báo, đăng ký thủ tục hải quan.

✓ Chú trọng đào tạo và đào tạo chuyên sâu trình độ công nghệ thông tin cho công chức nghiệp vụ và công chức chuyên trách đảm bảo đáp ứng việc khai thác, sử dụng thành thạo Hệ thống thông quan điện tử; xử lý nhanh chóng các sự cố về công nghệ thông tin cho doanh nghiệp.

5.3. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Mặc dù đã cố gắng trong quá trình thực hiện nhưng nghiên cứu này cũng không tránh khỏi hạn chế nhất định. Một số hạn chế của đề tài và hướng cho những nghiên cứu tiếp theo như: Nghiên cứu chỉ đo lường tác động đến sự hài lòng với năm thành phần chất lượng dịch vụ được kế thừa từ mô hình SERVQUAL, có thể (23.1% khả năng) còn các thành phần khác tác động đến sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ mà các nghiên cứu tiếp theo nghiên cứu thực hiện đo lường với nhiều thành phần tác động hơn; Nghiên cứu chỉ thực hiện khảo sát với dịch vụ hải quan là thủ tục đăng ký tờ khai hải quan. Nên các nghiên cứu tiếp theo có thể thực hiện thêm nhiều loại dịch vụ hải quan khác như thủ tục cấp phép địa điểm kiểm tra hàng hóa; thủ tục hoàn thuế, không thu thuế; kiểm tra sau thông quan, ...

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu trong nước

- Bộ Tài chính, (2016). Thông tư 274/2016/TT-BTC ngày 14/11/2016 của Bộ Tài chính quy định mức thu, chế độ thu, nộp quản lý và sử dụng phí hải quan và lệ phí hàng hóa, phương tiện quá cảnh. *Hà Nội: 2016*. <http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class_id=1&mode=detail&document_id=188045>. [Ngày truy cập: 25/12/2018].
- Chính phủ, (2015). Nghị định số 08/2015/NĐ-CP ngày 21/01/2015 của Chính phủ quy định chi tiết và biện pháp thi hành Luật Hải quan về thủ tục hải quan, kiểm tra, giám sát, kiểm soát hải quan. *Hà Nội: 2015*. <http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class_id=1&page=1&mode=detail&document_id=178689>. [Ngày truy cập: 25/12/2018].
- Chính phủ, (2015). Quyết định số 65/QĐ-TTg ngày 17/12/2015 của Chính phủ quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Tổng cục Hải quan trực thuộc Bộ Tài chính. *Hà Nội: 2015*. <http://vanban.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/hethongvanban?class_id=2&page=1&mode=detail&document_id=192595>. [Ngày truy cập: 24/12/2018].
- Đảng Cộng Sản Việt Nam, (1995). Văn kiện Hội nghị Trung ương 8 khóa VII. *Hà Nội: Tháng 01/2015*. <<http://tulieuvankien.dangcongsan.vn/van-kien-tu-lieu-ve-dang/hoi-nghi-bch-trung-uong/khoa-vii/nghi-quyet-so-08-nqhntw-hoi-nghi-lan-thu-tam-bchtw-dang-khoa-vii-ve-tiep-tuc-xay-dung-va-hoan-thien-nha-nuoc-cong-hoa-1144>>. [Ngày truy cập: 26/12/2018].
- Huân, Đ.M. và cộng sự, (2016). Thực trạng và giải pháp đầu tư công, dịch vụ công ở Việt Nam. *Hà Nội: Khoa học kỹ thuật*.
- Mai, L.C. (2003). Cải cách dịch vụ công ở Việt Nam. *Hà Nội: Chính trị Quốc gia*.

- Ngọc Linh (2019), “Doanh nghiệp ngày càng hài lòng về thủ tục hải quan”, Thời báo Tài chính Việt Nam. <<http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/thue-voi-cuoc-song/2019-01-08/doanh-nghiep-ngay-cang-hai-long-ve-thu-tuc-hai-quan-66382.aspx>>. [Ngày truy cập: 27/3/2019]
- Nguyễn, T. H. N. (2018). Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ thuế tại Chi cục thuế huyện Ea H’Leo tỉnh Đắk Lắk (*Doctoral dissertation, Trường Đại học Kinh tế-ĐHĐN*).
- Nhật, H. B. (2015). Sự hài lòng của bệnh nhân nội trú đối với chất lượng dịch vụ khám chữa bệnh của các bệnh viện tại thành phố Long Xuyên.
- Phan, N.Đ. và cộng sự, (2010). Nâng cao chất lượng dịch vụ hành chính công ở thành phố Hà Nội đáp ứng yêu cầu hội nhập. *Hà Nội: Đại học Kinh tế quốc dân*.
- Phong, N. H., và Thúy, P. N. (2007). Servqual hay servpere-Một nghiên cứu so sánh trong ngành siêu thị bán lẻ Việt Nam. *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ, 10(8)*, 24-32.
- Quốc Hội, (2014). Luật Hải quan năm 2014. *Hà Nội: Tài chính*.
- Thành, C.V. (2007). Dịch vụ công đổi mới quản lý và tổ chức cung ứng ở Việt Nam hiện nay. *Hà Nội: Chính trị Quốc gia*.
- Thọ, N. Đ., và Trang, N. T. M. (2009). Nghiên cứu khoa học trong Quản trị Kinh doanh. *Hà Nội: Thống Kê*.
- Thọ, N.Đ. (2013). Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh. *Hà Nội: Tài chính*.
- Trọng, H., và Ngọc, C. N. M. (2008). Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS. *Hà Nội: Hồng Đức*.
- Vinh, N. H. (2016). Đánh giá sự hài lòng của doanh nghiệp sử dụng dịch vụ Hải quan tại Cục Hải quan Bình Định.

Tài liệu nước ngoài

- Abdolvand, M. A., & Taghipouryan, M. J. (2011). Evaluation of customs service quality by using fuzzy SERVQUAL and fuzzy MCDM. *American Journal of Scientific Research*, 35, 89-103.
- Ali, M. H., Ali, N. A., & Radam, A. (2010). Validating SERVPERF model in government agencies. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 6(1), 84.
- Bennett, P. D. (1995). AMA dictionary of marketing terms. *Lincolnwood, IL: NTC Publishing Group*.
- Brady, M. K., Cronin Jr, J. J., & Brand, R. R. (2002). Performance-only measurement of service quality: a replication and extension. *Journal of business research*, 55(1), 17-31.
- Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journal of marketing*, 30 (1), 8-32.
- Champitaz, R., & Swaen, V. (2004). The perceived quality as a determinant of customer satisfaction in business-to-business. *An Empirical Study in the Field of Telephony, Research and Application in Marketing*, 19, 2.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of marketing*, 58(1), 125-131.
- Cronin Jr, JJ, & Taylor, SA (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing*, 56 (3), 55-68.
- De Oliveira, O. J., & Ferreira, E. C. (2009, May). Adaptation and application of the SERVQUAL scale in higher education. In *Proceedings of POMS 20th Annual Conference Orlando, Florida USA*.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & William, C. (1998). Black (1998), *Multivariate data analysis*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis*. Uppersaddle River.

- Jochen, W. (2016). *Winning In Service Markets: Success Through People, Technology And Strategy*. World Scientific.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1999). Marketing principles. *Parsaian, Ali, Tehran, Adabestan Jahan e Nou publication* , 1389.
- Kotler, P., & Keller, KL (2006). Marketing management 12e. *Upper Saddle River, New*.
- Lee, H., Lee, Y., & Yoo, D. (2000). The determinants of perceived service quality and its relationship with satisfaction. *Journal of services marketing*, 14(3), 217-231.
- Mathieu-Colas, M. (1995). Représentation de la polysémie dans un dictionnaire électronique. In *Lexicomatique et dictionnaires*(pp. 317-325). AUPELF-UREF.
- Oliver, R. L., Rust, R. T., & Varki, S. (1997). Customer delight: foundations, findings, and managerial insight. *Journal of retailing*, 73(3), 311-336.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of retailing*, 67(4), 420-451.
- 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(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc. *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.
- Rao, C. P., & Kelkar, M. M. (1997). Relative impact of performance and importance ratings on measurement of service quality. *Journal of Professional Services Marketing*, 15(2), 69-86.
- Robinson, S. (1999). Measuring service quality: current thinking and future requirements. *Marketing Intelligence & Planning*, 17(1), 21-32.

- Rust, R. T., & Oliver, R. L. (1994). Service quality: insights and managerial implications from the frontier. *Service quality: New directions in theory and practice*, 1-19.
- Shemwell, D. J., Yavas, U., & Bilgin, Z. (1998). Customer-service provider relationships: an empirical test of a model of service quality, satisfaction and relationship-oriented outcomes. *International journal of service industry management*, 9(2), 155-168.
- Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). An assessment of the relationship between service quality and customer satisfaction in the formation of consumers' purchase intentions. *Journal of retailing*, 70(2), 163-178.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000). Services marketing—Integrating customer focus across the firm.. The McGraw Companies. *Inc.*, New York, NY.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1: DANH SÁCH THAM GIA THẢO LUẬN NHÓM

STT	Họ và Tên	Chức vụ	Đơn vị công tác
1	Nguyễn Minh Chiếm	Phó Cục trưởng	Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau
2	Cao Văn Miên	Chi cục trưởng	Chi cục Hải quan Hòa trung
3	Nguyễn Văn Be	Chi cục trưởng	Chi cục HQ cửa khẩu Cảng Năm Căn
4	Võ Thành Liêm	Trưởng phòng	Phòng Nghiệp vụ
5	Nguyễn Việt Dũng	Phó trưởng phòng	Phòng Nghiệp vụ
6	Trương Khắc Vũ	Đội trưởng	Chi cục Hải quan Hòa trung
7	Trương Thanh Minh	Đội trưởng	Chi cục HQ cửa khẩu Cảng Năm Căn
8	Hồ Thị Minh Triết	Đội trưởng	Chi cục Hải quan Hòa trung
9	Ngô Đức Mạnh	Cán bộ	Phòng nghiệp vụ
10	Trịnh Ngọc Thanh	Cán bộ	Phòng nghiệp vụ

PHỤ LỤC 2: DÀN BÀI THẢO LUẬN NHÓM

Xin chào các Anh/Chị. Tôi tên Châu Ngọc Nâu đang học lớp Cao học chuyên ngành Quản lý công tại trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh. Hiện nay tôi đang thực hiện đề tài tốt nghiệp nghiên cứu về ***“Sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau”***.

Trước tiên tôi xin chân thành cảm ơn các Anh/Chị đã có mặt và dành thời gian cho buổi thảo luận này. Sự tham gia của các Anh/chị trong buổi thảo luận này là hoàn toàn tự nguyện, không có bất kỳ sự tác động nào đối với việc trả lời và đóng góp ý kiến của các Anh/chị. Chính vì vậy, tôi rất mong nhận được sự tham gia tích cực và những ý kiến đóng góp thẳng thắn cho đề tài, những ý kiến đóng góp này chỉ sử dụng trong mục đích nghiên cứu khoa học và có ý nghĩa rất lớn đối với nghiên cứu của tôi nên tôi đảm bảo những thông tin này sẽ được giữ bí mật.

Tất cả những chia sẻ trung thực của các Anh/chị có ý nghĩa quan trọng góp phần cho kết quả nghiên cứu của đề tài này càng thêm thiết thực, chính xác. Một lần nữa, tôi xin chân thành cảm ơn tất cả các Anh/chị.

I. Phần giới thiệu vấn đề

Để những người tham gia thảo luận có cái nhìn tổng thể vấn đề, đầu tiên là phần giới thiệu khái quát mục tiêu đề tài cùng các khái niệm về: Sự hài lòng, Dịch vụ hải quan được đề cập trong nghiên cứu, Chất lượng dịch vụ, và các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ.

II. Phần thảo luận các thành phần mô hình và thang đo

Câu hỏi 1: Theo Anh/chị, những thành phần sau đây có ảnh hưởng đến sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ hải quan hay không: phương tiện hữu hình, độ tin cậy, đáp ứng, năng lực phục vụ, đồng cảm?

Câu hỏi 2: Ngoài những thành phần kể trên, Anh/chị có bổ sung thêm thành phần nào khác ảnh hưởng đến sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ Hải quan không?

Câu hỏi 3: Sau đây là một số phát biểu liên quan đến các thành phần, Anh/chị đồng ý với các phát biểu nào? Phát biểu nào cần điều chỉnh? Anh/chị cho biết rõ lý do cần điều chỉnh và nên điều chỉnh lại như thế nào? Anh/chị có bổ sung thêm phát biểu nào hay không?

Một là: Thành phần Phương tiện hữu hình

1. Cập nhật trang thiết bị.
2. Các cơ sở vật chất hấp dẫn, trực quan.
3. Trang phục của nhân viên sang trọng và xuất hiện gọn gàng.
4. Các cơ sở vật chất có vẻ phù hợp với loại dịch vụ cung cấp.

Hai là: Thành phần Độ tin cậy

1. Khi một việc gì đó được hứa hẹn vào một thời gian nhất định, đang làm việc đó.
2. Khi có vấn đề xảy ra sẽ được thông cảm và trấn an.
3. Tính phụ thuộc.
4. Cung cấp dịch vụ theo thời gian đã hứa.
5. Lưu giữ hồ sơ chính xác.

Ba là: Thành phần Đáp ứng

1. Thông báo chính xác cho khách hàng khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện.
2. Tiếp nhận dịch vụ nhanh chóng.
3. Nhân viên luôn sẵn lòng giúp đỡ khách hàng..
4. Nhân viên không quá bận rộn để đáp ứng kịp thời yêu cầu của khách hàng.

Bốn là: Thành phần Năng lực phục vụ

1. Nhân viên đáng tin cậy.
2. Cảm giác rằng bạn an toàn khi thực hiện giao dịch với nhân viên của công ty.
3. Nhân viên lịch sự.
4. Hỗ trợ đầy đủ từ công ty để nhân viên có thể làm tốt công việc của họ.

Năm là: Thành phần Đồng cảm

1. Sự chú ý cá nhân.

2. Nhân viên dành cho bạn sự quan tâm cá nhân.
3. Nhân viên biết nhu cầu của bạn là gì.
4. Một công ty đặt lợi ích của khách hàng lên trên hết.
5. Giờ hoạt động thuận tiện.

Sáu là: Thành phần Sự hài lòng

1. Cảm xúc của tôi đối với các dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có thể được mô tả tốt nhất là.
2. Nếu tôi cần dịch vụ, tôi tin rằng tôi sẽ hài lòng với dịch vụ Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.
3. Nhìn chung, trong việc mua dịch vụ, tôi tin rằng tôi sẽ hài lòng với dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.
4. Tôi tin rằng mua dịch vụ từ Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thường là một trải nghiệm thỏa mãn.

Xin chân thành cảm ơn các Anh/Chị đã tham gia buổi thảo luận hôm nay!

PHỤ LỤC 3: KẾT QUẢ THẢO LUẬN NHÓM

Hôm nay, vào lúc 16h00 ngày 07 tháng 11 năm 2018

Tại Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau – Số 103 Phan Ngọc Hiền, phường 5, Tp. Cà Mau.

Thành phần tham dự gồm có:

- Người thực hiện đề tài: Châu Ngọc Nâu
- Thành viên tham gia thảo luận: 10 người ([Phụ lục 1](#))

Cùng tiến hành thảo luận để đưa ra được mô hình và thang đo chính thức của nghiên cứu, đồng thời cũng hoàn chỉnh Phiếu khảo sát phục vụ nghiên cứu đề tài: *“Sự hài lòng của doanh nghiệp xuất, nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau”*.

Diễn biến buổi thảo luận như sau:

Người thực hiện đề tài trình bày khái quát mục tiêu đề tài cùng các khái niệm về: Sự hài lòng, Dịch vụ hải quan được đề cập trong nghiên cứu, Chất lượng dịch vụ, và các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ (Phương tiện hữu hình, Độ tin cậy, Đáp ứng, Năng lực phục vụ, Đồng cảm). Sau đó người thực hiện đưa ra các câu hỏi thảo luận gồm:

- Anh/chị vui lòng cho biết các phát biểu này có rõ ràng và dễ hiểu hay không?
- Nếu chưa hiểu thì cần điều chỉnh như thế nào cho từng phát biểu để phù hợp với tình hình thực tế tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau?
- Cần bổ sung những phát biểu nào? Anh/chị vui lòng cho biết lý do?
- Các nội dung về thông tin cá nhân theo Anh/chị đã đầy đủ chưa? Cần bổ sung thêm nội dung không?

Sau phần trình bày của tác giả, các Anh/chị tham dự thảo luận cho ý kiến về quan điểm của từng người. Nội dung thảo luận cụ thể:

1. Nhóm phát biểu cho thành phần Phương tiện hữu hình được kế thừa thang đo của Cronin và Taylor (1992)

* Ý kiến của Anh Nguyễn Minh Chiếm đề nghị sửa lại và thêm cụ thể là Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau vào các câu phát biểu cho cụ thể hơn, như sau:

→ “Cập nhật trang thiết bị” sửa lại thành “*Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau có trang thiết bị hiện đại*”.

→ “Các cơ sở vật chất hấp dẫn, trực quan” sửa lại thành “*Trụ sở, văn phòng làm việc của Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau sạch đẹp, thoáng mát*”.

→ “Trang phục của nhân viên sang trọng và xuất hiện gọn gàng” sửa lại thành “*Trang phục của nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau gọn gàng, lịch sự*”.

→ “Các cơ sở vật chất có vẻ phù hợp với loại hình dịch vụ cung cấp” sửa lại thành “*Phương tiện làm việc tại Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau phù hợp với dịch vụ hải quan*”.

Sau khi thảo luận, thang đo phương tiện hữu hình gồm bốn biến quan sát và được ký hiệu mã hóa như sau:

Ký hiệu mã hóa	Biến quan sát
PTHH1	<i>Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau có trang thiết bị hiện đại.</i>
PTHH2	<i>Trụ sở, văn phòng làm việc của Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau sạch đẹp, thoáng mát.</i>
PTHH3	<i>Trang phục của nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau gọn gàng, lịch sự.</i>
PTHH4	<i>Phương tiện làm việc tại Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau phù hợp với dịch vụ hải quan.</i>

2. Nhóm phát biểu cho thành phần Độ tin cậy được kế thừa thang đo của Cronin và Taylor (1992)

* Ý kiến của Anh Võ Thành Liêm đề nghị sửa lại cách diễn đạt trong các câu phát biểu cho rõ nghĩa hơn, cụ thể:

→ “Khi một việc gì đó được hứa hẹn vào một thời gian nhất định, đang làm việc đó” sửa lại thành “*Khi Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau hứa hẹn sẽ làm điều gì đó*”

vào một thời gian nhất định thì Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau luôn thực hiện đúng điều đã hứa”.

→ “Khi có vấn đề xảy ra sẽ được thông cảm và trấn an” sửa lại thành “*Khi bạn gặp sự cố, Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau thể hiện sự quan tâm thực sự trong việc giải quyết khó khăn của bạn*”.

* **Tiếp theo là ý kiến của Chi Hồ Thị Minh Triết** đề nghị sửa các phát biểu lại như sau:

→ “Tính phụ thuộc” sửa lại thành “*Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau thực hiện dịch vụ ngay lần đầu tiên*”.

→ “Cung cấp dịch vụ theo thời gian đã hứa” sửa lại thành “*Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau cung cấp dịch vụ theo thời gian đã hứa*”.

* **Anh Nguyễn Việt Dũng** đề nghị sửa câu phát biểu “Lưu giữ hồ sơ chính xác” sửa lại thành “*Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau khẳng định cung cấp dịch vụ không có lỗi*”.

Như vậy, sau khi thảo luận thang đo độ tin cậy gồm năm biến quan sát và được ký hiệu mã hóa như sau:

Ký hiệu mã hóa	Biến quan sát
DTC1	<i>Khi Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau hứa hẹn sẽ làm điều gì đó vào một thời gian nhất định thì Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau luôn thực hiện đúng điều đã hứa.</i>
DTC2	<i>Khi bạn gặp sự cố, Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau thể hiện sự quan tâm thực sự trong việc giải quyết khó khăn của bạn.</i>
DTC3	<i>Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau thực hiện dịch vụ ngay lần đầu tiên.</i>
DTC4	<i>Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau cung cấp dịch vụ theo thời gian đã hứa.</i>
DTC5	<i>Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau khẳng định cung cấp dịch vụ không có lỗi.</i>

3. Nhóm phát biểu cho thành phần Đáp ứng được kế thừa thang đo của Cronin và Taylor (1992)

*** Ý kiến Chi Trinh Ngọc Thanh** đề nghị viết lại các câu phát biểu cho rõ nghĩa và dễ hiểu như sau:

→ “Thông báo chính xác cho khách hàng khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau cho bạn biết chính xác khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện*”.

→ “Tiếp nhận dịch vụ nhanh chóng” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan tỉnh cung cấp cho bạn dịch vụ nhanh chóng*”.

*** Anh Trương Khúc Vũ** đề nghị sửa các phát biểu:

→ “Nhân viên luôn sẵn lòng giúp đỡ khách hàng” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau luôn sẵn lòng hỗ trợ bạn*”.

→ “Nhân viên không quá bận rộn để đáp ứng kịp thời yêu cầu của khách hàng” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau không bao giờ quá bận rộn để đáp ứng các yêu cầu của bạn*”.

Như vậy, sau khi thảo luận thang đo đáp ứng gồm bốn biến quan sát và được ký hiệu mã hóa như sau:

Ký hiệu mã hóa	Biến quan sát
DU1	<i>Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau cho bạn biết chính xác khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện.</i>
DU2	<i>Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau cung cấp cho bạn dịch vụ nhanh chóng.</i>
DU3	<i>Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau luôn sẵn lòng hỗ trợ bạn.</i>
DU4	<i>Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau không bao giờ quá bận rộn để đáp ứng các yêu cầu của bạn.</i>

4. Nhóm phát biểu cho thành phần Năng lực phục vụ được kế thừa thang đo của Cronin và Taylor (1992)

*** Ý kiến Anh Cao Văn Miên** đề nghị viết lại các phát biểu cho rõ nghĩa và phù hợp với đơn vị, như sau:

→ “Nhân viên đáng tin cậy” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau rất đáng tin cậy*”.

* **Ý kiến Anh Nguyễn Văn Be** đề nghị sửa câu phát biểu:

→ “Cảm giác rằng bạn an toàn khi thực hiện giao dịch với nhân viên của Công ty” sửa lại thành “*Bạn cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ tại Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau*”.

* **Anh Truong Thanh Minh** đồng quan điểm với các ý kiến trên, đề nghị viết lại câu phát biểu:

→ “Nhân viên lịch sự” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau luôn lịch sự, thân thiện với bạn*”.

→ “Hỗ trợ đầy đủ từ công ty để nhân viên có thể làm tốt công việc của họ” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau có đủ kiến thức để trả lời câu hỏi của bạn*”.

Như vậy, sau khi thảo luận thang đo năng lực phục vụ gồm bốn biến quan sát và được ký hiệu mã hóa như sau:

Ký hiệu mã hóa	Biến quan sát
NLPV1	<i>Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau rất đáng tin cậy.</i>
NLPV2	<i>Bạn cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ tại Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau.</i>
NLPV3	<i>Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau luôn lịch sự, thân thiện với bạn.</i>
NLPV4	<i>Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau có đủ kiến thức để trả lời câu hỏi của bạn.</i>

5. Nhóm phát biểu cho thành phần Đồng cảm được kế thừa thang đo của Cronin và Taylor (1992).

* **Ý kiến của Anh Ngô Đức Mạnh** đề nghị sửa các câu phát biểu cho phù hợp với thực tế Cục Hải quan Cà Mau, như sau:

→ “Sự chú ý cá nhân” sửa lại thành “*Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau có chăm sóc, quan tâm đến cá nhân bạn*”.

→ “Nhân viên dành cho bạn sự quan tâm cá nhân” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn*”.

* **Anh Cao Văn Miên** đề nghị sửa câu phát biểu cho rõ hơn như sau:

→ “Nhân viên biết nhu cầu của bạn là gì” sửa lại thành “*Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau hiểu được nhu cầu cụ thể của bạn*”.

→ “Một công ty đặt lợi ích của khách hàng lên trên hết” sửa lại thành “*Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau đặt lợi ích của khách hàng lên trên hết*”.

* **Ý kiến Chi Trinh Ngọc Thanh** đề nghị viết lại câu phát biểu cho cụ thể hơn như sau:

→ “Giờ hoạt động thuận tiện” sửa lại thành “*Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau thực hiện giờ làm việc thuận tiện cho tất cả khách hàng của mình*”.

Như vậy, sau khi thảo luận thang đo sự đồng cảm gồm năm biến quan sát và được ký hiệu mã hóa như sau:

Ký hiệu	Biến quan sát
DC1	<i>Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau có chăm sóc, quan tâm đến cá nhân bạn.</i>
DC2	<i>Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau thể hiện sự quan tâm đến cá nhân</i>
DC3	<i>Nhân viên Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau hiểu được nhu cầu cụ thể của bạn.</i>
DC4	<i>Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau đặt lợi ích của khách hàng lên trên hết.</i>
DC5	<i>Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau thực hiện giờ làm việc thuận tiện cho tất cả khách hàng của mình.</i>

6. Nhóm phát biểu cho Sự hài lòng được kế thừa thang đo của Cronin và Taylor (1992) và của Taylor và Baker 1994

* **Trong quá trình thảo luận, ý kiến Anh Trương Thanh Minh** đề nghị thêm từ vào câu phát biểu cho cụ thể hơn:

→ “Cảm xúc của tôi đối với các dịch vụ của Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau có thể được mô tả tốt nhất là” sửa lại thành “*Cảm xúc của tôi đối với chất lượng dịch vụ của Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau là hài lòng*”.

* **Ý kiến của Chi Hồ Thị Minh Triết** đề nghị thay đổi từ ở các câu phát biểu cho phù hợp với loại dịch vụ của đơn vị hơn:

→ “Nhìn chung, trong việc mua dịch vụ, tôi tin rằng tôi sẽ hài lòng với dịch vụ của Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau” sửa lại thành “*Nhìn chung, tôi hài lòng với dịch vụ của Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau*”.

→ “Tôi tin rằng dịch vụ mua hàng từ Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thường là một trải nghiệm thỏa mãn” sửa lại thành “*Tôi tin rằng sử dụng dịch vụ của Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau là một trải nghiệm thỏa mãn*”.

Như vậy, sau khi thảo luận thang đo sự hài lòng gồm bốn biến quan sát và được ký hiệu mã hóa như sau:

Ký hiệu mã hóa	Biến quan sát
SHL1	<i>Cảm xúc của tôi đối với chất lượng dịch vụ của Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau là hài lòng.</i>
SHL2	<i>Nếu tôi cần dịch vụ, tôi tin rằng tôi sẽ hài lòng với dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.</i>
SHL3	<i>Nhìn chung, tôi hài lòng với dịch vụ của Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau.</i>
SHL4	<i>Tôi tin rằng sử dụng dịch vụ của Cục Hải quan Tỉnh Cà Mau là một trải nghiệm thỏa mãn.</i>

7. Về thông tin cá nhân

Các thành viên tham gia thảo luận thống nhất với nội dung về thông tin cá nhân.

Người thực hiện đề tài ghi nhận các ý kiến đóng góp của các thành viên tham gia thảo luận và hoàn chỉnh Phiếu khảo sát.

Buổi thảo luận kết thúc vào lúc 17h00 cùng ngày./.

PHỤ LỤC 4: THỐNG KÊ MÔ TẢ

LOẠI HÌNH DN

		Tần số	Phần trăm	Phần trăm hợp lệ	Phần trăm tích lũy
Tiêu chí	CO PHAN	96	56.8	56.8	56.8
	TNHH	56	33.1	33.1	89.9
	LOAI KHAC	17	10.1	10.1	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

SO NAM SU DUNG DV

		Tần số	Phần trăm	Phần trăm hợp lệ	Phần trăm tích lũy
Tiêu chí	DUOI 1 NAM	18	10.7	10.7	10.7
	TU 1 NAM DEN DUOI 5 NAM	56	33.1	33.1	43.8
	TU 5 NAM TRO LEN	95	56.2	56.2	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

PHỤ LỤC 5: THANG ĐO GỐC

Thang đo gốc đo lường các thành phần chất lượng dịch vụ được kế thừa từ nghiên cứu của Cronin & Taylor (1992). Để đo lường sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ, tác giả kế thừa từ nghiên cứu của Taylor & Baker (1994). Bộ thang đo này sẽ được điều chỉnh cho phù hợp với tình hình thực tế tại đơn vị chọn nghiên cứu.

STT	Thang đo gốc	Tác giả
I	Tangibles	Cronin và Taylor (1992)
1	Up-to-date equipment. <i>(Cập nhật trang thiết bị)</i>	
2	Physical facilities that are visually appealing. <i>(Các cơ sở vật chất hấp dẫn, trực quan)</i>	
3	Employees that are well dressed and appear neat. <i>(Trang phục của nhân viên sang trọng và xuất hiện gọn gàng)</i>	
4	Physical facilities that appear to be in keeping with the type of service provided. <i>(Các cơ sở vật chất có vẻ phù hợp với loại dịch vụ cung cấp)</i>	
II	Reliability	
1	When something is promised by a certain time, doing it. <i>(Khi một việc gì đó được hứa hẹn vào một thời gian nhất định, đang làm việc đó)</i>	
2	When there is a problem, being sympathetic and reassuring. <i>(Khi có vấn đề xảy ra sẽ được thông cảm và trấn an)</i>	
3	Dependability. <i>(Tính phụ thuộc)</i>	
4	Providing service by the time promised. <i>(Cung cấp dịch vụ theo thời gian đã hứa)</i>	
5	Accurate record keeping. <i>(Lưu giữ hồ sơ chính xác)</i>	
III	Responsiveness	
1	Telling the customer exactly when the service will be performed. <i>(Thông báo chính xác cho khách hàng khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện)</i>	
2	Receiving prompt service. <i>(Tiếp nhận dịch vụ nhanh chóng)</i>	

3	Employees who are always willing to help customers. <i>(Nhân viên luôn sẵn lòng giúp đỡ khách hàng)</i>	
4	Employees who are not too busy to respond to customer request promptly. <i>(Nhân viên không quá bận rộn để đáp ứng kịp thời yêu cầu của khách hàng)</i>	
IV	Assurance	
1	Employees who are trustworthy. <i>(Nhân viên đáng tin cậy)</i>	
2	The feeling that you are safe when conducting transactions with the firm's employees. <i>(Cảm giác rằng bạn an toàn khi thực hiện giao dịch với nhân viên của công ty)</i>	
3	Employees who are polite. <i>(Nhân viên lịch sự)</i>	
4	Adequate support from the firm so employees can do their job well. <i>(Hỗ trợ đầy đủ từ công ty để nhân viên có thể làm tốt công việc của họ)</i>	
V	Empathy	
1	Individual attention. <i>(Sự chú ý cá nhân)</i>	
2	Employees who give you personal attention. <i>(Nhân viên dành cho bạn sự quan tâm cá nhân)</i>	
3	Employees who know what your needs are. <i>(Nhân viên biết nhu cầu của bạn là gì)</i>	
4	A firm which has your best interests at heart. <i>(Một công ty đặt lợi ích của khách hàng lên trên hết)</i>	
5	Convenient operating hours. <i>(Giờ hoạt động thuận tiện)</i>	
VI	Satisfaction	
1	My feelings towards XYZ's services can best be described as. <i>(Cảm xúc của tôi đối với các dịch vụ của XYZ có thể được mô tả tốt nhất là)</i>	Cronin và Taylor 1992

2	<p>If I needed services, I believe that I would be satisfied with XYZ's services.</p> <p><i>(Nếu tôi cần dịch vụ, tôi tin rằng tôi sẽ hài lòng với dịch vụ XYZ)</i></p>	<p>Taylor và Baker 1994</p>
3	<p>Overall, in purchasing services, I believe that I would be pleased with XYZ's services.</p> <p><i>(Nhìn chung, trong việc mua dịch vụ, tôi tin rằng tôi sẽ hài lòng với dịch vụ XYZ)</i></p>	
4	<p>I believe that purchasing services from XYZ is usually a satisfying experience.</p> <p><i>(Tôi tin rằng mua dịch vụ từ XYZ thường là một trải nghiệm thỏa mãn)</i></p>	

PHỤ LỤC 6: PHIẾU KHẢO SÁT

Mã số:

A. Phần giới thiệu:

Xin chào các Anh/Chị!

Hiện nay tôi đang thực hiện đề tài nghiên cứu về “*Sự hài lòng của doanh nghiệp xuất nhập khẩu đối với chất lượng dịch vụ hải quan tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau*”.

Xin chân thành cảm ơn Anh/chị đã dành thời gian để trả lời bảng câu hỏi nghiên cứu của tôi. Cũng xin lưu ý rằng không có câu trả lời đúng hay sai mà tất cả đều là thông tin hữu ích; những đóng góp này chỉ sử dụng trong mục đích nghiên cứu khoa học vì vậy tôi xin đảm bảo những thông tin này sẽ được giữ bí mật. Rất mong nhận được ý kiến trung thực của các Anh/Chị.

B. Nội dung khảo sát ý kiến về cảm nhận của khách hàng đã sử dụng qua dịch vụ hải quan tại Cục hải quan tỉnh Cà Mau:

Sau đây là một vài phát biểu, Anh/Chị vui lòng cho biết mức độ đồng ý của mình bằng cách khoanh tròn (O) vào lựa chọn của mình, mỗi câu hỏi chỉ có một lựa chọn với mức độ từ 1 đến 5, được quy ước như sau:

Mức 1: Rất không đồng ý. Mức 2: Không đồng ý. Mức 3: Trung lập.
Mức 4: Đồng ý. Mức 5: Rất đồng ý.

ST T	Các phát biểu	Ký hiệu	Mức độ đồng ý				
			Rất không đồng ý (1)	Không đồng ý (2)	Trung lập (3)	Đồng ý (4)	Rất đồng ý (5)
I	Phương tiện hữu hình						
1	Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có trang thiết bị hiện đại.	PTHH1	1	2	3	4	5

2	Trụ sở, văn phòng làm việc của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau sạch đẹp, thoáng mát.	PTHH2	1	2	3	4	5
3	Trang phục của nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau gọn gàng, lịch sự.	PTHH3	1	2	3	4	5
4	Phương tiện làm việc tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau phù hợp với dịch vụ hải quan.	PTHH4	1	2	3	4	5
II	Độ tin cậy						
1	Khi Cục Hải quan tỉnh Cà Mau hứa hẹn sẽ làm điều gì đó vào một thời gian nhất định thì Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn thực hiện đúng điều đã hứa.	DTC1	1	2	3	4	5
2	Khi bạn gặp sự cố, Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thể hiện sự quan tâm thực sự trong việc giải quyết khó khăn của bạn.	DTC2	1	2	3	4	5
3	Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thực hiện dịch vụ ngay lần đầu tiên.	DTC3	1	2	3	4	5
4	Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cung cấp dịch vụ theo thời gian đã hứa.	DTC4	1	2	3	4	5
5	Cục Hải quan tỉnh Cà Mau khẳng định cung cấp dịch vụ không có lỗi.	DTC5	1	2	3	4	5
III	Đáp ứng						
1	Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cho bạn biết chính xác khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện.	DU1	1	2	3	4	5
2	Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau cung cấp cho bạn dịch vụ nhanh chóng.	DU2	1	2	3	4	5
3	Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn sẵn lòng hỗ trợ bạn.	DU3	1	2	3	4	5
4	Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau không bao giờ quá bận rộn để đáp ứng các yêu cầu của	DU4	1	2	3	4	5

	bạn.						
IV	Năng lực phục vụ						
1	Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau rất đáng tin cậy.	NLPV1	1	2	3	4	5
2	Bạn cảm thấy an tâm khi sử dụng dịch vụ tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.	NLPV2	1	2	3	4	5
3	Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau luôn lịch sự, thân thiện với bạn.	NLPV3	1	2	3	4	5
4	Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có đủ kiến thức để trả lời câu hỏi của bạn.	NLPV4	1	2	3	4	5
V	Đồng cảm						
1	Cục Hải quan tỉnh Cà Mau có chăm sóc, quan tâm đến cá nhân bạn.	DC1	1	2	3	4	5
2	Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn.	DC2	1	2	3	4	5
3	Nhân viên Cục Hải quan tỉnh Cà Mau hiểu được nhu cầu cụ thể của bạn.	DC3	1	2	3	4	5
4	Cục Hải quan tỉnh Cà Mau đặt lợi ích của khách hàng lên trên hết.	DC4	1	2	3	4	5
5	Cục Hải quan tỉnh Cà Mau thực hiện giờ làm việc thuận tiện cho tất cả khách hàng của mình.	DC5	1	2	3	4	5
VI	Sự hài lòng						
1	Cảm xúc của tôi đối với chất lượng dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau là hài lòng.	SHL1	1	2	3	4	5
2	Nếu tôi cần dịch vụ, tôi tin rằng tôi sẽ hài lòng với dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.	SHL2	1	2	3	4	5

3	Nhìn chung, tôi hài lòng với dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau.	SHL3	1	2	3	4	5
4	Tôi tin rằng sử dụng dịch vụ của Cục Hải quan tỉnh Cà Mau là một trải nghiệm thỏa mãn.	SHL4	1	2	3	4	5

C. Thông tin Công ty:

Anh/Chị vui lòng cho biết thêm thông tin Công ty nơi quý anh/chị đang làm việc bằng cách đánh dấu (✓) vào thông tin phù hợp.

- I. Loại hình công ty: Công ty cổ phần Loại hình khác
 Công ty trách nhiệm hữu hạn

II. Số năm công ty sử dụng dịch vụ tại Cục Hải quan tỉnh Cà Mau:

- Dưới 1 năm Từ 5 năm trở lên
 Từ 1 năm đến dưới 5 năm

Xin chân thành cảm ơn Anh/Chị đã dành thời gian trả lời những câu hỏi này!

PHỤ LỤC 7: KẾT QUẢ XỬ LÝ DỮ LIỆU VỚI SPSS 20

Phụ lục 7.1: THỐNG KÊ MÔ TẢ

LOAI HINH DN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CO PHAN	96	56.8	56.8	56.8
	TNHH	56	33.1	33.1	89.9
	LOAI KHAC	17	10.1	10.1	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

SO NAM SU DUNG DV

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DUOI 1 NAM	18	10.7	10.7	10.7
	TU 1 NAM DEN DUOI 5 NAM	56	33.1	33.1	43.8
	TU 5 NAM TRO LEN	95	56.2	56.2	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

Phụ lục 7.2: KIỂM TRA ĐỘ TIN CẬY

Cronbach's Alpha thang đo Phương tiện hữu hình

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PTHH1	11.70	4.450	.823	.808
PTHH2	11.75	4.783	.820	.816
PTHH3	12.12	4.784	.622	.891
PTHH4	11.81	4.714	.705	.855

Cronbach's Alpha thang đo Độ tin cậy

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DTC1	15.20	11.078	.693	.850
DTC2	15.17	11.893	.607	.870
DTC3	15.25	11.215	.772	.830
DTC4	15.31	10.967	.807	.821
DTC5	15.25	12.212	.644	.861

Cronbach's Alpha thang đo Đáp ứng

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DU1	9.87	6.685	.523	.844
DU2	10.20	5.590	.729	.757
DU3	10.37	5.342	.688	.777
DU4	10.22	5.628	.715	.763

Cronbach Alpha thang đo Năng lực phục vụ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NLPV1	11.38	6.690	.779	.782
NLPV2	11.46	6.857	.745	.798
NLPV3	11.50	8.180	.646	.839
NLPV4	11.63	7.900	.640	.841

Cronbach Alpha thang đo Đồng cảm

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DC1	15.26	8.944	.701	.787
DC2	15.22	10.005	.578	.821
DC3	15.24	10.670	.399	.865
DC4	15.28	8.345	.772	.765
DC5	15.22	8.232	.765	.767

Cronbach Alpha thang đo Sự hài lòng

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SHL1	11.31	6.638	.679	.824
SHL2	11.56	5.893	.775	.782
SHL3	11.65	5.609	.786	.778
SHL4	11.63	7.734	.579	.863

Phụ lục 7.3: Phân tích nhân tố khám phá

*** Biến độc lập**

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.816
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2094.976
	df	231
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.876	26.708	26.708	5.876	26.708	26.708	3.519	15.997	15.997
2	3.282	14.918	41.626	3.282	14.918	41.626	3.044	13.837	29.835
3	2.684	12.202	53.827	2.684	12.202	53.827	2.998	13.628	43.463
4	1.783	8.105	61.933	1.783	8.105	61.933	2.985	13.570	57.033
5	1.686	7.664	69.596	1.686	7.664	69.596	2.764	12.563	69.596
6	.913	4.149	73.745						
7	.683	3.103	76.848						
8	.622	2.829	79.677						
9	.554	2.517	82.194						
10	.508	2.309	84.504						
11	.492	2.237	86.741						
12	.417	1.894	88.636						
13	.389	1.770	90.405						
14	.336	1.526	91.932						
15	.321	1.460	93.391						
16	.283	1.289	94.680						
17	.246	1.116	95.796						
18	.235	1.068	96.864						
19	.207	.941	97.806						
20	.181	.822	98.628						
21	.162	.737	99.365						
22	.140	.635	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
DTC4	.844				
DTC3	.830				
DTC1	.820				
DTC5	.765				
DTC2	.694				
DC4		.840			
DC5		.816			
DC1		.793			
DC2		.698			
DC3		.625			
PTHH1			.881		
PTHH2			.872		
PTHH3			.783		
PTHH4			.746		
NLPV1				.892	
NLPV2				.846	
NLPV4				.755	
NLPV3				.747	
DU4					.850
DU3					.843
DU2					.815
DU1					.616

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

*** Biến phụ thuộc**

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.759
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	341.808
	df	6
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.796	69.894	69.894	2.796	69.894	69.894
2	.608	15.191	85.085			
3	.417	10.421	95.505			
4	.180	4.495	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
SHL3	.889
SHL2	.882
SHL1	.823
SHL4	.742

Extraction Method:

Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Phụ lục 7.4: Tạo nhân tố đại diện

COMPUTE DTC=Mean(DTC1,DTC2,DTC3,DTC4,DTC5).

COMPUTE DC=Mean(DC1,DC2,DC3,DC4,DC5).

COMPUTE PTHH=Mean(PTHH1,PTHH2,PTHH3,PTHH4).

COMPUTE NLPV=Mean(NLPV1,NLPV2,NLPV3,NLPV4).

COMPUTE DU=Mean(DU1,DU2,DU3,DU4).

COMPUTE SHL=Mean(SHL1,SHL2,SHL3,SHL4).

Phụ lục 7.5: Kiểm định sự tương quan tuyến tính giữa các biến

Correlations

		SHL	DTC	DC	PTHH	NLPV	DU
SHL	Pearson Correlation	1	.354**	.595**	.300**	.754**	.415**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	169	169	169	169	169	169
DTC	Pearson Correlation	.354**	1	.090	.391**	.259**	.211**
	Sig. (2-tailed)	.000		.243	.000	.001	.006
	N	169	169	169	169	169	169
DC	Pearson Correlation	.595**	.090	1	.142	.291**	.343**
	Sig. (2-tailed)	.000	.243		.065	.000	.000
	N	169	169	169	169	169	169
PTHH	Pearson Correlation	.300**	.391**	.142	1	.123	.319**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.065		.112	.000
	N	169	169	169	169	169	169
NLPV	Pearson Correlation	.754**	.259**	.291**	.123	1	.173*
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.112		.025
	N	169	169	169	169	169	169
DU	Pearson Correlation	.415**	.211**	.343**	.319**	.173*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.000	.025	
	N	169	169	169	169	169	169

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Phụ lục 7.6: Phân tích hồi quy

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.881 ^a	.776	.769	.39767	1.674

a. Predictors: (Constant), DU, NLPV, DTC, DC, PTHH

b. Dependent Variable: SHL

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	89.418	5	17.884	113.085	.000 ^b
	Residual	25.777	163	.158		
	Total	115.195	168			

a. Dependent Variable: SHL

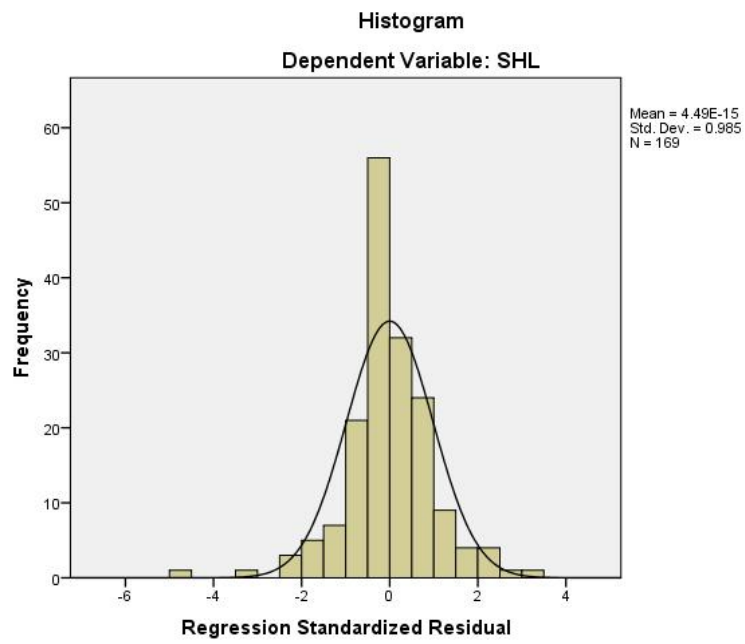
b. Predictors: (Constant), DU, NLPV, DTC, DC, PTHH

Coefficients^a

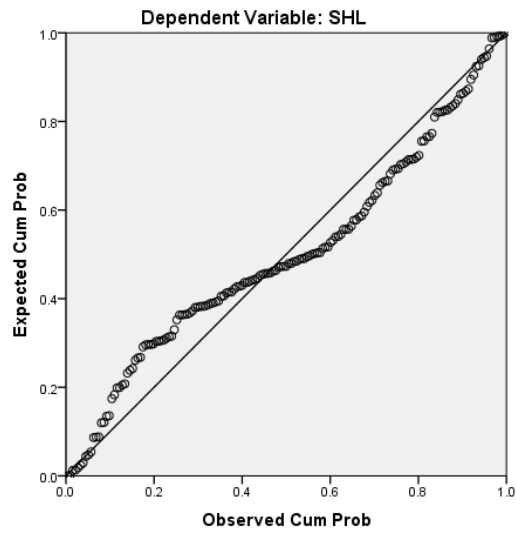
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.078	.243		-4.444	.000		
	DTC	.103	.041	.104	2.505	.013	.796	1.256
	DC	.392	.045	.352	8.632	.000	.825	1.213
	PTHH	.107	.049	.092	2.195	.030	.788	1.270
	NLPV	.550	.037	.589	14.726	.000	.859	1.164
	DU	.150	.044	.142	3.415	.001	.800	1.250

a. Dependent Variable: SHL

Biểu đồ Histogram

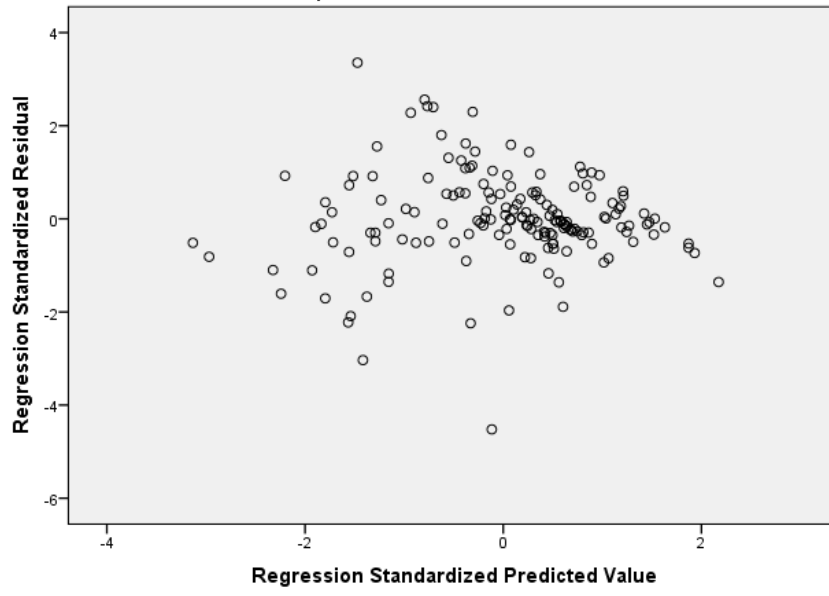


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: SHL



Phụ lục 7.7: Kiểm tra sự khác biệt

* **Loại hình DN**

Descriptives

SHL

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
CO PHAN	96	3.9468	.66179	.06754	3.8127	4.0809	1.36	4.96
TNHH	56	3.8546	.77710	.10384	3.6465	4.0627	1.82	5.00
LOAI KHAC	17	3.2542	1.44571	.35064	2.5109	3.9975	1.36	4.96
Total	169	3.8466	.82806	.06370	3.7208	3.9723	1.36	5.00

Test of Homogeneity of Variances

SHL

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
23.739	2	166	.000

ANOVA

SHL

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6.933	2	3.467	5.316	.006
Within Groups	108.262	166	.652		
Total	115.195	168			

Robust Tests of Equality of Means

SHL

	Statistic ^a	df1	df2	Sig.
Welch	1.996	2	38.324	.150

a. Asymptotically F distributed.

*** Số năm sử dụng**

Descriptives

SHL

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
DUOI 1 NAM	18	3.1448	1.08614	.25600	2.6047	3.6850	1.36	4.64
TU 1 NAM DEN DUOI 5 NAM	56	4.0772	.56546	.07556	3.9257	4.2286	2.39	5.00
TU 5 NAM TRO LEN	95	3.8436	.83610	.08578	3.6733	4.0139	1.57	4.96
Total	169	3.8466	.82806	.06370	3.7208	3.9723	1.36	5.00

Test of Homogeneity of Variances

SHL

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
9.259	2	166	.000

ANOVA

SHL

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	11.842	2	5.921	9.510	.000
Within Groups	103.353	166	.623		
Total	115.195	168			

Robust Tests of Equality of Means

SHL

	Statistic ^a	df1	df2	Sig.
Welch	6.994	2	43.734	.002

a. Asymptotically F distributed.

Phụ lục 7.8: Tính trung bình

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PTHH1	169	1	5	4.09	.826
PTHH2	169	1	5	4.04	.743
PTHH3	169	1	5	3.67	.890
PTHH4	169	1	5	3.98	.841
PTHH	169	1	5	3.95	.707
Valid N (listwise)	169				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DTC1	169	1	5	3.85	1.102
DTC2	169	1	5	3.88	1.048
DTC3	169	1	5	3.79	.999
DTC4	169	1	5	3.73	1.009
DTC5	169	1	5	3.80	.949
DTC	169	1	5	3.81	.834
Valid N (listwise)	169				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DU1	169	1	5	3.69	.867
DU2	169	1	5	3.36	.953
DU3	169	1	5	3.18	1.050
DU4	169	1	5	3.33	.956
DU	169	1	5	3.39	.782
Valid N (listwise)	169				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NLPV1	169	1	5	3.94	1.138
NLPV2	169	1	5	3.86	1.134
NLPV3	169	1	5	3.83	.945
NLPV4	169	1	5	3.69	1.012
NLPV	169	1	5	3.83	.886
Valid N (listwise)	169				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DC1	169	1	5	3.79	.957
DC2	169	1	5	3.83	.857
DC3	169	1	5	3.82	.911
DC4	169	1	5	3.78	1.010
DC5	169	1	5	3.83	1.039
DC	169	1	5	3.81	.745
Valid N (listwise)	169				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SHL1	169	1	5	4.08	.970
SHL2	169	1	5	3.82	1.054
SHL3	169	1	5	3.73	1.110
SHL4	169	1	5	3.75	.805
SHL	169	1	5	3.85	.828
Valid N (listwise)	169				