

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**



LUẬN VĂN THẠC SĨ

**NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH
LỰA CHỌN HÃNG TÀU CỦA CÁC CÔNG TY XUẤT
NHẬP KHẨU TRÊN ĐỊA BÀN TP. HỒ CHÍ MINH**

NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

NGUYỄN TRƯỜNG BẢO LỘC

Thành phố Hồ Chí Minh - năm 2021

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**

LUẬN VĂN THẠC SĨ

**NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH
LỰA CHỌN HÃNG TÀU CỦA CÁC CÔNG TY XUẤT
NHẬP KHẨU TRÊN ĐỊA BÀN TP. HỒ CHÍ MINH**

Ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 8340101

Họ và tên học viên: Nguyễn Trương Bảo Lộc

Người hướng dẫn khoa học: PGS, TS Nguyễn Thị Thu Hà

Thành phố Hồ Chí Minh - năm 2021

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu kết quả trong Khóa luận tốt nghiệp này là trung thực và chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu của tác giả nào khác.

Tác giả

(Ký và ghi rõ họ tên)

Nguyễn Trương Bảo Lộc

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành bài khóa luận văn tốt nghiệp này, không thể thiếu sự động viên và tận tình giúp đỡ của quý Thầy, Cô và các anh chị chuyên gia trong quá trình nghiên cứu.

Đầu tiên, tác giả xin gửi lời cảm ơn chân thành đến các thầy cô Trường Đại học Ngoại thương Cơ sở II đã truyền đạt các kiến thức, tạo điều kiện thuận lợi nhất trong suốt thời gian học tập tại trường. Đặc biệt, xin gửi lời cảm ơn chân thành đến cô PGS, TS Nguyễn Thị Thu Hà đã tận tình hướng dẫn trong suốt quá trình thực hiện nghiên cứu của tác giả.

Tiếp theo, tác giả xin gửi lời cảm ơn đến các chuyên gia đã đóng góp ý kiến khi tác giả thực hiện nghiên cứu định tính. Đây cũng là cơ sở để xây dựng thang đo cho mô hình nghiên cứu. Tác giả cũng gửi lời cảm ơn đến quý Anh, Chị đã tham gia thực hiện khảo sát giúp bài nghiên cứu có tính xác thực và ý nghĩa hơn.

Trong quá trình thực hiện luận văn tốt nghiệp, dù đã cố hết sức, song do còn hạn chế về thời gian cũng như kinh nghiệm nghiên cứu, bài nghiên cứu không tránh khỏi còn những thiếu sót nhất định, kính mong nhận được sự nhận xét ý kiến đóng góp từ phía quý Thầy Cô.

Tác giả xin chân thành cảm ơn.

Tác giả

Nguyễn Trương Bảo Lộc

MỤC LỤC

Lời cam đoan	
Lời cảm ơn	
Danh mục các chữ viết tắt	
Danh mục sơ đồ, hình, bảng,....	
Tóm tắt kết quả nghiên cứu	
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU.....	1
1.1. Tính cấp thiết của đề tài	1
1.1.1. Thực trạng các hãng tàu đang hoạt động trên địa bàn Tp Hồ Chí Minh ..	4
1.1.2 Chính sách vận tải biển quốc tế của Việt Nam.....	5
1.2. Tổng quan tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước.....	6
1.2.1. Tình hình nghiên cứu trong nước	6
1.2.2. Tình hình nghiên cứu nước ngoài.....	7
1.3. Mục đích nghiên cứu:	11
1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	12
1.4.1. Đối tượng nghiên cứu.....	12
1.4.2. Phạm vi nghiên cứu.....	12
1.5. Câu hỏi nghiên cứu	12
1.6. Phương pháp nghiên cứu.....	12
1.7. Tính mới, đóng góp và ý nghĩa của đề tài	13
1.7.1. Tính mới và đóng góp của đề tài	13
1.7.2. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài	13
1.8. Bố cục bài nghiên cứu.....	14
SƠ KẾT CHƯƠNG 1	14
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT.....	15
2.1. Lý thuyết về quyết định	15
2.1.1. Lý thuyết hành vi người tiêu dùng.....	15
2.1.2. Quá trình ra quyết định lựa chọn hãng tàu	16
2.2. Các mô hình nghiên cứu về hành vi của khách hàng doanh nghiệp.....	17
2.2.1. Mô hình lý thuyết hành vi hợp lý TRA (Theory of Reasoned Action – TRA)	17
2.2.2. Mô hình thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behaviour - TPB)	18

2.2.3. Mô hình khoảng cách chất lượng dịch vụ của Parasuraman và cộng sự 1985.....	20
2.2.4. Mô hình đánh giá dựa trên kết quả thực hiện của Cronin và Taylor (1992).....	21
2.3. Các nghiên cứu thực nghiệm liên quan đến đề tài	22
2.3.1 Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng trong ngành vận tải đường biển của tác giả Yuen, Kum Fai; Thai, Van Vinh (2015).....	22
2.3.2 Nghiên cứu phân tích các tiêu chí lựa chọn hãng vận chuyển trên thị trường vận tải biển Trung Quốc sử dụng quy trình phân tích phân cấp của tác giả Lixin Shen; K. Mathiyazhagan; Devika Kannan; Wang Ying (2015)	23
2.3.3 Các yếu tố quyết định việc lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ: cập nhật phương pháp khảo sát vào thế kỷ 21 của Tomi Solakivia và Lauri Ojala (2017)	24
2.3.4 Hành vi lựa chọn của người gửi hàng khi lựa chọn phương thức vận tải: tập trung nghiên cứu tại khu vực Đông Nam Á của Chia-Hsun CHANG và Vinh V. THAI (2017)	25
2.3.5 Nghiên cứu các đặc điểm của ngành vận tải bằng container ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng của tác giả Enna HIRATA (2018)	26
2.4. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu đề xuất.....	28
2.4.1 Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	28
2.4.2. Giả thuyết nghiên cứu	30
SƠ KẾT CHƯƠNG 2	34
CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	35
3.1. Quy trình nghiên cứu.....	35
3.2 Phương pháp nghiên cứu.....	36
3.2.1. Nghiên cứu định tính.....	36
3.2.2. Nghiên cứu định lượng.....	37
3.3 Diễn đạt và mã hóa thang đo.....	37
3.3.1. Xây dựng thang đo:.....	37
3.3.2. Thiết kế bảng hỏi	41
3.3.3. Mô tả dữ liệu nghiên cứu	42
3.4. Phương pháp phân tích dữ liệu thống kê.....	43

3.4.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha	43
3.4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA	44
3.4.3. Phân tích tương quan – hồi quy	45
3.4.4. Kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm thống kê	46
3.5. Phương trình hồi quy tuyến tính dự kiến	47
SƠ KẾT CHƯƠNG 3	47
CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN	49
4.1 Thống kê mô tả	49
4.1.1 Thống kê mô tả mẫu khảo sát	49
4.1.2. Thông kê mô tả các biến nghiên cứu.	52
4.2 Đánh giá độ tin cậy của thang đo	54
4.2.1. Đánh giá thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha	54
4.2.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA	59
4.3 Phân tích tương quan và hồi quy	63
4.3.1. Phân tích tương quan	63
4.3.2 Phân tích hồi quy	64
4.4 Kiểm định sự khác biệt giữa các tổng thể	70
4.4.1. Kiểm định quyết định lựa chọn hãng tàu theo thời gian hoạt động của công ty	70
4.4.2. Kiểm định quyết định lựa chọn hãng tàu theo phương thức thuê tàu	71
4.4.3. Kiểm định quyết định lựa chọn hãng tàu theo sản lượng hàng hóa	72
4.4.4. Kiểm định quyết định lựa chọn hãng tàu theo vị trí công tác	73
4.4.5. Kiểm định quyết định lựa chọn hãng tàu theo loại hàng hóa	74
SƠ KẾT CHƯƠNG 4	74
CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	76
5.1 Kết luận về kết quả nghiên cứu	76
5.1.1. Nhân tố Môi quan hệ với hãng tàu	77
5.1.2. Nhân tố Chất lượng dịch vụ	78
5.1.3. Nhân tố Mức độ đáp ứng	78
5.1.4. Nhân tố chi phí dịch vụ	79
5.1.5. Nhân tố Mức độ an toàn	80

5.2 Một số đề xuất dành cho các công ty dịch vụ vận tải nhằm đáp ứng hành vi lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.	81
5.2.1. Mối quan hệ với hãng tàu.....	81
5.2.2. Chất lượng dịch vụ.....	82
5.2.3. Mức độ đáp ứng.....	83
5.2.4. Chi phí dịch vụ.....	84
5.2.5. Mức độ an toàn.....	85
5.3 Hạn chế với nghiên cứu và đề xuất nghiên cứu trong tương lai.....	86
5.3.1. Hạn chế của nghiên cứu.....	86
5.3.2. Đề xuất hướng nghiên cứu mới.....	87
SƠ KẾT CHƯƠNG 5.....	87
KẾT LUẬN.....	89
PHỤ LỤC.....	94

DANH MỤC VIẾT TẮT

Viết tắt	Tiếng Anh	Tiếng Việt
ANOVA	Analysis of Variance	Phân tích phương sai
COS	Cost of service	Chi phí dịch vụ
QS	Quality of service	Chất lượng dịch vụ
DC	Decision	Quyết định
EFA	Exploratory Factor Analysis	Phân tích nhân tố khám phá
EU	European Union	Liên minh châu Âu
EVFTA	European Union Vietnam Free Trade Agreement	Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam-EU
KMO	Kaiser Mayer Olkin	Chỉ số Kaiser Mayer Olkin
RL	Relation	Mối quan hệ với hãng tàu
RS	Responsiveness	Mức độ đáp ứng
Sig.	Observed significance level	Mức ý nghĩa quan sát
SF	Safe	Mức độ an toàn
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences	Phần mềm thống kê cho khoa học xã hội
VIF	Variance inflation factor	Hệ số nhân tố phóng đại phương sai

DANH MỤC BẢNG, BIỂU ĐỒ

Số	Tên bảng, biểu đồ	Trang
Hình 1.1.	Tỷ phần top 10 hãng tàu lớn trên thế giới	2
Hình 2.1.	Hành vi người tiêu dùng	15
Hình 2.2.	Mô hình thuyết hành động hợp lí (TRA)	18
Hình 2.3.	Mô hình thuyết hành vi dự định (TPB)	19
Hình 2.4.	Mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman	21
Hình 2.5.	Mô hình chất lượng dịch vụ của Cronin và Taylor 1992	22
Hình 2.6.	Mô hình nghiên cứu của Yuen, Kum Fai; Thai, Van Vinh (2015)	23
Hình 2.7.	Mô hình nghiên cứu của Lixian Shen; K. Mathiyazhagan; Devika Kannan; Wang Ying (2015)	24
Hình 2.8.	Mô hình nghiên cứu của Tomi Solakivia và Lauri Ojala (2017)	25
Hình 2.9	Mô hình nghiên cứu của Chia-Hsun CHANG và Vinh V. THAI (2017)	26
Hình 2.10	Mô hình nghiên cứu của Enna HIRATA (2018)	27
Hình 2.11	Mô hình nghiên cứu đề xuất	29
Hình 3.1.	Quy trình nghiên cứu	36
Hình 3.2.	Xây dựng thang đo	38
Hình 3.3.	Quy trình kiểm định bằng phương pháp ANOVA	46
Hình 4.1.	Phân phối mẫu theo loại hàng hóa	50
Hình 4.2.	Phân phối mẫu theo phương thức thuê tàu	50
Hình 4.3.	Phân phối mẫu theo vị trí công tác	51
Hình 4.4	Phân phối mẫu theo thời gian hoạt động	51
Hình 4.5	Phân phối mẫu theo sản lượng	52
Hình 4.6.	Biểu đồ tần số của phân dư chuẩn hóa	67
Bảng 1.1	Bảng thống kê kim ngạch xuất nhập khẩu và tốc độ tăng trưởng GDP	68
Bảng 2.1	Bảng tổng hợp các mô hình nghiên cứu	69
Bảng 2.2	Bảng tổng hợp các giả thuyết nghiên cứu của mô hình mà tác giả đề xuất	1
Bảng 3.1	Thang đo chi phí dịch vụ	27
Bảng 3.2	Thang đo chất lượng dịch vụ	33
Bảng 3.3	Thang đo mức độ đáp ứng	39
Bảng 3.4	Thang đo mức độ an toàn	39
Bảng 3.5	Thang đo mối liên hệ với hãng tàu	40

Số	Tên bảng, biểu đồ	Trang
Bảng 3.6	Thang đo biến phụ thuộc	40
Bảng 4.1	Bảng thống kê mô tả mẫu khảo sát	41
Bảng 4.2	Bảng thống kê mô tả biến nghiên cứu	41
Bảng 4.3	Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha của biến chi phí dịch vụ	49
Bảng 4.4	Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha của biến chất lượng dịch vụ	52
Bảng 4.5	Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha của biến mức độ đáp ứng	55
Bảng 4.6	Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha của biến mức độ an toàn	56
Bảng 4.7.	Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha của biến mối quan hệ với hãng tàu	56
Bảng 4.8.	Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha của biến phụ thuộc	57
Bảng 4.9.	Kết quả kiểm định KMO và Barlett các biến độc lập	57
Bảng 4.10.	Kết quả phân tích nhân tố khám phá	58
Bảng 4.11.	Các biến độc lập trong mô hình hồi quy	60
Bảng 4.12.	Kiểm định KMO và Barlett thang đo quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu	60
Bảng 4.13.	Kết quả phân tích nhân tố - Thang đo quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu	62
Bảng 4.14.	Kết quả phân tích tương quan Pearson	62
Bảng 4.1.	Thống kê phân tích các hệ số hồi quy	63
Bảng 4.16.	Mức độ giải thích của mô hình	63
Bảng 4.17.	Mức độ phù hợp của mô hình: Phân tích phương sai ANOVA	65
Bảng 4.18.	Tổng hợp kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu	66
Bảng 4.19.	Kết quả kiểm định Levene về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các nhóm thời gian hoạt động	66
Bảng 4.20.	Kết quả kiểm định One – way ANOVA khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các nhóm thời gian hoạt động	69
Bảng 4.21.	Kết quả kiểm định Levene về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các nhóm phương thức thuê tàu	70

Số	Tên bảng, biểu đồ	Trang
Bảng 4.22.	Kết quả kiểm định One – way ANOVA về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các nhóm phương thức thuê tàu	71
Bảng 4.23.	Kết quả kiểm định Levene về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các mức sản lượng hàng hóa hàng tháng	71
Bảng 4.24.	Kết quả kiểm định One – way ANOVA về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các mức sản lượng hàng hóa hàng tháng	72
Bảng 4.25.	Kết quả kiểm định Levene về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các nhóm vị trí công tác	72
Bảng 4.26.	Kết quả kiểm định One – way ANOVA về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các nhóm vị trí công tác	72
Bảng 4.27.	Kết quả kiểm định Levene về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các nhóm loại hàng hóa	73
Bảng 4.28.	Kết quả kiểm định One – way ANOVA về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các nhóm loại hàng hóa	73
Bảng 5.1.	Bảng hệ số Bê-ta chuẩn hóa của các biến độc lập	74
Bảng 5.2.	Bảng thống kê mô tả biến mối quan hệ với khách hàng	74
Bảng 5.3.	Bảng thống kê mô tả biến chất lượng dịch vụ	77
Bảng 5.4.	Bảng thống kê mô tả biến mức độ đáp ứng	77
Bảng 5.5.	Bảng thống kê mô tả biến chi phí dịch vụ	78
Bảng 5.6.	Bảng thống kê mô tả biến mức độ an toàn	79

TÓM TẮT KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Hiện nay, ngành xuất nhập khẩu ngày càng phát triển và đóng góp không nhỏ cho nền kinh tế. Nếu xuất khẩu góp phần làm tăng giá trị hàng hóa, nâng cao tay nghề của người lao động và còn kéo theo đó là sự phát triển các ngành liên quan thì hoạt động nhập khẩu giúp cải thiện đời sống người dân, gián tiếp tạo ra sự cạnh tranh cho các ngành sản xuất trong nước.

Hơn 80% hàng hóa trong thương mại quốc tế được vận chuyển bằng đường biển do khả năng vận chuyển lớn, phạm vi vận chuyển rộng và chi phí thấp. Những đặc điểm đó đã giúp ngành vận tải biển trở thành ngành kinh doanh dịch vụ đầy tiềm năng. Năm 2020 đã chứng kiến nhiều sự kiện ảnh hưởng đến kinh tế trong đó có đại dịch COVID. Nếu các công ty xuất khẩu bằng đường tiêu ngạch bị ảnh hưởng do việc đóng cửa biên giới thì các công ty xuất khẩu theo đường chính ngạch, đa dạng thị trường thì tương đối ít bị ảnh hưởng.

Với những chính sách hỗ trợ của nhà nước, nhiều nhà cung cấp dịch vụ vận tải biển đã xuất hiện, giúp cho khách hàng có nhiều sự lựa chọn trong việc ra quyết định lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ vận tải cho lô hàng của mình. Nghiên cứu này được tiến hành khảo sát đối với các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh trong giai đoạn từ tháng 1/2021 đến tháng 3/2021 để tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu và từ đó xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến quyết định lựa chọn của khách hàng.

Kết quả đã chỉ ra được 5 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn của khách hàng theo mức độ ảnh hưởng là mối quan hệ với hãng tàu, chất lượng dịch vụ, mức độ đáp ứng, chi phí dịch vụ và mức độ an toàn.

Từ những kết quả thu thập được từ quá trình điều tra, khảo sát, tác giả đã đề xuất một số ý kiến nhằm giúp các hãng vận chuyển có thêm ý tưởng trong xây dựng kế hoạch kinh doanh, từ đó giữ chân khách hàng, mở rộng thị trường và giúp ngành xuất nhập khẩu phát triển hơn.

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU

1.1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngành vận tải biển được phân loại là một ngành dịch vụ, trong đó nhu cầu được bắt nguồn từ thương mại (Branch and Stopford, 2013). Đặc trưng của ngành là việc quốc tế hóa cao và phân chia thành tàu chuyên/ tàu rời (Talley, 2011.) Trong thương mại quốc tế, gần 80% hàng hóa được vận chuyển bằng đường biển do đặc thù của ngành như sức vận tải lớn, phạm vi vận tải rộng và chi phí vận chuyển thấp. Những điểm đó đã giúp ngành vận tải biển trở thành ngành kinh doanh dịch vụ tiềm năng.

Việt Nam có địa hình thuận lợi về đường biển như có bờ biển dài 3.260 km, vùng nội thủy và lãnh hải rộng 226.000km², vùng biển đặc quyền kinh tế rộng hơn 1 triệu km², tạo nên 12 vịnh, đầm phá với tổng diện tích 1.160km² được che chắn tốt đã góp phần giúp việc trú đậu tàu thuyền trở nên dễ dàng. Trong những năm gần đây, ngành kinh doanh vận tải biển ngày càng phát triển và vươn xa, đóng góp không nhỏ cho nền kinh tế, từ năm 2007 - 2017, lượng hàng container qua cảng biển Việt Nam tăng ổn định, với tốc độ tăng khoảng 20%/năm (37.193.877 tấn vào năm 2007 và 127.775.246 tấn năm 2017).

Theo thống kê của tổng cục thống kê năm 2019, kim ngạch hàng xuất nhập khẩu phát triển cùng chiều với tốc độ tăng trưởng kinh tế của cả nước. Từ năm 2011 đến năm 2019, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu tăng từ 203.655,5 triệu đô la Mỹ lên đến 517.545,2 triệu đô la Mỹ, cùng với đó, tốc độ tăng trưởng GDP trong giai đoạn từ năm 2011 đến năm 2019 cũng tăng từ 6,24% lên 7,02%

Bảng 1.1 Thống kê kim ngạch xuất nhập khẩu và tốc độ tăng trưởng GDP

(đơn vị: Triệu đô la Mỹ)

Năm	Tổng số	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Tốc độ tăng GDP
2011	203.655,5	96.905,7	106.749,8	6,24%
2012	228.309,6	114.529,2	113.780,4	5,25%
2013	264.065,5	132.032,9	132.032,6	5,42%
2014	298.066,2	150.217,1	147.849,1	5,98%
2015	327.792,6	162.016,7	165.775,9	6,68%

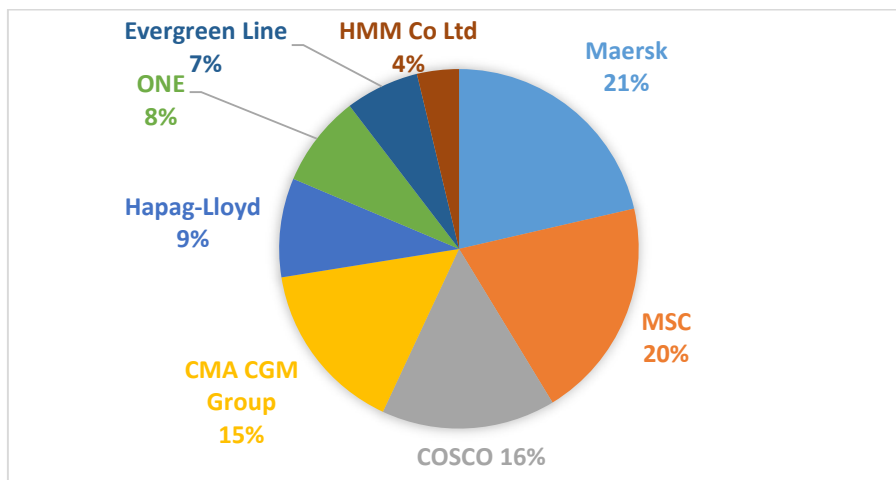
Năm	Tổng số	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Tốc độ tăng GDP
2016	351.559,2	176.580,8	174.978,4	6,21%
2017	428.333,9	215.118,6	213.215,3	6,81%
2018	480.938,4	243.696,8	237.241,6	7,08%
2019	517.545,2	264.189,4	253.355,8	7,02%

Nguồn: Niên giám thống kê 2019

Có thể thấy, hoạt động xuất nhập khẩu đóng vai trò quan trọng trong quá trình phát triển kinh tế của nước ta. Nếu hoạt động xuất khẩu làm tăng giá trị sản xuất, góp phần thúc đẩy các ngành liên quan phát triển, vì để đáp ứng tiêu chuẩn của nước nhập khẩu mà trình độ sản xuất, tay nghề của người lao động được nâng cao thì nhập khẩu giúp nâng cao chất lượng cuộc sống, đa dạng hóa sản phẩm trên thị trường và gián tiếp tạo sự cạnh tranh cho các ngành sản xuất trong nước trước làn sóng hàng nhập khẩu.

Đặc biệt, tại Tp Hồ Chí Minh, trung tâm kinh tế của cả nước cùng với hệ thống sông ngòi, cảng biển lớn, phần lớn trong 20 hãng tàu hay còn gọi là nhà cung cấp dịch vụ vận tải container bằng đường biển lớn nhất thế giới như Maersk, MSC, Cosco, ... đã có mặt dưới các hình thức liên doanh, văn phòng đại diện hay tách ra kinh doanh độc lập, giúp cho khách hàng có nhiều sự lựa chọn đồng thời tạo nên nhiều sự cạnh tranh trong ngành.

Hình 1.1: Tỷ phần top 10 hãng tàu lớn trên thế giới



Nguồn: <https://alphaliner.axsmarine.com>

Năm 2020 đã chứng kiến rất nhiều sự kiện, những biến động phức tạp, đa chiều, gây ảnh hưởng đến thương mại quốc tế như xung đột thương mại Mỹ - Trung các biến động về quan hệ kinh tế – chính trị giữa các nền kinh tế lớn và đặc biệt là ảnh hưởng tiêu cực của đại dịch Covid-19. Các nền kinh tế lớn như Mỹ, Anh, Hàn Quốc, Singapore, ... đang phải đối mặt với tình trạng suy thoái sâu, tồi tệ nhất trong nhiều thập kỷ qua.

Trong thời điểm đại dịch COVID, khi việc xuất khẩu bằng đường bộ trở nên khó khăn thì các doanh nghiệp lớn với phương thức xuất khẩu chính ngạch, đa dạng hóa thị trường chịu ít tác động hơn. Việc áp dụng container vào chuyên chở hàng hoá là biện pháp hàng đầu để giảm giá thành vận tải, giúp tiết kiệm thời gian, chi phí vận chuyển, giảm nhẹ trách nhiệm đối với tổn thất hàng hoá.

Tuy nhiên, việc các nước áp dụng các biện pháp cách ly nhằm hạn chế lây lan Covid-19 đã gây ra những ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động kinh tế, trong đó xuất, nhập khẩu hàng hóa bị ảnh hưởng khá nghiêm trọng. Nhu cầu tiêu dùng bị ảnh hưởng, người dân chuyển sang ưu tiên dùng hàng nội địa thay vì các sản phẩm nhập khẩu khiến lượng đơn hàng giảm đi, việc xuất khẩu hàng hóa trở nên khó khăn.

Với các chính sách phù hợp của Chính phủ, hoạt động xuất, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam dần đứng vững và giữ được đà tăng trưởng, tạo lực kéo quan trọng cho cả nền kinh tế. Trong bối cảnh kinh tế thế giới có nhiều rủi ro, bất ổn, thương mại toàn cầu giảm sút, xuất khẩu của các nước trong khu vực đều giảm so với năm trước, Việt Nam vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng xuất khẩu khả quan trong năm 2020.

Trong năm 2020, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu tăng 5,1% so với năm trước, ước tính đạt 543,9 tỷ USD, trong đó kim ngạch xuất khẩu tăng 6,5%, đạt 281,5 tỷ USD, nhập khẩu hàng hóa tăng 3,6%, đạt 262,4 tỷ USD. Cán cân thương mại hàng hóa năm 2020 đạt giá trị xuất siêu lớn nhất từ trước đến nay với ước tính xuất siêu 19,1 tỷ USD.

Hiện nay, các công ty vận tải biển dần phát triển, tạo ra nhiều sự lựa chọn cho khách hàng. Có thể thấy, ngành xuất nhập khẩu là miếng mồi béo bở nhưng đang bị các ông lớn trong ngành vận tải như Maersk, MSC, Cosco, ... chiếm thị phần. Chính vì vậy,

các công ty vận tải cần nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn của khách hàng để đưa ra các chiến lược phù hợp nhằm giữ chân khách, mở rộng thị phần.

Việc thị phần được chia nhỏ sẽ giúp hạn chế việc độc quyền trong thương mại, khi đó các hãng vận chuyển lớn từ nước ngoài sẽ mất vị thế độc tôn, phải cạnh tranh với các hãng tàu, dẫn đến việc giá cước, phụ phí sẽ rẻ hơn, các dịch vụ kèm theo sẽ nhiều hơn, tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp đã, đang và sẽ tiến tới việc xuất nhập khẩu hàng hóa, góp phần tăng trưởng cho nền kinh tế nước ta.

1.1.1. Thực trạng các hãng tàu đang hoạt động trên địa bàn Tp Hồ Chí Minh

Với ưu thế khả năng vận chuyển khối lượng hàng hóa lớn, phạm vi rộng, chi phí thấp, có thể nói ngành vận tải biển đóng vai trò lớn trong quá trình phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Bên cạnh những kết quả đạt được trong thời gian qua, ngành logistics Việt Nam vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế như chi phí cước tăng cao và xảy ra tình trạng khan hiếm container do dịch COVID, mùa cao điểm ...

Hiện nay, các doanh nghiệp vận tải trong nước có phần yếu thế hơn so với các doanh nghiệp nước ngoài dẫn đến việc cạnh tranh khá gay gắt trong thị trường vận tải biển. Các công ty vận tải biển có thương hiệu lớn tại Việt Nam trong ngành vận chuyển khá ít như Vosco, Vinaship, Falcon ... còn lại hầu hết là các công ty vận chuyển có qui mô nhỏ và chưa đáp ứng được nhu cầu.

Hơn 80% lượng hàng hóa lưu thông trong nước và quốc tế được vận chuyển bằng đường biển. Có khoảng 14 hãng tàu nước ngoài được cấp phép tại Việt Nam hiện nay. Đến năm 2020, Việt Nam có khoảng 1.053 tàu, trong đó 1.038 tàu là tàu vận tải hàng hóa hoạt động tuyến quốc tế với tổng trọng tải gần 7,9 triệu tấn. Hiện nay, Việt Nam xếp thứ 60/152 quốc gia có tàu mang cờ, quốc tịch và đứng thứ 4/10 nước ASEAN sau Singapore, Malaysia, Indonesia và thứ 30 trên thế giới về trọng tải đội tàu biển.

Toàn bộ hàng hóa của Việt Nam xuất đi các thị trường Mỹ, Châu Âu ... đều chuyên tải tại các cảng quá cảnh như Singapore, Hồng Kông, Malaysia, ... do Việt Nam chưa có bến cảng nào đủ tiêu chuẩn cho tàu công suất lớn vào nhận hàng vận chuyển trực tiếp đi

các cảng xa. Điều này dẫn đến việc thời gian vận chuyển bị kéo dài, gây ảnh hưởng đến chất lượng hàng hóa và chi phí dịch vụ bị tăng cao do phải chịu thêm chi phí chuyển tải cho tàu từ Việt Nam đến cảng chuyển tải và các phụ phí như phí xếp dỡ hàng hóa, lưu kho, lưu bãi tại cảng trung chuyển.

1.1.2 Chính sách vận tải biển quốc tế của Việt Nam

Đến thời điểm này, kết cấu hạ tầng logistics đã có những chuyển biến rõ nét trong những năm qua, nhiều công trình lớn, hiện đại đã được đầu tư và đưa vào khai thác, sử dụng, phát huy tốt hiệu quả; cùng với đó là hệ thống chính sách, pháp luật về logistics ngày càng được hoàn thiện; dịch vụ logistics của Việt Nam tăng trưởng đạt 12% đến 14%, tương đối cao; tỉ lệ doanh nghiệp thuê ngoài dịch vụ logistics đạt khoảng 60 - 70%, đóng góp khoảng 4 - 5% GDP; chỉ số năng lực hoạt động logistics (LPI) của Việt Nam tăng 25 bậc so với năm 2016 và xếp hạng 39/160 nước tham gia nghiên cứu, vươn lên đứng thứ 3 trong các nước ASEAN.

Năm 2019, Việt Nam và EU đã ký kết hiệp định EVFTA và chính thức có hiệu lực từ ngày 01/08/2020. Đối với vận tải biển quốc tế, cam kết EVFTA của Việt Nam mở cửa hoàn toàn đối với phương thức cung cấp qua biên giới và phương thức tiêu dùng ở nước ngoài cho cả dịch vụ vận tải hành khách và dịch vụ vận tải vận tải hàng hóa, trừ vận tải biển nội địa, những cảng nước sâu có tàu đi thẳng châu Âu sẽ đón nhận cơ hội vô cùng lớn với sự gia tăng sản lượng của các mặt hàng: thủy sản, dệt may, da giày, đồ gỗ, hàng nông sản (gạo, rau quả...).

EU hiện đang là một trong những đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam với kim ngạch hai chiều năm 2019 đạt 56,45 tỷ USD; trong đó kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa bằng đường biển đạt 30,31 tỷ USD, chiếm 53,69%. Đồng thời theo dự báo, EVFTA dự kiến sẽ giúp kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang EU tăng thêm khoảng 42,7% và nhập khẩu của Việt Nam từ EU tăng khoảng 33,06% vào năm 2025; con số tương ứng vào năm 2030 là 44,37% và 36,7%. Khi hoạt động xuất nhập khẩu giữa hai bên càng tăng trưởng thì thị trường dịch vụ logistics càng mở rộng, đặc biệt là dịch vụ vận tải biển.

Khi gia nhập EVFTA, Việt Nam cho phép nhà đầu tư EU thành lập công ty vận hành đội tàu treo cờ Việt Nam dưới hình thức liên doanh với điều kiện vốn nước ngoài không quá 70%; thuyền viên quốc tịch nước ngoài không quá 1/3 định biên tàu và thuyền trưởng hoặc thuyền phó thứ nhất là công dân Việt Nam. Nhờ các cam kết trong EVFTA, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ vận tải biển Việt Nam đang đứng trước nhiều cơ hội lớn cả về nguồn cung và cầu cũng như các điều kiện để thực hiện hiệu quả dịch vụ này.

Đối với dịch vụ hỗ trợ vận tải biển, Việt Nam chưa cam kết đối với phương thức cung cấp qua biên giới nhưng mở cửa hoàn toàn đối với phương thức tiêu dùng ở nước ngoài cho cả dịch vụ xếp dỡ container và dịch vụ thông quan; đồng thời chỉ cho phép thành lập liên doanh vốn nước ngoài đến 50% đối với dịch vụ xếp dỡ container và không hạn chế tỷ lệ vốn nước ngoài cho dịch vụ thông quan.

Riêng dịch vụ đại lý hàng hải, Việt Nam cam kết mở cửa hoàn toàn đối với hai phương thức cung cấp qua biên giới và tiêu dùng ở nước ngoài; nhưng chỉ được phép thành lập liên doanh vốn nước ngoài đến 49%.

1.2. Tổng quan tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước

1.2.1. Tình hình nghiên cứu trong nước

Nghiên cứu của tác giả Nguyễn Thúy Nga về các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ vận tải container đường biển của các công ty xuất nhập khẩu và các công ty forwarder tại Tp. Hồ Chí Minh (2014) đã nêu ra các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng bao gồm độ tin cậy của dịch vụ, chi phí vận chuyển, độ đáp ứng của dịch vụ và mối quan hệ với hãng tàu. Từ đó, tác giả đưa ra những kiến nghị đối với các hãng tàu tại Tp. Hồ Chí Minh.

Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ logistics tại tỉnh Bình Dương của tác giả Lê Quốc Long (2015) đã xác định được 5 nhân tố tác động đến quyết định lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ logistics của các doanh nghiệp bao gồm: Độ tin cậy, sự đáp ứng, cơ sở vật chất – kỹ thuật, giá cả và hình ảnh nhà cung cấp. Nghiên cứu

này giúp các nhà cung cấp logistics nhìn nhận vấn đề và xây dựng chiến lược phát triển kinh doanh, nâng cao sức cạnh tranh.

Tác giả Đặng Huỳnh Kha đã nghiên cứu đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ khai thác hàng lẻ xuất khẩu (đường biển) của các công ty giao nhận vận tải khu vực thành phố Hồ Chí Minh (2015) đã đánh giá các tiêu chí: Chi phí nguyên phụ liệu, chất lượng nguyên phụ liệu, độ tin cậy, giao hàng, độ linh hoạt và đưa các kiến nghị, giải pháp cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ khai thác hàng lẻ.

Tác giả Mai Văn Minh đã nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu thép tại khu vực Đông Nam Bộ (2020) và đánh giá các tiêu chí: chất lượng dịch vụ, mức độ an toàn, mức độ nhận biết, dịch vụ hậu mãi, chi phí dịch vụ và đưa ra các kiến nghị, giải pháp cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ vận chuyển đường biển.

1.2.2. Tình hình nghiên cứu nước ngoài

Ngành vận tải container đường biển đã phát triển từ rất lâu trên thế giới và vấn đề xác định các yếu tố tác động đến việc lựa chọn hãng tàu cũng rất được quan tâm.

Từ đầu những năm 1970, có rất nhiều tác giả thực hiện nghiên cứu tại nhiều quốc gia khác nhau. Việc xem xét và tham khảo những nghiên cứu trước là cần thiết và có ý nghĩa, từ đó tác giả có thể tìm ra những nhân tố quan trọng có tác động đến quyết định lựa chọn của khách hàng đối với nhà cung cấp dịch vụ vận tải container đường biển và đưa ra những giả thuyết nghiên cứu để tiến hành kiểm định tại thị trường TP. Hồ Chí Minh.

Brooks (1983) đã nghiên cứu tại thị trường Canada các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của khách hàng và có 15 yếu tố được xác định có ảnh hưởng đến việc lựa chọn hãng tàu, trong đó yếu tố được đánh giá là quan trọng nhất theo khách hàng là chi phí vận chuyển, mức độ thường xuyên của số chuyến tàu khởi hành trong tuần, danh tiếng của hãng tàu, thời gian vận chuyển là những yếu tố tiếp theo theo thứ tự quan trọng giảm dần.

Tại thị trường Na Uy, Pedersen và Gray (1998) tiến hành thực hiện nghiên cứu các tiêu chí lựa chọn hãng tàu của những nhà xuất khẩu, theo đó 4 nhóm chính đã được thành lập dựa trên các tiêu chí:

Nhóm nhân tố về giá: các chương trình giảm giá, giá cước vận chuyển thấp, mối quan hệ giữa chi phí thực tế so với chi phí dự tính.

Nhóm nhân tố về thời gian: thời gian vận chuyển ngắn, tần suất chuyến tàu khởi hành trong tuần cao, mức độ tin cậy của thời gian giao hàng.

Nhóm nhân tố về độ an toàn: mức độ tổn thất, hư hỏng hàng hóa, khả năng điều phối hàng hóa ở cảng trung chuyển, thời gian giao hàng được kiểm soát, kiến thức về cầu cảng.

Nhóm nhân tố về dịch vụ: mối quan hệ hợp tác với hãng tàu, khả năng đáp ứng vận chuyển những lô hàng đặc biệt, sẵn sàng đáp ứng việc giao hàng gấp.

Trong bốn nhóm trên, nhóm nhân tố về giá được đánh giá là quan trọng hơn so với các nhóm khác, nguyên nhân chính dẫn đến quyết định này là do Na Uy là quốc gia có đặc điểm địa lý, khoảng cách vận chuyển và sự hạn chế của cạnh tranh nội địa nên gây ra chi phí cao cùng với đó mặt hàng xuất khẩu chính là nguyên liệu thô, nhạy cảm về giá. Từ đó dẫn đến nhóm nhân tố về giá được xem là quan trọng nhất khi các nhà xuất khẩu lựa chọn hãng tàu.

Nghiên cứu tại Thổ Nhĩ Kỳ của Tuna (2002) lại cho thấy nhân tố quan trọng khi khách hàng lựa chọn hãng tàu thị trường này không phải là giá cước, trong khi đó các nhân tố về giá trị dịch vụ lại được khách hàng quan tâm nhiều hơn. Cũng tại thị trường này, các doanh nghiệp kinh doanh xi măng đã được Kofteci và cộng sự. (2010) thực hiện khảo sát về việc lựa chọn phương thức vận chuyển với 4 nhân tố chính: chi phí vận chuyển, thời gian vận chuyển, độ tin cậy về thời gian vận chuyển và độ an toàn của hàng hóa. Kết quả cũng cho thấy nhân tố được đánh giá là quan trọng nhất khi khách hàng lựa chọn phương thức vận chuyển là “Độ tin cậy” và mức độ quan trọng tương tự là nhân tố “Cước phí vận chuyển”.

Lu, C. S. (2003) đã thực hiện nghiên cứu so sánh mức độ quan trọng của các tiêu chí này từ hai góc độ của nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển và của khách hàng sử dụng dịch vụ vận chuyển các tiêu chí lựa chọn hãng tàu tại Đài Loan. Khác với quan điểm của các hãng tàu, các hãng tàu đánh giá các tiêu chí quan trọng nhất bao gồm: kiến thức và khả năng giải quyết vấn đề của nhân viên kinh doanh, trả lời nhanh những khiếu nại của khách hàng, khả năng nhận hàng hóa và chứng từ chính xác, khách hàng lại đánh giá tiêu chí lựa chọn quan trọng nhất là độ chính xác của chứng từ, mức độ tin cậy của lịch trình tàu chạy được đưa ra, khả năng nhận hàng hóa và trả lời khiếu nại nhanh chóng. Vì thế, để phù hợp với nhu cầu của khách hàng các hãng tàu phải xem xét và thay đổi chiến lược kinh doanh vì theo quan điểm của marketing là “bán cái khách hàng cần chứ không phải bán cái mình có sẵn”.

Tại thị trường Mỹ, nghiên cứu của Premeaux (2007) cũng nghiên cứu sự khác biệt giữa chủ hàng và hãng tàu khi đánh giá mức độ quan trọng của các tiêu chí lựa chọn dịch vụ vận chuyển. Trong khi các hãng tàu đánh giá cao các yếu tố danh tiếng của hãng tàu, sự hợp tác giữa hãng tàu và khách hàng, kiến thức của nhân viên kinh doanh về nhu cầu của khách hàng và kết quả hoạt động trong quá khứ của hãng tàu thì khách hàng lại bày tỏ quan tâm nhiều đến các yếu tố phản ứng của hãng tàu đối với các trường hợp khẩn cấp hoặc các trường hợp không mong đợi, dữ liệu điện tử, giá cước linh hoạt, thông tin cung cấp cho khách hàng, dịch vụ tra cứu thông tin qua internet.

Wong, P. C. C (2007) thực hiện nghiên cứu tại các tỉnh phía nam Trung Quốc về các yếu tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn phương thức vận tải và lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển. Nghiên cứu được thực hiện trong thời gian 5 năm từ năm 2002 đến năm 2007, sử dụng phương pháp so sánh cặp AHP (Analytical Hierarchy Process) để xác định những yếu tố có ảnh hưởng nhiều nhất đến việc lựa chọn phương thức vận chuyển và xác định được 7 nhóm nhân tố sau:

Mối quan hệ với chủ hàng: khả năng thương lượng về giá cả và dịch vụ, linh hoạt trong xử lý chứng từ và giải quyết khiếu nại nhanh chóng, khả năng đại diện thương mại cho người mua.

Sự đáp ứng về dịch vụ: container sẵn sàng để đóng hàng, cước phí vận chuyển thấp, thông tin về lô hàng và độ tin cậy của dịch vụ

Dịch vụ khách hàng: chất lượng của bộ phận chăm sóc khách hàng, dịch vụ tại cảng, dịch vụ khai hải quan, những thông tin về làm việc với các khách hàng trước,...

Khả năng vận chuyển hàng hóa: dịch vụ, thiết bị, ...

Địa điểm đích của hàng hóa vận chuyển

Danh tiếng của khách hàng: những khách hàng có danh tiếng tốt trên thị trường, đáng tin cậy,...

Mối quan hệ với hải quan

Kết quả phân tích cho thấy, những mặt hàng nhạy cảm về thời gian, khách hàng ưu tiên lựa chọn vận chuyển bằng xe tải. Với những hàng hóa vận chuyển bằng xà lan như gạo, tần suất số chuyến trong tuần được khách hàng quan tâm hơn. Đối với những lô hàng nặng, siêu trường, siêu trọng phương thức vận tải được ưu tiên hàng xe lửa.

Dựa trên 27 nghiên cứu được công bố từ sau năm 1990 đến 2009 tại thị trường Châu Âu, Barthel và cộng sự (2010) đã tổng kết các yếu tố tác động đến việc lựa chọn hàng tàu. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra các nhân tố cốt lõi tác động đến quyết định lựa chọn dịch vụ vận tải của khách hàng gồm chi phí, thời gian vận chuyển, độ tin cậy và chất lượng vận chuyển. Trong đó, yếu tố chi phí được đánh giá là quan trọng nhất, sau đó là các yếu tố về chất lượng dịch vụ. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu còn có các nhân tố cơ bản khác như mức độ hư hỏng hàng hóa, số chuyến khởi hành, công nghệ thông tin,...

Shen và cộng sự (2015) đã nghiên cứu lựa chọn hãng vận tải biển bằng cách sử dụng 18 yếu tố trong 4 nhóm. Kết quả của nghiên cứu này đã chứng minh rằng chất lượng dịch vụ vận tải được coi là quan trọng hơn độ tin cậy trong vận chuyển, năng lực của người vận chuyển, tốc độ vận chuyển và tính linh hoạt của hoạt động.

Yuen, Kum Fai; Thai, Van Vinh (2015) đã tiến hành xác định các khía cạnh của chất lượng dịch vụ trong vận chuyển đường biển và kiểm tra ảnh hưởng của chúng đến sự hài

lòng của khách hàng. Nghiên cứu tiến hành khảo sát với 183 chủ hàng tại Singapore và đưa ra 4 yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng theo thứ tự giảm dần: độ tin cậy, tốc độ, khả năng đáp ứng và giá trị, theo đó, việc cải thiện chất lượng dịch vụ có tác động đến quyết định của khách hàng nhiều hơn so với yếu tố chi phí.

Theo nghiên cứu của Tomi Solakivita và Lauri Ojala (2017), từ những kết quả nghiên cứu trước, tác giả đã đánh giá các yếu tố chi phí, chất lượng, dịch vụ và thêm 2 yếu tố mới là khả năng chia sẻ thông tin và môi trường trong việc đánh giá các yếu tố quyết định nhà cung cấp dịch vụ.

Nghiên cứu của tại các nước Đông Nam Á của Chia-Hsun Chang và Vinh V. Thai (2017) xem xét hành vi lựa chọn phương thức vận tải của người gửi hàng thông qua phân tích 6 yếu tố bao gồm khoảng cách vận chuyển, chi phí, thời gian, lượng thải CO₂ ra không khí, dịch vụ chăm sóc khách hàng và mối liên hệ giữa người gửi hàng và công ty dịch vụ. Nghiên cứu chỉ ra rằng, chi phí là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến quyết định của người bán, lượng khí thải CO₂ vào không khí chiếm tỷ trọng nhỏ đến quyết định nhưng có thể sẽ thay đổi nếu chính phủ có các chính sách để bảo vệ môi trường.

Nghiên cứu các đặc điểm của ngành vận tải bằng container ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng của tác giả Enna HIRATA (2018) đã cho thấy chất lượng của dịch vụ khách hàng, chất lượng số hóa và chất lượng của bộ phận kinh doanh là các đặc điểm dịch vụ quan trọng ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng. Nghiên cứu cho thấy kỹ thuật số hóa đang dần trở thành một trong ba đặc điểm dịch vụ hỗ trợ được quan tâm.

1.3. Mục đích nghiên cứu:

Đề xuất các gợi ý giúp các hãng tàu đáp ứng các tiêu chí lựa chọn của hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.

Nghiên cứu chủ yếu tập trung giải quyết các vấn đề sau:

- Xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty Xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.
- Đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến quyết định lựa chọn hãng tàu.

- Đề xuất một số gợi ý cho các hãng tàu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh trong việc xây dựng kế hoạch kinh doanh cho từng nhóm khách hàng mục tiêu.

1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

1.4.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty Xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.

Đối tượng khảo sát: Các khách hàng đang làm việc tại các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.

Với nhóm khách hàng này, tác giả tập trung nghiên cứu những khách hàng Xuất – nhập hàng nguyên container (FCL), không bao gồm hàng lẻ (LCL) và có khả năng tự quyết định phương thức vận tải, nhà cung cấp dịch vụ.

1.4.2. Phạm vi nghiên cứu

Về mặt không gian: Tác giả giới hạn nghiên cứu trong các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.

Về mặt thời gian: Tác giả tập trung nghiên cứu, khảo sát giai đoạn từ 22/01/2021 đến 27/03/2021, tham khảo số liệu từ năm 2011 đến năm 2020.

1.5. Câu hỏi nghiên cứu

Những nhân tố nào ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh?

Trong các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu thì nhân tố nào ảnh hưởng mạnh, nhân tố nào ảnh hưởng yếu?

Các hãng tàu hoạt động trong thị trường vận tải biển tại Việt Nam cần làm gì để đáp ứng tốt hơn các tiêu chí lựa chọn của công ty xuất nhập khẩu?

1.6. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng 2 phương pháp nghiên cứu là định tính và định lượng.

Phương pháp thu thập tài liệu: tìm kiếm thông tin trong sách, các tài liệu liên quan.

Phương pháp khảo sát: dùng những tiêu thức đã xây dựng và đưa vào thực tế, phỏng vấn các đối tượng.

Tổng kết và so sánh kết quả thu được với các nghiên cứu trước.

1.7. Tính mới, đóng góp và ý nghĩa của đề tài

1.7.1. Tính mới và đóng góp của đề tài

Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và khách hàng là cùng chiều (Liang and Zhang, 2009). Theo Qin và Prybutok, 2009, những khách hàng hài lòng với dịch vụ sẽ thể hiện sự trung thành với nhà cung cấp bằng việc tiếp tục mua dịch vụ hoặc giới thiệu thêm khách hàng cho nhà cung cấp. Tuy nhiên, hiện nay giữa chủ hàng thực tế và bên vận chuyển còn thêm nhiều bên trung gian như các công ty dịch vụ (Forwader), các công ty phân phối, điều này cho thấy rằng ngoài việc làm hài lòng người gửi hàng, các hãng vận chuyển còn phải chú ý đến khách hàng trực tiếp là các công ty giao nhận, dịch vụ.

Trong nước và quốc tế đã có nhiều đề tài nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu, tuy nhiên, các nghiên cứu này được thực hiện từ lâu và nghiên cứu cho từng nhóm hàng, doanh nghiệp cụ thể chứ chưa có cái nhìn tổng quát. Trong bài nghiên cứu này, tác giả tiến hành nghiên cứu sâu vào các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất – nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.

Hiện tại việc ứng dụng công nghệ thông tin vào giải quyết công việc ngày càng được đề cao, cùng với đó là việc Việt Nam tham gia kí kết các hiệp định quốc tế, đây sẽ là cơ hội cũng như thách thức cho các hãng tàu trong việc tìm kiếm và giữ chân khách hàng.

1.7.2. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng tăng trong ngành vận tải biển, việc đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng là yếu tố quan trọng để duy trì hoạt động kinh doanh (theo Midoro và cộng sự - 2005). Các công ty vận chuyển có thể tạo sự hài lòng cho khách hàng bằng việc cung cấp các dịch vụ chi phí thấp (Kotler và Armstrong, 2010) hoặc tạo

sự khác biệt với đối thủ cạnh tranh bằng các dịch vụ chất lượng cao (theo Dadfar và Brege, 2012, Miles, 2013).

Bài nghiên cứu sẽ hệ thống các lý luận về hành vi đưa ra quyết định của khách hàng trong ngành vận tải bằng đường biển là các công ty xuất – nhập khẩu từ đó hình thành mô hình nghiên cứu, xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất – nhập khẩu và tìm ra những yếu tố gây ra ảnh hưởng đến khách hàng nhất.

Tạo cơ sở để các hãng tàu nắm bắt các tiêu chí lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ vận tải của khách hàng và chỉ ra sự khác nhau về mức độ quan trọng của các tiêu chí này, giúp hãng tàu có thể đưa ra các chính sách, chiến lược kinh doanh phù hợp, đáp ứng nhiều nhất các nhu cầu của khách hàng, từ đó nâng cao doanh số và vị thế cạnh tranh trong ngành.

1.8. Bố cục bài nghiên cứu

Đề tài gồm 5 chương như sau:

Chương 1: Tổng quan về đề tài nghiên cứu.

Chương 2: Cơ sở lý thuyết.

Chương 3: Phương pháp nghiên cứu.

Chương 4: Kết quả nghiên cứu.

Chương 5: Kết luận và kiến nghị.

SƠ KẾT CHƯƠNG 1

Chương 1 đã trình bày sự cần thiết để tác giả chọn đề tài này và tiến hành nghiên cứu. Tác giả đã đưa ra lý do chọn đề tài, mục tiêu nghiên cứu, giới hạn nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu, kết cấu của đề tài.

Chương tiếp theo, tác giả tiến hành nghiên cứu, tổng hợp lý thuyết, tổng hợp các nghiên cứu trước, đồng thời đề xuất mô hình nghiên cứu.

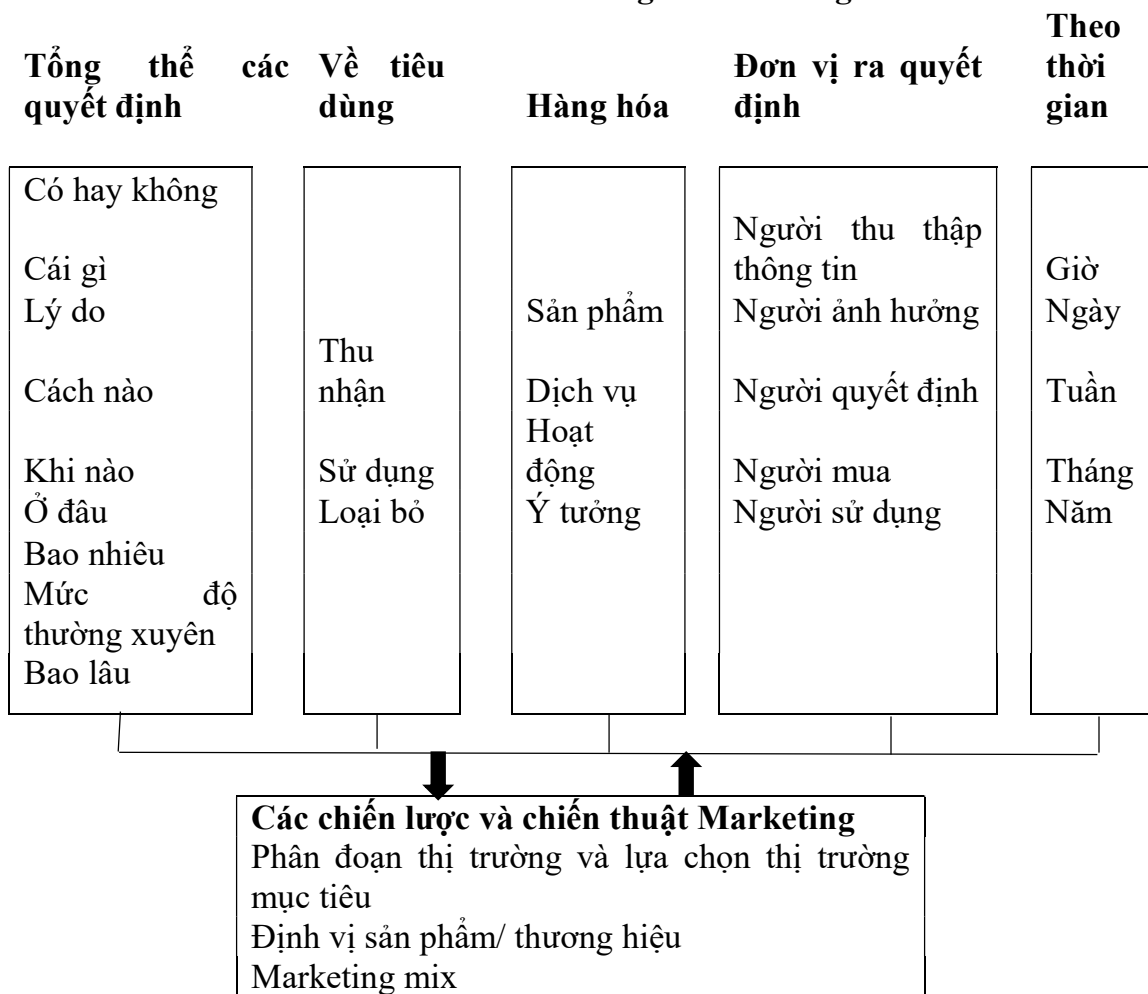
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1. Lý thuyết về quyết định

2.1.1. Lý thuyết hành vi người tiêu dùng

Hành vi người tiêu dùng là tổng thể các quyết định của người tiêu dùng đối với việc thu nhận, tiêu dùng, loại bỏ hàng hoá, bao gồm sản phẩm, dịch vụ, hoạt động và ý tưởng, bởi các đơn vị ra quyết định (con người) theo thời gian. (Nguyễn Xuân Lãn và cộng sự, 2011)

Hình 2.1. Hành vi người tiêu dùng



Nguồn: Nguyễn Xuân Lãn và cộng sự, 2011

Lý thuyết hành vi người tiêu dùng đề cập đến các quyết định hợp lý của người tiêu dùng để tối đa hoá sự thoả mãn và lợi ích thông qua việc phân phối ngân sách tiêu dùng cho các loại hàng hoá.

Với mục đích tìm hiểu xem bằng cách nào và tại sao khách hàng mua (hoặc không mua) các sản phẩm và dịch vụ, cùng với quá trình mua sắm của khách hàng diễn ra như thế nào khiến việc nghiên cứu hành vi khách hàng trở thành một phần quan trọng trong nghiên cứu kinh tế học.

Một trong những nguyên tắc quan trọng của sản xuất kinh doanh là phải đáp ứng nhu cầu của khách hàng, đặt khách hàng ở vị trí trung tâm của hoạt động marketing nên nghiên cứu hành vi tiêu dùng là việc thiết yếu để hoạch định các chiến lược và chiến thuật marketing. Vì vậy, nghiên cứu hành vi mua của khách hàng sẽ góp phần thành công trong kinh doanh của doanh nghiệp.

2.1.2. Quá trình ra quyết định lựa chọn hãng tàu

Theo mô hình hành vi người tiêu dùng của Philip Kotler (2007), quá trình ra quyết định gồm các bước: nhận thức vấn đề => tìm kiếm thông tin => đánh giá các lựa chọn thay thế => quyết định mua => các hành vi sau mua.

Quá trình ra quyết định lựa chọn hãng tàu của khách hàng là một chuỗi những hoạt động suy nghĩ, đánh giá và quyết định lựa chọn (Plomaritou và cộng sự, 2011), nhưng cũng bao gồm các bước theo mô hình hành vi của Philip Kotler, cụ thể gồm các giai đoạn cơ bản sau:

Nhận biết nhu cầu cần vận chuyển hàng hoá: xảy ra khi một hợp đồng ngoại thương được kí kết và hàng hoá cần phải được vận chuyển bằng đường biển từ cảng xuất hàng cho đến cảng đích.

Tìm kiếm, thu thập thông tin: Xuất phát từ nhu cầu vận chuyển hàng hoá, người thuê tàu, với danh nghĩa là chủ hàng hoá, sẽ tìm kiếm tất cả các thông tin có liên quan về tàu vận chuyển phù hợp với yêu cầu của hàng hoá, hàng hoá cần được chuyên chở bằng tàu rời hay tàu container – tàu chợ, trên thị trường có những hãng tàu nào chuyên tuyến vận chuyển đến cảng đích của hợp đồng, v.v... Những thông tin này khách hàng có thể có được dựa vào kinh nghiệm của bản thân, hoặc có thể tìm được trên các thông tin trên internet, thông qua giới thiệu của bạn bè, đối tác hoặc thuê dịch vụ bên ngoài.

Đánh giá các lựa chọn thay thế: Mỗi khách hàng có những tiêu chuẩn khác nhau dựa trên những thông tin thu thập được. Tầm quan trọng của mỗi tiêu chuẩn cũng khác nhau cho từng nhóm đối tượng khách hàng. Các tiêu chuẩn đánh giá có thể là các yếu tố hữu hình (giá cả, container) lẫn các yếu tố vô hình (hình ảnh, vị thế, cảm xúc). Từ danh sách những hãng tàu đáp ứng được các tiêu chuẩn của mình, khách hàng đánh giá các phương án lựa chọn dựa trên mỗi tiêu chuẩn đánh giá.

Quyết định mua: Sau khi đánh giá, khách hàng quyết định lựa chọn hãng tàu đáp ứng được nhiều nhất các tiêu chuẩn, tiến hành kí kết hợp đồng vận chuyển. Tuy nhiên, cũng có trường hợp quyết định mua được đưa ra theo thói quen, không đòi hỏi bất kì đánh giá nào.

Các hành vi sau mua: Đó là thái độ của khách hàng cảm thấy hài lòng hoặc chưa hài lòng về dịch vụ đã chọn. Nếu hài lòng, khách hàng có thể sẽ tiếp tục sử dụng nhà cung cấp đó cho lần sử dụng sau, giới thiệu cho bạn bè, v.v... Nếu không hài lòng, khách hàng có thể phản ứng bằng các hành vi như viết thư khiếu nại, khiếu kiện ra toà đòi bồi thường thiệt hại, dừng việc mua dịch vụ của nhà cung cấp đó, nói cho nhiều người khác biết v.v...

Trong khuôn khổ của luận văn này, tác giả chỉ nghiên cứu các tiêu chí mà khách hàng dùng để đánh giá nhà cung cấp dịch vụ vận tải container đường biển để từ đó đi đến quyết định lựa chọn nhà cung cấp vận chuyển cho lô hàng của mình, hay nói cách khác là nghiên cứu các yếu tố tác động đến việc lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ vận tải container đường biển (hãng tàu) tại TP. Hồ Chí Minh.

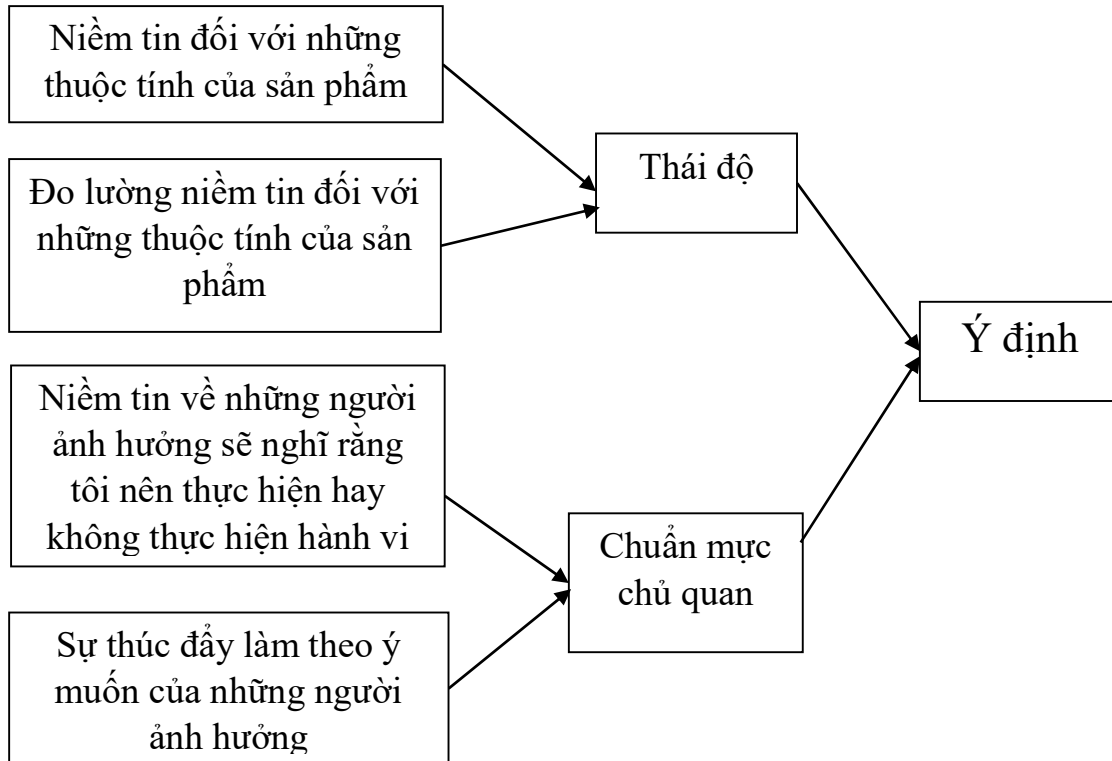
2.2. Các mô hình nghiên cứu về hành vi của khách hàng doanh nghiệp.

2.2.1. Mô hình lý thuyết hành vi hợp lí TRA (Theory of Reasoned Action – TRA)

Thuyết hành vi hợp lý được xây dựng bởi Ajzen và Fishbein từ năm 1975, đây được xem là học thuyết tiên phong trong lĩnh vực nghiên cứu tâm lý xã hội. Thái độ của chủ thể và chuẩn chủ quan là hai yếu tố chủ yếu ảnh hưởng đến ý định.

Trong mô hình TRA, thái độ của chủ thể được đo lường bằng niềm tin và sự đánh giá đối với kết quả của hành vi đó. Chuẩn chủ quan theo định nghĩa của Ajzen (1975) là nhận thức của những người ảnh hưởng sẽ nghĩ rằng chủ thể đó nên thực hiện hay không thực hiện hành vi.

Hình 2.2. Mô hình thuyết hành động hợp lý (TRA)

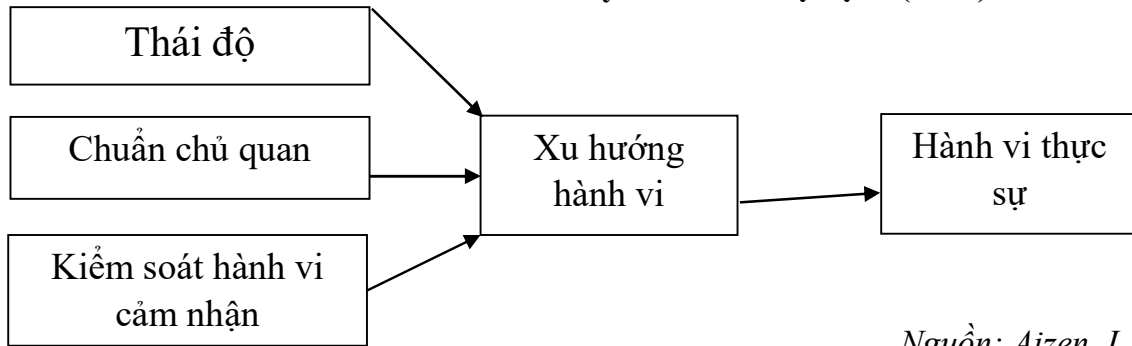


Nguồn: Ajzen và Fishbein, 1975

2.2.2. Mô hình thuyết hành vi dự định (Theory of Planned Behaviour - TPB)

Lý thuyết hành vi dự định (TPB) khắc phục nhược điểm của Lý thuyết hành động hợp lý (TRA) bằng cách thêm vào biến hành vi kiểm soát cảm nhận. Nó đại diện cho các nguồn lực cần thiết của một người để thực hiện một công việc bất kỳ.

Lý thuyết hành vi dự định (TPB) được xem như tối ưu hơn đối với lý thuyết hành động hợp lý (TRA) trong việc giải thích và dự đoán hành vi trong cùng một nội dung và hoàn cảnh nghiên cứu.

Hình 2.3. Mô hình thuyết hành vi dự định (TPB)

Nguồn: Ajzen, I., 1991

Theo lý thuyết TPB, ý định dẫn đến hành vi của chủ thể được dự báo bởi: thái độ đối với hành vi, quy chuẩn chủ quan và cảm nhận về kiểm soát hành vi.

Thái độ dẫn đến hành vi: là mức độ mà biểu hiện của hành vi đó được chủ thể đánh giá là tích cực hoặc tiêu cực. Thái độ dẫn đến hành vi được định nghĩa là toàn bộ niềm tin có thể dẫn đến hành vi.

Chuẩn chủ quan: là ảnh hưởng của những người có liên quan về mặt nhận thức để chủ thể tiến hành hoặc không tiến hành hành vi nào đó.

Nhận thức về kiểm soát hành vi: yếu tố này đề cập đến nhận thức của chủ thể về khả năng của họ để thực hiện một hành vi đã quy định, là toàn bộ niềm tin về sự kiểm soát.

Ý định: được xem là tiền đề trực tiếp dẫn đến hành vi, là sự sẵn lòng của chủ thể khi thực hiện một hành vi đã quy định. Các trọng số gán với mỗi ước lượng tùy vào tầm quan trọng của chúng và ý định dựa trên các ước lượng bao gồm: Thái độ dẫn đến hành vi, Chuẩn chủ quan và Nhận thức kiểm soát hành vi.

Hành vi: là sự phản ứng hiển nhiên có thể nhận thấy được thực hiện trong tình huống đã quy định cùng với mục tiêu đã quy định trước đó. Những quan sát hành vi đơn lẻ có thể được tổng hợp nhiều lần trong các phạm vi để tạo ra một phép đo tiêu biểu về hành vi mang tính bao quát.

Nếu thái độ của chủ thể đối với hành vi là tốt và những người có liên quan cũng nhìn nhận hành vi đó là đúng đắn; bản thân chủ thể có sự kiểm soát cao đối với hành vi thì chủ thể đó càng có động cơ mạnh mẽ để thực hiện hành vi. Hơn thế nữa, nếu một chủ thể thấy

rằng khả năng kiểm soát hành vi thực tế của mình cao thì họ sẽ có khuynh hướng thực hiện các ý định của mình ngay khi có cơ hội.

2.2.3. Mô hình khoảng cách chất lượng dịch vụ của Parasuraman và cộng sự 1985

Parasuraman và cộng sự cho rằng “Chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi của khách hàng và nhận thức của họ khi đã sử dụng qua dịch vụ”

Bài nghiên cứu bằng việc sử dụng một công cụ đo lường tiêu chuẩn đã đề cập đến việc đo lường khoảng cách các cấp độ khác nhau, các yếu tố tác động đến khoảng cách đó, và sự khác nhau về khoảng cách giữa các ngành công nghiệp.

Khoảng cách 1: Khoảng cách giữa nhận thức của công ty về kỳ vọng của khách hàng với kỳ vọng của khách hàng.

Khoảng cách 2: Khoảng cách giữa nhận thức của công ty về kỳ vọng của khách hàng với các tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ.

Khoảng cách 3: Khoảng cách giữa tiêu chuẩn dịch vụ với dịch vụ thực tế cung cấp cho khách hàng.

Khoảng cách 4: Khoảng cách giữa chất lượng dịch vụ thực tế cung cấp và chất lượng dịch vụ đã được thông tin đến khách hàng.

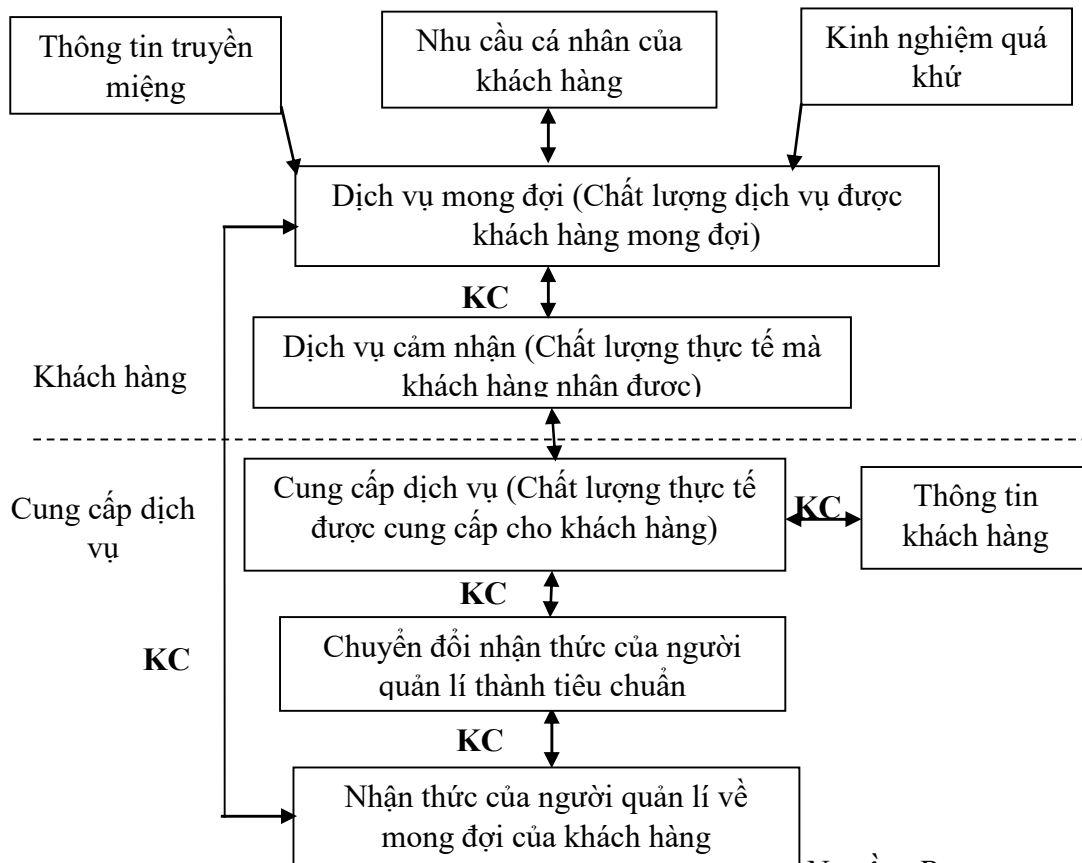
Khoảng cách 5: Khoảng cách giữa dịch vụ khách hàng nhận được và kỳ vọng của khách hàng về dịch vụ.

Đến năm 1988 mô hình này được đặt tên là mô hình SERVQUAL, được dùng để đánh giá sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ và rút đặc điểm của dịch vụ còn 5 yếu tố bao gồm: độ tin cậy, mức độ đáp ứng, năng lực phục vụ, đồng cảm và phương diện hữu hình.

Có thể nói đây chính là mô hình đầu tiên và được xem là tiền đề, là cơ sở cho những nghiên cứu về sau liên quan đến chất lượng dịch vụ hay sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ.

Mặc dù có những sửa đổi nhất định để phù hợp với phạm vi nghiên cứu và đối tượng nghiên cứu song nhiều đề tài nghiên cứu sau này liên quan đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ, sản phẩm, cũng thường dựa trên những yếu tố đã được đặt ra trong mô hình SERVQUAL của Parasuraman.

Hình 2.4. Mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman



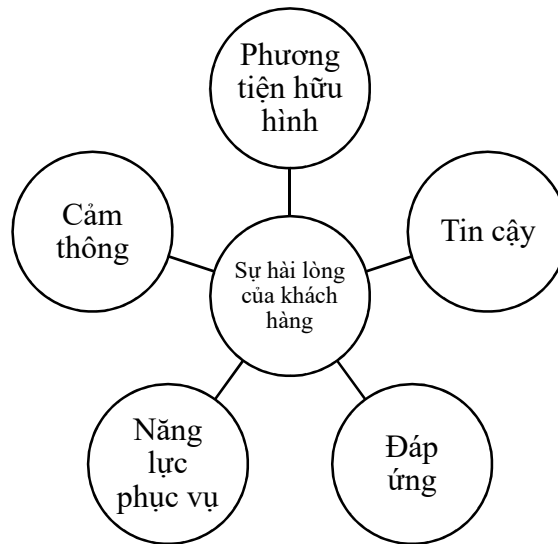
Nguồn: Parasuraman 1985

2.2.4. Mô hình đánh giá dựa trên kết quả thực hiện của Cronin và Taylor (1992)

Sau bài nghiên cứu về mô hình SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự, Cronin và Taylor cho rằng mô hình này dễ gây nhầm lẫn giữa sự hài lòng và thái độ của khách hàng. Do đó, họ quyết định thực hiện một mô hình nghiên cứu được gọi là SERVPERF. Trong khi ở thang đo SERVQUAL, sự hài lòng của khách hàng được đo lường bằng các kỳ vọng lẫn cảm nhận của khách hàng (Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận – Giá trị kỳ vọng) thì trong thang đo SERVPERF chất lượng dịch vụ chỉ được đo lường bằng cảm nhận của khách hàng (Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận). Bộ thang đo của

SERVPERF của Cronin và Taylor cũng sử dụng 22 câu hỏi tương tự như phần hỏi về cảm nhận của khách hàng trong mô hình SERVQUAL.

Hình 2.5. Mô hình chất lượng dịch vụ của Cronin và Taylor 1992



Nguồn: Cronin và Taylor 1992

Các nghiên cứu sau này cũng sử dụng mô hình SERVPERF của Cronin và Taylor song song với việc sử dụng mô hình SERVQUAL của Parasuraman, đây được xem là những nghiên cứu tiền đề, làm nền tảng cho những nghiên cứu sau này.

Việc đo lường chất lượng dịch vụ theo mô hình SERVPERF của Cronin và Taylor (1992) được xem là một phương pháp thuận tiện hơn, vì bảng hỏi ngắn gọn, tiết kiệm được thời gian và tránh gây hiểu nhầm cho người trả lời. Tuy nhiên, mô hình này là có nhược điểm đó chính là không phản ánh được sự chênh lệch giữa sự thỏa mãn của khách hàng với chất lượng dịch vụ.

2.3. Các nghiên cứu thực nghiệm liên quan đến đề tài

2.3.1 Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng trong ngành vận tải đường biển của tác giả Yuen, Kum Fai; Thai, Van Vinh (2015)

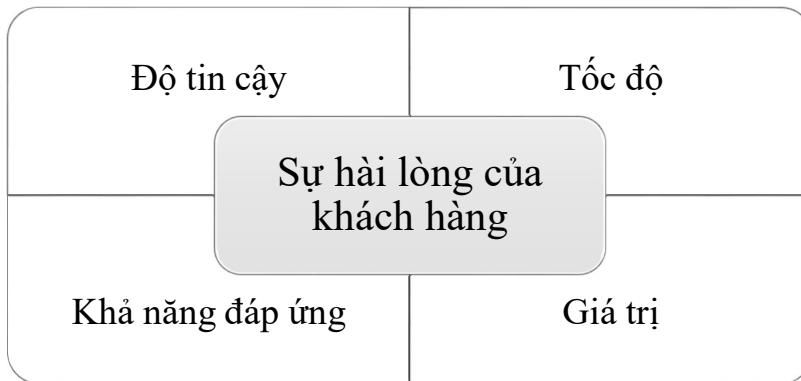
Chất lượng dịch vụ là một khái niệm trừu tượng, có nhiều mô hình đã được đề xuất và đo lường. Trong đó, mô hình SERVQUAL nổi bật nhất và có thể được áp dụng cho tất cả các trường hợp. Tuy nhiên, nghiên cứu của Ladhari, 2009 đã chỉ ra rằng có sự khác

biệt trong việc đánh giá chất lượng dịch vụ giữa các nhóm khách hàng khác nhau và nền văn hóa khác nhau.

Nghiên cứu của nhóm tác giả Yuen, Kum Fai; Thai, Van Vinh (2015) được tiến hành với 183 chủ hàng tại Singapore đã xác định các khía cạnh của chất lượng dịch vụ trong vận chuyển đường biển và kiểm tra ảnh hưởng của chúng đến sự hài lòng của khách hàng, nghiên cứu tiến hành khảo sát với 183 chủ hàng tại Singapore bắt đầu từ tháng 1/2014 đến tháng 6/2014 bằng bảng hỏi nhằm đánh giá tầm quan trọng của từng chỉ số thông qua thang đo 5 cấp độ từ rất không hài lòng đến hoàn toàn hài lòng.

Nghiên cứu đã chỉ ra 4 yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng theo thứ tự giảm dần: độ tin cậy, tốc độ, khả năng đáp ứng và giá trị. Sự cải thiện chất lượng dịch vụ có tác động đến quyết định của khách hàng nhiều hơn so với yếu tố chi phí.

Hình 2.6. Mô hình nghiên cứu của Yuen, Kum Fai; Thai, Van Vinh (2015)



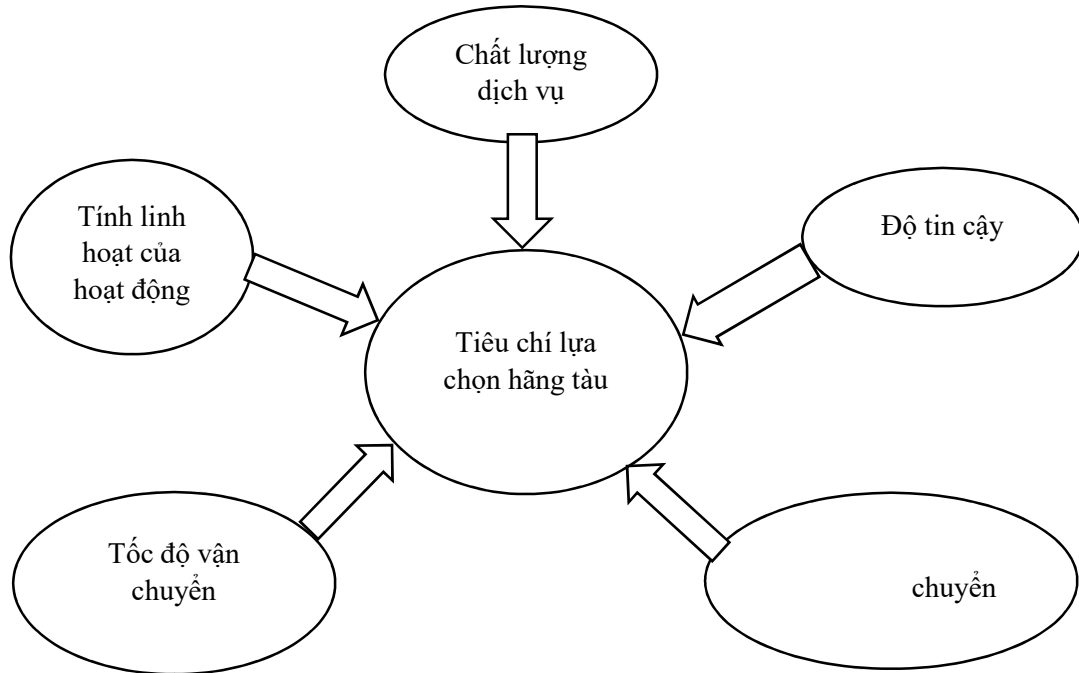
Nguồn: Yuen, Kum Fai; Thai, Van Vinh 2015

2.3.2 Nghiên cứu phân tích các tiêu chí lựa chọn hãng vận chuyển trên thị trường vận tải biển Trung Quốc sử dụng quy trình phân tích phân cấp của tác giả Lixin Shen; K. Mathiyazhagan; Devika Kannan; Wang Ying (2015)

Nhóm tác giả đã nghiên cứu lựa chọn hãng vận tải biển bằng cách sử dụng 18 yếu tố trong 4 nhóm. Kết quả của nghiên cứu này đã chứng minh rằng chất lượng dịch vụ vận tải được coi là quan trọng hơn là độ tin cậy trong vận chuyển, năng lực của người vận chuyển, tốc độ vận chuyển và tính linh hoạt của hoạt động.

Cụ thể hơn là mức độ hư hỏng khi nhận hàng, khả năng đa phương thức của nhà vận chuyển, độ tin cậy trong việc giao hàng đúng hạn, giá thấp và cơ sở vật chất khả dụng, khả năng của nhà cung cấp dịch vụ cung cấp được coi là những tiêu chí ưu tiên trong việc lựa chọn hãng vận tải

Hình 2.7. Mô hình nghiên cứu của Lixin Shen; K. Mathiyazhagan; Devika Kannan; Wang Ying (2015)



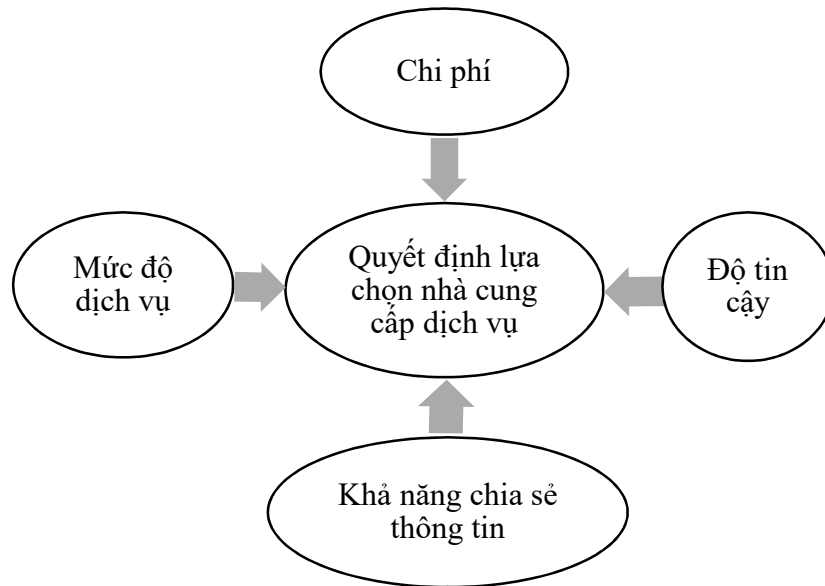
Nguồn Lixin Shen; K. Mathiyazhagan; Devika Kannan; Wang Ying 2015

2.3.3 Các yếu tố quyết định việc lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ: cập nhật phương pháp khảo sát vào thế kỷ 21 của Tomi Solakivia và Lauri Ojala (2017)

Bài viết tiến hành nghiên cứu các yếu tố quyết định việc lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ của các doanh nghiệp tại Phần Lan, ngoài các yếu tố chính như chi phí, độ tin cậy và mức độ dịch vụ, nghiên cứu còn khảo sát thêm các yếu tố như vai trò của khả năng chia sẻ thông tin và các vấn đề về môi trường. Hơn nữa, các yếu tố lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ còn được kiểm tra dựa trên quy mô công ty, ngành và chiến lược định hướng của công ty để xem liệu định hướng chiến lược của công ty có ảnh hưởng đến các tiêu chí lựa chọn nhà vận chuyển hay không.

Theo nghiên cứu của Tomi Solakivia và Lauri Ojala (2017), từ những kết quả nghiên cứu trước, tác giả nhận ra rằng các công ty với chiến lược định hướng đề cao giá có xu hướng ảnh hưởng bởi yếu tố giá hơn các công ty khác và các công ty định hướng môi trường đề cao yếu tố môi trường hơn khi đưa ra quyết định lựa chọn hãng tàu.

Hình 2.8. Mô hình nghiên cứu của Tomi Solakivia và Lauri Ojala (2017)



Nguồn: Tomi Solakivia và Lauri Ojala 2017

2.3.4 Hành vi lựa chọn của người gửi hàng khi lựa chọn phương thức vận tải: tập trung nghiên cứu tại khu vực Đông Nam Á của Chia-Hsun CHANG và Vinh V. THAI (2017)

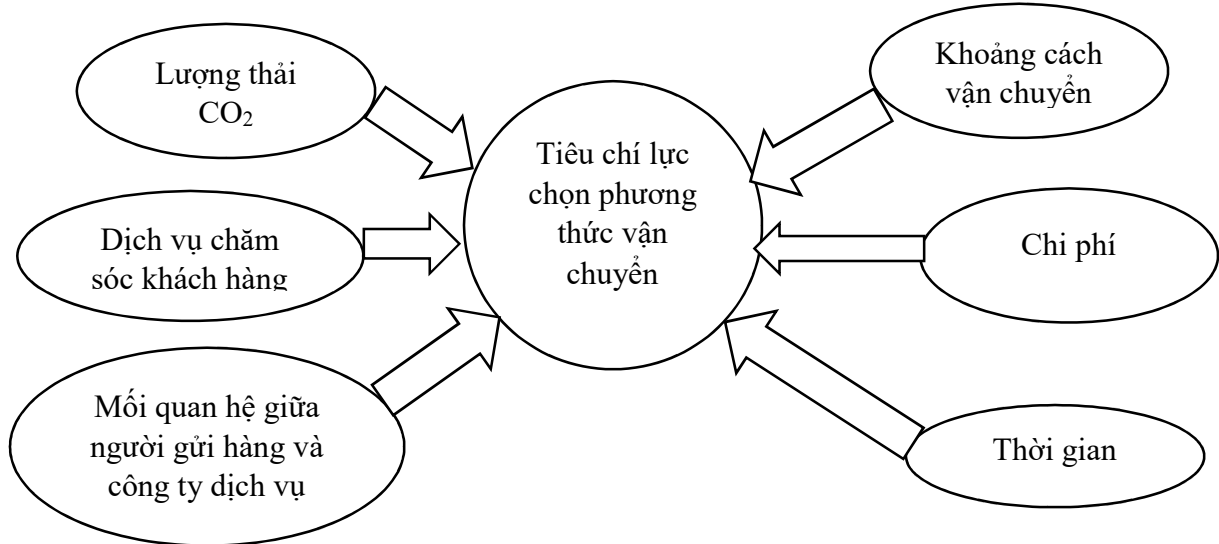
Nghiên cứu của tại các nước Đông Nam Á của Chia-Hsun CHANG và Vinh V. THAI (2017) xem xét hành vi lựa chọn phương thức vận tải của người gửi hàng thông qua phân tích 6 yếu tố bao gồm khoảng cách vận chuyển, chi phí, thời gian, lượng thải CO₂ ra không khí, dịch vụ chăm sóc khách hàng và mối liên hệ giữa người gửi hàng và công ty dịch vụ trong khu vực Đông Nam Á

Thông qua phương pháp phân tích, kết quả cho thấy với các tuyến Singapore - Malaysia và Thái Lan - Myanmar tốt hơn nên chọn phương thức vận tải đường bộ, trong khi vận tải bằng đường biển sẽ là lựa chọn ưu tiên trên các tuyến Singapore - Thái Lan,

Singapore - Việt Nam, Singapore - Campuchia, Singapore - Myanmar, Thái Lan - Malaysia và Thái Lan - Campuchia.

Nghiên cứu chỉ ra rằng, chi phí là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến quyết định của người bán, lượng khí thải CO₂ vào không khí chiếm tỷ trọng nhỏ đến quyết định nhưng có thể sẽ thay đổi nếu chính phủ có các chính sách để bảo vệ môi trường.

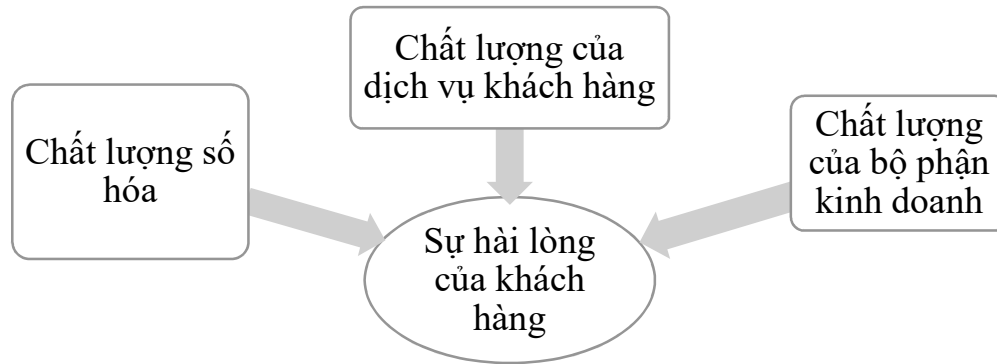
Hình 2.9. Mô hình nghiên cứu của Chia-Hsun CHANG và Vinh V. THAI (2017)



Nguồn: Chia-Hsun CHANG và Vinh V. THAI 2017

2.3.5 Nghiên cứu các đặc điểm của ngành vận tải bằng container ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng của tác giả Enna HIRATA (2018)

Nghiên cứu đã cho thấy chất lượng của dịch vụ khách hàng, chất lượng số hóa và chất lượng của bộ phận kinh doanh là các đặc điểm dịch vụ quan trọng ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng. Nghiên cứu cho thấy kỹ thuật số hóa đang dần trở thành một trong ba đặc điểm dịch vụ hỗ trợ được quan tâm.

Hình 2.10. Mô hình nghiên cứu của Enna HIRATA (2018)

Nguồn: Enna HIRATA 2018

Bảng 2.1. Tổng hợp các nghiên cứu

Các nhân tố ảnh hưởng	Tác giả
Chi phí	Brooks (1983); Pedersen và Gray (1998); Premeaux (2007); Barthel và cộng sự (2010); Yuen, Kum Fai; Thai, Van Vinh (2015); Tomi Solakivia và Lauri Ojala (2017); Chia-Hsun CHANG và Vinh V. THAI (2017)
Thời gian vận chuyển	Brooks (1983); Pedersen và Gray (1998); Lu, C. S. (2003); Barthel và cộng sự (2010); Lixin Shen; K. Mathiyazhagan; Devika Kannan; Wang Ying (2015); Chia-Hsun CHANG và Vinh V. THAI (2017) Yuen, Kum Fai; Thai, Van Vinh (2015)
Nhóm nhân tố về dịch vụ	Pedersen và Gray (1998); Wong, P. C. C (2007); Barthel và cộng sự (2010); Lixin Shen; K. Mathiyazhagan; Devika Kannan; Wang Ying (2015); Tomi Solakivia và Lauri Ojala (2017); Chia-Hsun CHANG và Vinh V. THAI (2017); Enna HIRATA (2018)
Mức độ đáp ứng	Brooks (1983); Lu, C. S. (2003); Wong, P. C. C (2007); Yuen, Kum Fai; Thai, Van Vinh (2015); Lixin Shen; K. Mathiyazhagan; Devika Kannan; Wang Ying (2015)

Các nhân tố ảnh hưởng	Tác giả
Độ tin cậy	Premeaux (2007); Wong, P. C. C (2007) Tomi Solakivia và Lauri Ojala (2017) Enna HIRATA (2018)
Mối quan hệ	Brooks (1983); Wong, P. C. C (2007); Chia-Hsun CHANG và Vinh V. THAI (2017)
Nhóm nhân tố về độ an toàn	Pedersen và Gray (1998)
Địa điểm vận chuyển	Wong, P. C. C (2007), Chia-Hsun CHANG và Vinh V. THAI (2017)
Độ chính xác của chứng từ	Lu, C. S. (2003)
Mối quan hệ với hải quan	Wong, P. C. C (2007)
Lượng thải CO ₂ ra không khí	Chia-Hsun CHANG và Vinh V. THAI (2017)
Chất lượng của bộ phận kinh doanh	Enna HIRATA (2018)

Nguồn: tác giả tự tổng hợp

Từ các nghiên cứu trước, có thể thấy các nhân tố có ảnh hưởng thường xuyên đến quyết định của khách hàng bao gồm nhân tố chi phí, thời gian vận chuyển, chất lượng dịch vụ, mức độ đáp ứng, mức độ tin cậy, ... Bên cạnh đó, do sự thay đổi của thị trường, thời điểm nghiên cứu nên có các nhân tố mới được phát hiện như lượng thải CO₂, chất lượng của bộ phận kinh doanh, ...

2.4. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu đề xuất

2.4.1 Mô hình nghiên cứu đề xuất

Quá trình lựa chọn hãng tàu là một quá trình gồm nhiều bên tham gia đưa ra quyết định dựa trên nhiều yếu tố ảnh hưởng. Các bên ảnh hưởng đến quyết định bao gồm người gửi hàng, người nhận hàng, bên vận chuyển, bên cung cấp dịch vụ logistics và các bên thứ 3 khác nếu có.

Việc lựa chọn hãng vận chuyển đều tiến đến mục đích tối đa hóa lợi nhuận và nâng cao hiệu quả của chuỗi cung ứng. Phần lớn các nghiên cứu đều chỉ ra yếu tố “chi phí” có ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến quyết định của khách hàng

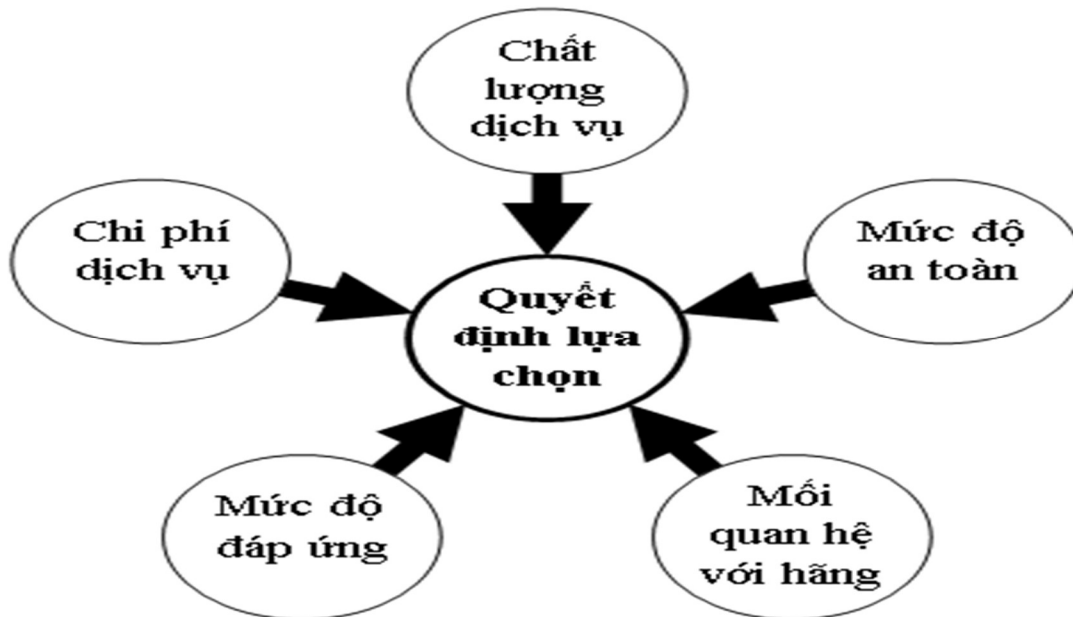
Nghiên cứu này xây dựng mô hình dựa trên nghiên cứu của Brooks (1983), nghiên cứu của Pedersen và Gray (1998), Premeaux (2007), mô hình nghiên cứu của Shen và

cộng sự (2015). Trên nền tảng cùng là nghiên cứu quyết định lựa chọn dịch vụ vận tải biển, đây sẽ là những cơ sở lý thuyết vững chắc giúp nghiên cứu vận dụng mô hình phù hợp với điều kiện nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định của các công ty xuất nhập khẩu tại Tp. Hồ Chí Minh. Mô hình này, tác giả xây dựng các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu thành 5 nhóm chính:

- Nhóm chi phí dịch vụ
- Nhóm chất lượng dịch vụ
- Nhóm độ đáp ứng của dịch vụ
- Nhóm độ an toàn của dịch vụ
- Nhóm mối quan hệ với hãng tàu

Tương ứng với 5 yếu tố cũng chính là 5 biến độc lập ảnh hưởng đến biến phụ thuộc chính là quyết định của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh trong việc lựa chọn hãng tàu. Những biến độc lập này sẽ được đưa vào nghiên cứu định tính để xây dựng thang đo và bảng khảo sát chính thức.

Hình 2.11 Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả đề xuất

2.4.2. Giả thuyết nghiên cứu

Thông qua cơ sở lý luận, mô hình nghiên cứu tập trung phân tích, đo lường sự tác động của các thành phần bao gồm: chi phí dịch vụ, chất lượng dịch vụ, độ đáp ứng của dịch vụ, độ an toàn, mối quan hệ với hãng tàu.

Chi phí dịch vụ cạnh tranh: Chi phí dịch vụ là số tiền mà doanh nghiệp phải trả để vận chuyển hàng hóa từ nơi này sang nơi khác cho dù bằng đường bộ, đường biển hay đường hàng không. Xác định mức giá phù hợp sẽ giúp hãng tàu sẽ giúp thu hút được nhiều khách hàng, duy trì nguồn khách hàng trung thành, đảm bảo về lợi nhuận và khai thác được tối đa lượng hàng hóa trên một chuyến tàu.

Có thể xem đây là một trong những nhân tố chủ yếu tác động đến hoạt động kinh doanh của các hãng tàu. Chi phí dịch vụ ở đây thường được các hãng tàu chia ra làm hai phần:

Thứ nhất là cước phí ở chặng chính, hay còn gọi là giá cước. Cước vận chuyển hàng hóa đường biển là các chi phí được tính trên một container hoặc là 1 mét khối hàng hóa để vận chuyển hàng hóa từ địa chỉ người gửi tới địa chỉ người nhận. Tùy vào sự khác nhau giữa các tuyến đường, số lượng, trọng lượng, hãng tàu, forwarder mà giá cước vận chuyển không cố định, có thể chênh lệch

Thứ hai, chính là các loại phụ phí ngoài giá cước mà hãng tàu sẽ thu, đây là các khoản phí tính thêm vào cước biển trong biểu giá của hãng tàu như phí seal, phí xếp dỡ hàng hóa (THC), phí chứng từ (BL fee), ... mục đích của các khoản phụ phí này là để bù đắp cho những chi phí phát sinh thêm hay doanh thu giảm đi do những nguyên nhân cụ thể nào đó của hãng tàu (như giá nhiên liệu tăng, bốc xếp hàng tại cảng, làm chứng từ...).

Thông qua những nghiên cứu trước và các phân tích phía trên, tác giả đưa ra giả thuyết thứ nhất H1 như sau:

Giả thuyết H1: Chi phí dịch vụ cạnh tranh có tác động thuận chiều đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.

Chất lượng dịch vụ: có thể đánh giá chất lượng dịch vụ dựa trên 2 góc độ của nhà cung cấp dịch vụ và khách hàng.

Theo góc độ nhà cung cấp dịch vụ, chất lượng dịch vụ là việc bảo đảm cung cấp dịch vụ theo đúng kịch bản với kỹ năng nghiệp vụ cao của nhân viên cung ứng và đội ngũ cán bộ quản lí.

Từ góc độ khách hàng, chất lượng dịch vụ là việc dịch vụ tổng thể của doanh nghiệp mang lại chuỗi lợi ích và thỏa mãn đầy đủ nhu cầu mong đợi, làm hài lòng khách hàng trong quá trình tiêu dùng dịch vụ, tương xứng với chi phí khách hàng bỏ ra.

Chất lượng dịch vụ được đánh giá thông qua các yếu tố như mức độ tin cậy - Reliability (cung cấp các dịch vụ như cam kết), sự phản hồi – Responsiveness (khả năng liên kết giữa nhân viên và khách hàng), năng lực phục vụ – Assurance (kỹ năng, trình độ chuyên môn của nhân viên), sự cảm thông – Empathy (sự quan tâm, sự sẵn lòng thương lượng về giá) và các yếu tố hữu hình – Tangibles (con người, biểu tượng, ...)

Trong nghiên cứu của Shen và cộng sự. (2015) chất lượng dịch vụ vận tải đã được chứng minh là có ảnh hưởng quan trọng đến quyết định lựa chọn của khách hàng, từ đó tác giả đưa ra giả thuyết thứ hai H2 như sau:

Giả thuyết H2: Chất lượng dịch vụ có tác động thuận chiều với quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.

Độ đáp ứng của dịch vụ: là khả năng hãng tàu đáp ứng các nhu cầu cơ bản của khách hàng như là các yêu cầu về loại cont, chỗ trên tàu, lịch tàu, ứng dụng công nghệ thông tin, việc hạ bãi theo nhu cầu của khách hàng, thời gian vận chuyển.

Với các mặt hàng nông sản như hàng gạo, khách hàng luôn yêu cầu cont 20ft, sạch tốt để có thể đóng đủ thể tích cont mà không làm hư hỏng cont. Đối với hàng đi Úc, cont sạch tốt là yêu cầu quan trọng hàng đầu do những quy định khắt khe trong việc nhập khẩu. Các mặt hàng với thể tích lớn phải đóng trong cont 40ft hay hàng thủy hải sản, trái cây phải được đóng trong cont lạnh, đó là những yêu cầu cơ bản mà tất cả các hãng tàu phải đáp ứng cho khách hàng.

Bên cạnh đó, nếu khách hàng có nhu cầu vận chuyển hàng siêu trường, siêu trọng, hàng quá khổ, hãng tàu phải đảm bảo việc đáp ứng được thiết bị cho việc đóng hàng của khách, hướng dẫn khai báo và cung cấp chứng từ phù hợp.

Trong nghiên cứu của Premeaux (2007), Barthel và cộng sự (2010), các yêu cầu về chỗ trên tàu, lịch trình tàu chạy, tra cứu thông tin được đánh giá là những yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn của khách hàng. Khách hàng không thể lựa chọn hãng tàu nếu không biết tình trạng chỗ trên tàu, tình hình cont thực tế.

Từ những phân tích trên đây, tác giả đưa ra giả thuyết thứ ba H3 như sau:

Giả thuyết H3: Mức độ đáp ứng của dịch vụ có tác động thuận chiều với quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.

Độ an toàn: Trong quá trình sử dụng bất kỳ dịch vụ nào, độ an toàn của dịch vụ luôn là ưu tiên hàng đầu, nhất là trong lĩnh vực vận tải. Các đánh giá thường được đưa ra dựa trên các sự cố của đơn vị, cách giải quyết khiếu nại của khách hàng. Bên cạnh đó, thái độ phục vụ của nhân viên cũng ảnh hưởng đến khách hàng, việc nhân viên niềm nở, nhiệt tình, sẵn sàng hướng dẫn, giải đáp các khiếu nại của khách hàng với thái độ chân thành, chu đáo cũng góp phần tạo niềm tin cho khách hàng khi lựa chọn dùng dịch vụ của doanh nghiệp.

Trong nghiên cứu của Tuna (2002) tại Thổ Nhĩ Kỳ và nghiên cứu của Kofteci cùng cộng sự (2010) tại thị trường này đã chứng minh sự ảnh hưởng thuận chiều của yếu tố độ an toàn đến quyết định lựa chọn hãng tàu của khách hàng, từ đó, tác giả đưa ra giả thuyết H4 như sau:

Giả thuyết H4: Độ an toàn có ảnh hưởng thuận chiều đối với quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.

Mối quan hệ với hãng tàu: Mối quan hệ với hãng tàu được xem là mối quan hệ cộng tác, đôi bên cùng có lợi. Nếu khách hàng có mối quan hệ tốt với hãng tàu (khách VIP) sẽ được nhận các đãi ngộ khác với các khách hàng khác, họ sẽ được ưu tiên chỗ, giá cước,

công nợ. Bên cạnh đó, hãng tàu sẽ nhận được các cam kết về sản lượng hàng hóa, khách hàng ổn định.

Do đó các doanh nghiệp hiện nay rất chú trọng vào khâu này, việc tạo mối quan hệ tốt với các hãng tàu không chỉ giúp công ty có được lợi thế trong việc đặt chỗ mà còn tạo uy tín trên thị trường trong việc giao hàng đúng hạn cho khách.

Trong bài nghiên cứu Pedersen và Gray (1998) thực hiện nghiên cứu các tiêu chí lựa chọn hãng tàu của những nhà xuất khẩu tại Na Uy đã chứng minh ảnh hưởng thuận chiều của yếu tố mối quan hệ với hãng tàu. Từ những lập luận trên tác giả đưa ra giả thuyết H5:

Giả thuyết H5: Mối quan hệ với hãng tàu có ảnh hưởng thuận chiều đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.

Bảng 2.2 Bảng tổng hợp các giả thuyết nghiên cứu của mô hình đề xuất

Ký hiệu	Nội dung
H1	<i>Giả thuyết H1: Chi phí dịch vụ cạnh tranh có tác động thuận chiều đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.</i>
H2	<i>Giả thuyết H2: Chất lượng dịch vụ có tác động thuận chiều với quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.</i>
H3	<i>Giả thuyết H3: Mức độ đáp ứng của dịch vụ có tác động thuận chiều với quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.</i>
H4	<i>Giả thuyết H4: Độ an toàn có ảnh hưởng thuận chiều đối với quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.</i>
H5	<i>Giả thuyết H5: Mối quan hệ với hãng tàu có ảnh hưởng thuận chiều đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.</i>

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

SƠ KẾT CHƯƠNG 2

Chương 2 tác giả đã tổng hợp lý thuyết liên quan đến các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu, đồng thời đề xuất mô hình nghiên cứu. Chương kế tiếp, tác giả sẽ tiến hành nghiên cứu khám phá bằng phương pháp định tính nhằm đưa ra mô hình nghiên cứu phù hợp với các hãng tàu đang hoạt động trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh, đồng thời thiết lập giả thuyết nghiên cứu và hiệu chỉnh thang đo, sau đó sẽ đưa ra phương pháp hồi quy tuyến tính dự kiến.

CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Quy trình nghiên cứu

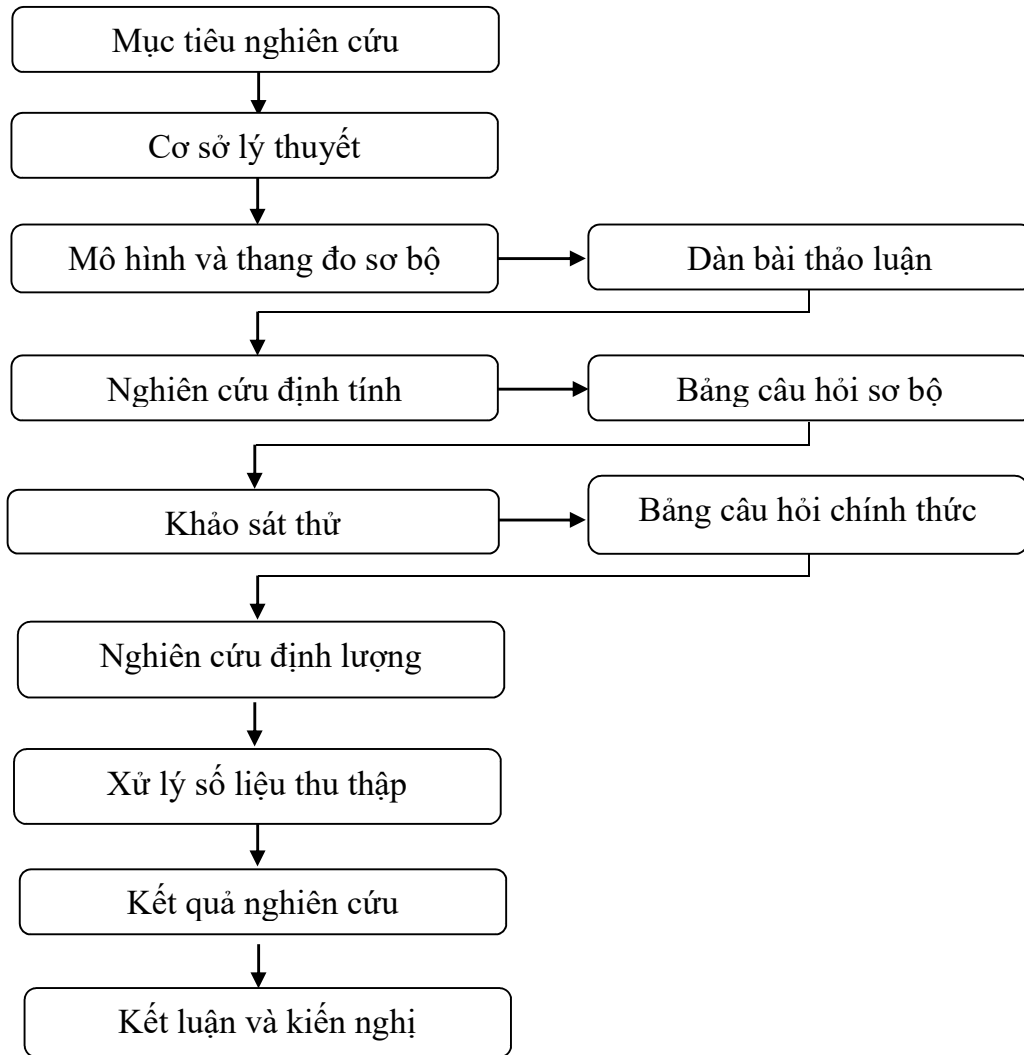
- Nghiên cứu sơ bộ:

Trong quá trình nghiên cứu sơ bộ, để tìm kiếm và kiểm tra các biến có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty Xuất nhập khẩu tại khu vực Tp. Hồ Chí Minh, tác giả đã tập trung vào việc nghiên cứu và tổng hợp các mô hình, lý thuyết và các công trình nghiên cứu có liên quan đã được công bố trước đây. Thông qua nghiên cứu tác giả đã tự tổng hợp được 22 biến tác động đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu. Đồng thời để đánh giá sự hợp lý của mô hình, tác giả đã thực hiện trao đổi hỏi ý kiến của 10 chuyên gia thực hiện hoạt động liên quan đến thuê phương tiện vận tải biển tại các công ty xuất nhập khẩu, hãng tàu. Với kinh nghiệm lâu năm trong ngành, các chuyên gia đã đưa ra những nhận định, ý kiến giá trị về mô hình. Từ kết quả nghiên cứu thông qua trao đổi với các chuyên viên, số biến tác động tăng từ 22 lên 26 biến ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp Hồ Chí Minh.

- Nghiên cứu chính thức

Trong nghiên cứu chính thức, tác giả thực hiện bằng phương pháp định lượng. Sau khi nghiên cứu các mô hình, lý thuyết đã được công bố trước đây, cùng sự góp ý của các chuyên gia, tác giả đã hoàn thiện được mô hình nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 mức độ để đo lường mức độ quan trọng của các yếu tố. Khảo sát định lượng sẽ được thực hiện thông qua việc gửi email đến các nhân viên thuộc bộ phận chịu trách nhiệm thuê tàu để vận tải hàng hóa tại các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh. Kết quả khảo sát sẽ được nhập liệu và xử lý sơ bộ qua phần mềm Microsoft Excel sau đó sử dụng phần mềm SPSS để tiến hành kiểm định, phân tích hồi quy.

Dựa trên lý thuyết và phương pháp nghiên cứu được trình bày ở trên, quy trình nghiên cứu được đề xuất như sau:

Hình 3.1 Quy trình nghiên cứu

Nguồn: tác giả tự tổng hợp

3.2 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện qua 2 giai đoạn chính: nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức.

Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện bằng phương pháp định tính để xác định biến quan sát. Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng nghiên cứu định lượng.

3.2.1. Nghiên cứu định tính.

Nghiên cứu này được thực hiện như sau: Lấy ý kiến chuyên gia và phỏng vấn. Các chuyên gia được phỏng vấn là các nhân viên có kinh nghiệm làm việc trong lĩnh vực vận

chuyển đường biển tại các hãng tàu, công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn TP.HCM nhằm xác định tập biến quan sát cho đề tài nghiên cứu. Tổng cộng có 6 chuyên gia làm việc tại các công ty xuất nhập khẩu và 4 chuyên gia làm việc tại các hãng tàu.

Dựa vào nghiên cứu, tác giả tổng hợp được 26 biến quan sát được nhận xét là có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu. Mục đích của nghiên cứu này nhằm xây dựng bản phỏng vấn và hiệu chỉnh thang đo, kết quả sau khi thảo luận như sau: Các gợi ý đưa ra để đo lường thang đo hầu như đều khá đầy đủ, tuy nhiên các chuyên gia cũng đã thêm 4 biến quan sát mới. Từ kết quả nghiên cứu định tính, tập biến quan sát được mở rộng thành 26 biến quan sát.

3.2.2. Nghiên cứu định lượng

3.2.2.1. Nghiên cứu định lượng sơ bộ

Sau khi đã thực hiện nghiên cứu khám phá, tác giả tiến hành khảo sát định lượng sơ bộ 10 mẫu bằng phương pháp online hoặc trực tiếp để đảm bảo đối tượng khảo sát đã hiểu rõ nội dung định khảo sát.

Nội dung và hình thức các phát biểu trong thang đo nháp sẽ được đánh giá nhằm hoàn chỉnh thang đo được dùng trong nghiên cứu chính thức. Trong đó nhiệm vụ quan trọng của bước này là đánh giá người được phỏng vấn có hiểu được các phát biểu hay không? Từ đó, loại bỏ những biến không phù hợp và đưa ra bảng câu hỏi chính thức.

3.2.2.2. Nghiên cứu định lượng chính thức

Sau khi có các yếu tố khách hàng quan tâm khi lựa chọn hãng tàu, tác giả tiến hành khảo sát chính thức với nhiều đối tượng, thu thập và thống kê ý kiến thông qua bảng hỏi.

Bảng câu hỏi đã được gửi trực tiếp và gián tiếp cho các chuyên gia, các nhân viên đang làm việc tại các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh. Kết quả dữ liệu thu được sẽ được làm sạch và xử lý bằng phần mềm SPSS 22.0.

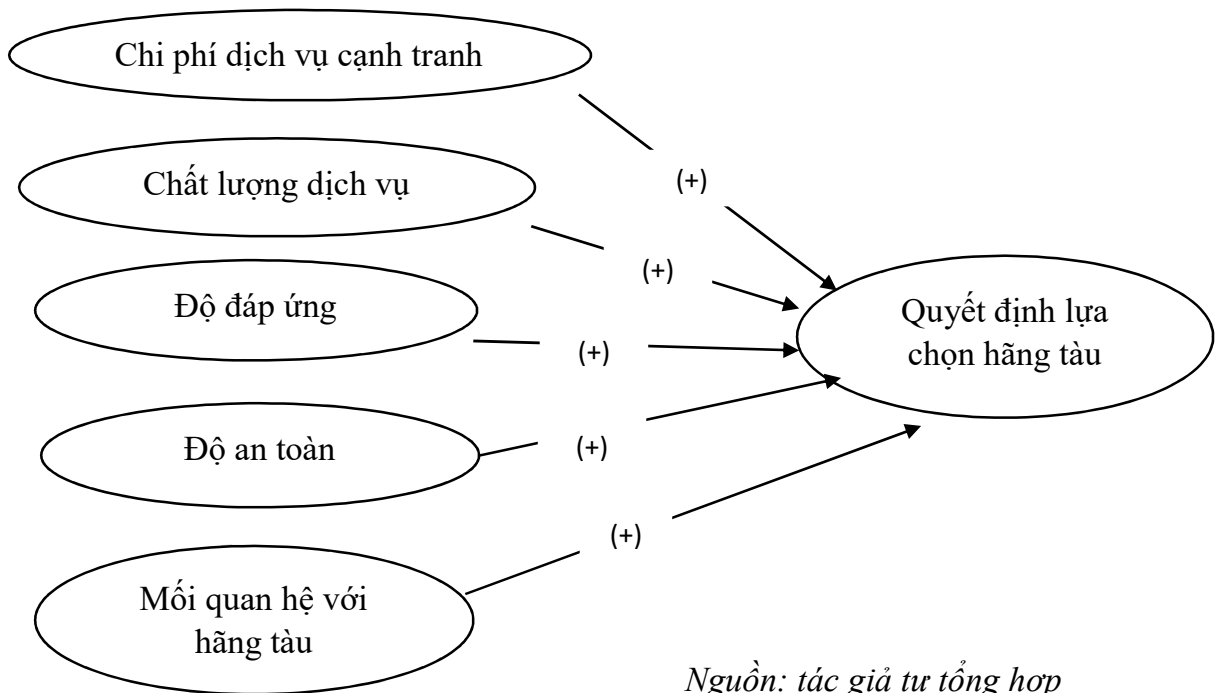
3.3 Diễn đạt và mã hóa thang đo

3.3.1. Xây dựng thang đo:

Thang đo được dùng để làm cơ sở cho việc nghiên cứu định lượng. Các câu hỏi đều sẽ được xây dựng theo thang đo Likert bậc 5, biểu thị mức độ đồng ý của người tham gia khảo sát. Trong đó, mức 1- hoàn toàn không đồng ý, 5- hoàn toàn đồng ý, 3- mức bình thường.

Mô hình nghiên cứu của Pedersen và Gray (1998) đã thực hiện nghiên cứu tại nước ngoài, nền văn hóa và cơ sở vật chất của các nước này và Việt Nam hoàn toàn có sự khác biệt, do đó, tác giả đã thực hiện nghiên cứu định tính nhằm tìm ra các yếu tố phù hợp với người Việt Nam. Kết quả nghiên cứu định tính cho thấy các yếu tố sau: chi phí vận chuyển cạnh tranh, chất lượng dịch vụ, độ an toàn, độ đáp ứng và mối quan hệ với hãng tàu hoàn toàn phù hợp với hành vi lựa chọn của người Việt Nam, trên cơ sở kế thừa mô hình nghiên cứu của Pedersen và Gray (1998).

Hình 3.2 Xây dựng thang đo



Chi phí dịch vụ (Cost of service)

Theo nghiên cứu của Pedersen và Gray (1998), Premeaux (2007), Wong, (2007) nhân tố chi phí vận chuyển được đánh giá dựa trên các biến sau: Cước cạnh tranh, sự sẵn

lòng thương lượng về giá, tổng chi phí vận chuyển thấp, có nhiều chương trình khuyến mãi, cước phí linh hoạt.

Bảng 3.1 Thang đo chi phí dịch vụ

Ký hiệu	CHI PHÍ DỊCH VỤ (Cost of service)	Nguồn tham khảo
COS1	Cơ cấu chi phí rõ ràng	Wong, (2007)
COS2	Sự sẵn lòng thương lượng về giá	Wong, (2007)
COS3	Tổng chi phí vận chuyển thấp	Pedersen và Gray (1998)
COS4	Có nhiều chương trình khuyến mãi	Pedersen và Gray (1998)
COS5	Cước phí linh hoạt	Premeaux (2007)

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ những nghiên cứu trước

Chất lượng dịch vụ (Quality of service):

Trong nghiên cứu của Enna HIRATA (2018) đã cho thấy chất lượng của dịch vụ khách hàng là đặc điểm dịch vụ quan trọng ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn của khách hàng. Nhân tố này được nghiên cứu thông qua 6 biến như sau: Khả năng đáp ứng của bộ phận chăm sóc khách hàng, dễ dàng liên hệ, có thái độ đúng mực với khách hàng, kiến thức trong công việc, khả năng giải quyết vấn đề, cập nhật thông tin thường xuyên cho khách hàng.

Bảng 3.2 Thang đo chất lượng dịch vụ

Ký hiệu	CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ (Quality of service)	Nguồn tham khảo
QS1	Khả năng đáp ứng của bộ phận chăm sóc khách hàng	Yuen, Kum Fai; Thai, Van Vinh (2015)
QS2	Dễ dàng liên hệ	Enna HIRATA (2018)
QS3	Có thái độ đúng mực với khách hàng	Enna HIRATA (2018)
QS4	Kiến thức trong công việc	Enna HIRATA (2018)
QS5	Khả năng giải quyết vấn đề, khiếu nại một cách nhanh chóng	Lu, C. S. (2003)
QS6	Cập nhật thông tin thường xuyên cho khách hàng	Tomi Solakivia và Lauri Ojala (2017)

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ nghiên cứu trước

Mức độ đáp ứng (Responsiveness):

Theo phân tích và các nghiên cứu trước đó, tác giả đánh giá yếu tố Độ đáp ứng thông qua các biến sự sẵn có của thiết bị (cont), chỗ trên tàu mẹ/ tàu nối, lịch tàu, thời gian vận chuyển, ứng dụng công nghệ thông tin, việc hạ bãi theo nhu cầu của khách hàng.

Bảng 3.3 Thang đo mức độ đáp ứng

Ký hiệu	MỨC ĐỘ ĐÁP ỨNG (Responsiveness)	Nguồn tham khảo
RS1	Sự sẵn có của thiết bị (cont)	Wong (2007)
RS2	Chỗ trên tàu mẹ/ tàu nối	Lu (2003)
RS3	Lịch tàu phù hợp	Premeaux (2007), Barthel và cộng sự (2010)
RS4	Thời gian vận chuyển ngắn	Pederson & Gray (1998)
RS5	Ứng dụng công nghệ thông tin	Lu (2003); Premeaux (2007)
RS6	Việc hạ bãi theo nhu cầu của khách hàng	Wong, P. C. C (2007)

Nguồn: Tác giả dựa vào những nghiên cứu trước và có chỉnh sửa

Mức độ an toàn (Safety):

Dựa vào nghiên cứu của Tuna (2002) tại Thổ Nhĩ Kỳ, độ an toàn của dịch vụ cũng đóng vai trò lớn trong quá trình ra quyết định của khách hàng. Thang đó được đánh giá dựa trên các biến sau: mức độ tổn thất, hư hỏng của hàng hóa thấp, khả năng điều phối hàng hóa ở cảng trung chuyển, kiểm soát được thời gian giao hàng, kiến thức về cầu cảng.

Bảng 3.4 Thang đo mức độ an toàn

Ký hiệu	MỨC ĐỘ AN TOÀN (Safety)	Nguồn tham khảo
SF1	Mức độ tổn thất, hư hỏng của hàng hóa thấp	Pedersen và Gray (1998)
SF2	Khả năng điều phối hàng hóa ở cảng trung chuyển	Pedersen và Gray (1998)
SF3	Kiểm soát được thời gian giao hàng	Pedersen và Gray (1998)
SF4	Kiến thức về cầu cảng	Enna HIRATA (2018)
SF5	Cập nhật thông tin thường xuyên cho khách	Premeaux (2007)

Nguồn: Tác giả dựa vào những nghiên cứu trước và có chỉnh sửa

Mối quan hệ với hãng tàu (Relation):

Theo nghiên cứu của Pedersen và Gray (1998) và Premeaux (2007), mối quan hệ với hãng tàu thuộc về nhóm nhân tố dịch vụ, tuy nhiên, theo khảo sát từ chuyên gia, nhân tố này cũng có tác động đến quyết định lựa chọn của khách hàng. Nhân tố này được đánh giá dựa trên các biến: Ưu tiên về chỗ trên tàu, được hỗ trợ công nợ, nhận được nhiều khuyến mãi/ giá đặc biệt, quá trình hợp tác trong quá khứ.

Bảng 3.5 Thang đo mối quan hệ với hãng tàu

Ký hiệu	MỐI QUAN HỆ VỚI HÃNG TÀU (Relation)	Nguồn tham khảo
RL1	Ưu tiên về chỗ trên tàu	Pedersen và Gray (1998)
RL2	Được hỗ trợ công nợ	Chia-Hsun CHANG và Vinh V. THAI (2017)
RL3	Nhận được nhiều khuyến mãi/ giá đặc biệt	Pedersen và Gray (1998)
RL4	Quá trình hợp tác trong quá khứ	Premeaux (2007)

Nguồn: Tác giả dựa vào những nghiên cứu trước và có chỉnh sửa

Thang đo biến phụ thuộc (Decision):

Thang đo biến phụ thuộc cũng được đo dựa trên thang đo Likert 5 cấp độ tương tự thang đo biến độc lập đồng thời các yếu tố trong thang đo này cũng được tác giả tổng hợp từ những nghiên cứu trước, được tổng hợp trong bảng sau:

Bảng 3.6 Thang đo biến phụ thuộc

Ký hiệu	Quyết định lựa chọn hãng tàu (Decision)	Nguồn tham khảo
DC1	Thấy hài lòng với hãng tàu cung cấp dịch vụ vận tải biển hiện tại	Enna HIRATA (2018)
DC2	Thấy việc lựa chọn hãng tàu này là quyết định đúng đắn	Enna HIRATA (2018)
DC3	Muốn tiếp tục sử dụng dịch vụ của hãng tàu hiện tại	Tomi Solakivia và Lauri Ojala (2017)
DC4	Sẽ giới thiệu hãng tàu này đến các đối tác khác	Tomi Solakivia và Lauri Ojala (2017)

Nguồn: Tác giả dựa vào những nghiên cứu trước và có chỉnh sửa

3.3.2. Thiết kế bảng hỏi

Sau khi đã xác định được vấn đề nghiên cứu và những biến quan sát cần thiết thông qua nghiên cứu định tính, tác giả xây dựng phiếu khảo sát để lấy ý kiến từ các chuyên

viên của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh. Phiếu khảo sát chuyên viên gồm 2 phần:

Phần I: Bao gồm những thông tin cá nhân như: họ tên, chức vụ, lĩnh vực hoạt động của công ty, ... để đảm bảo tính chính xác của cuộc phỏng vấn.

Phần II: Phần này sẽ tập trung khai thác ý kiến của các chuyên gia, nhằm tìm hiểu ý kiến của các chuyên gia về sự phù hợp của các biến có trong mô hình. Các câu hỏi được chia làm hai dạng là đồng ý/ không đồng ý hoặc dạng câu hỏi mở để các chuyên viên thể hiện rõ quan điểm của mình hơn. Và kết quả vòng phỏng vấn cho thấy 26 biến quan sát được đưa vào mô hình.

Tiếp đến là xây dựng bảng hỏi khảo sát chính thức để đưa vào nghiên cứu định lượng. Dựa trên bảng hỏi đã được góp ý bởi các chuyên gia, tác giả hoàn thiện bảng khảo sát chính thức. Bảng hỏi này gồm ba phần chính đó chính là thông tin cá nhân, thông tin của công ty và ý kiến khảo sát. Thông tin cá nhân và thông tin của công ty là để đảm bảo tính chính xác của dữ liệu, và phần ý kiến khảo sát sẽ được sử dụng trong nghiên cứu định lượng.

3.3.3. Mô tả dữ liệu nghiên cứu

3.3.3.1. Kích thước mẫu khảo sát

Tùy vào nhu cầu và mục đích của chúng ta đối với những dữ liệu thu thập được thì kích thước mẫu cũng sẽ khác nhau. Đối với vấn đề nghiên cứu càng đa dạng, phức tạp thì kích thước mẫu cần thu thập càng lớn, không chỉ vậy, việc có mẫu nghiên cứu càng lớn sẽ giúp cho kết quả nghiên cứu có độ chính xác càng cao.

Theo Ajzen (2011), để có thể phân tích nhân tố khám phá EFA cần thu thập dữ liệu với kích thước mẫu ít nhất 5 mẫu trên 1 biến quan sát, trong nghiên cứu này có 26 biến quan sát, do đó kích thước tối thiểu $n = 130$ mẫu, để tiến hành phân tích hồi quy, công thức kinh nghiệm thường dùng là $n \geq 8m + 50$ (Nguyễn Đình Thọ-2011), theo công thức này thì $n = 8 \cdot 26 + 50 = 208$ mẫu (m là số biến độc lập), do đó, cỡ mẫu tối thiểu là 130 mẫu. Tuy nhiên, đối tượng nghiên cứu là các nhân viên đang làm việc nên tác giả đã gửi 250

bảng hỏi để thu thập đủ mẫu và để mẫu mang tính đại diện cao. Thang đo Likert 5 mức độ từ hoàn toàn không đồng ý đến hoàn toàn đồng ý đã được sử dụng để thiết kế bản câu hỏi. Trong đó, mức 1- hoàn toàn không đồng ý, 5- hoàn toàn đồng ý, 3- mức bình thường.

3.3.3.2. Phương pháp chọn mẫu

Bởi vì giới hạn về mặt thời gian nghiên cứu nên để đảm bảo số lượng mẫu để thực hiện nghiên cứu, tác giả chọn mẫu ngẫu nhiên mẫu theo phương pháp thuận tiện phi xác suất. Ngoài ra, phương pháp chọn mẫu này cũng có những ưu điểm nhất định như tính đại diện cao, ít tốn kém, và có thể tiếp cận được đối tượng chính xác.

Để có đủ lượng mẫu cần thiết, tác giả tạo bảng khảo sát thông qua Google Form, bảng hỏi và gửi qua email.

3.4. Phương pháp phân tích dữ liệu thống kê

3.4.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha

Để tránh tạo ra những nhân tố giả khi phân tích nhân tố khám phá EFA cần phải kiểm định hệ số Cronbach's Alpha đối với từng nhân tố. Đây là phép kiểm định thống kê về mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau. Sau khi kiểm định chúng ta cần loại những biến không đạt yêu cầu và giữ lại những biến đạt yêu cầu cho những phân tích tiếp theo.

Hệ số Cronbach's Alpha có giá trị biến thiên trong đoạn $[0,1]$. Mức giá trị hệ số mà các nhà nghiên cứu cho rằng là có thể chấp nhận như sau:

- Từ 0,8 đến gần bằng 1: thang đo lường rất tốt.
- Từ 0,7 đến gần bằng 0,8: thang đo lường sử dụng tốt.
- Từ 0,6 trở lên: thang đo lường đủ điều kiện

Trên lý thuyết, nếu hệ số Cronbach's Alpha có giá trị cao nghĩa là thang đo đó sẽ có độ chính xác cao. Tuy nhiên, một số nghiên cứu đã chỉ ra rằng khi hệ số Cronbach's Alpha quá lớn, cụ thể là trên 95% thì có khả năng các biến trong thang đo không có sự khác biệt, đây được gọi là hiện tượng trùng lặp trong thang đo. Để giải quyết vấn đề này,

chúng ta cần phải xác định thêm hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item Total Correlation).

Hệ số tương quan biến tổng là hệ số tương quan của một biến với giá trị trung bình của các biến khác trong cùng một thang đo. Do đó, hệ số này càng cao thì mức tương quan giữa một biến với các biến khác trong cùng một nhóm sẽ cao, khi hệ số này thấp nghĩa là sự tương quan giữa các biến trong cùng một nhóm cũng thấp. Nếu hệ số tương quan biến tổng của hệ số nào có giá trị nhỏ hơn 0,3 thì cần bị loại khỏi mô hình.

3.4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Sau khi kiểm định độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha đối với từng nhân tố, các biến đủ điều kiện sẽ tiếp tục được đưa vào phân tích nhân tố khám phá EFA để xác định lại thang đo. Điều này sẽ giúp thang đo đảm bảo được tính đồng nhất sau khi loại bỏ những biến không đạt yêu cầu.

Sau khi kiểm định độ tin cậy của các biến bằng hệ số Cronbach's alpha và loại bỏ các biến trùng lặp, biến không phù hợp, các biến sẽ tiếp tục bằng việc phân tích nhân tố khám phá EFA để đánh giá giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo. Phương pháp phân tích này dựa trên mối tương quan giữa các biến với nhau với mục đích cuối cùng là rút gọn các biến có ý nghĩa hơn nữa. Nếu hệ số Cronbach's alpha phân tích quan hệ giữa các biến trong cùng một nhân tố thì EFA phân tích được nhiều biến của các nhân tố khác nhau, qua đó phát hiện được biến nào được đưa vào nhiều trong các biến hoặc biến nào được đặt sai vị trí nhân tố.

Các tiêu chí quan trọng cần được chú ý trong phân tích nhân tố khám phá EFA là hệ số KMO, kiểm định Bartlett, tổng phương sai trích và hệ số tải nhân tố. Cụ thể, hệ số KMO để xem xét sự thích hợp của nhân tố và đạt từ 0,5 trở lên và mức ý nghĩa quan sát nhỏ ($\text{sig} < 0,05$) thì nhân tố đó đủ điều kiện phân tích còn kiểm định Bartlett cho biết các biến có sự tương quan nhất định với nhau. Tổng phương sai nếu lớn hơn 50% thì mô hình phân tích EFA là phù hợp và hệ số tải nhân tố càng lớn thì mối quan hệ giữa biến quan

sát với nhân tố càng cao. Từ đó có thể thấy đây là kiểm định rất cần thiết để rút gọn, hoàn chỉnh mô hình.

3.4.3. Phân tích tương quan – hồi quy

3.4.3.1 Hệ số tương quan Pearson.

Đây là phân tích rất quan trọng trước khi thực hiện phân tích hồi quy tuyến cho mô hình. Mục đích của phân tích này là nhằm kiểm tra mối tương quan tuyến tính chặt chẽ giữa biến phụ thuộc với các biến độc lập, do để có thể hồi quy thì điều kiện cần thiết là các biến phải có mối tương quan với nhau. Kết quả phân tích nếu có hệ số tương quan Pearson càng tiến dần về 1 thì mối tương quan càng mạnh và ngược lại, nếu càng nhỏ thì các biến càng có ít mối liên hệ. Ngoài ra, kiểm định Pearson còn giúp nhận diện bước đầu được vấn đề đa cộng tuyến khi các biến độc lập có tương quan quá mạnh với nhau.

3.4.3.2 Phân tích hồi quy tuyến tính

Phân tích hồi quy tuyến tính được sử dụng để đánh giá mức độ ảnh hưởng của biến độc lập đến biến phụ thuộc, cho biết nhân tố nào đóng góp nhiều hay ít vào sự thay đổi của biến phụ thuộc, từ đó làm cơ sở đưa ra các kết luận và kiến nghị. Các chỉ số cần quan tâm của phân tích được thể hiện chủ yếu trong ba bảng về Model Summary, ANOVA và Coefficients. Trong đó, chỉ số R bình phương hiệu chỉnh cho biết mức độ ảnh hưởng của biến phụ thuộc vào các biến độc lập và thường lớn hơn 50% là kết quả chấp nhận được.

Do tổng thể nghiên cứu rất lớn, chúng ta chỉ có thể chọn ra một số mẫu nhất định đại diện cho tổng thể đó để tiến hành điều tra nên khi phân tích hồi quy, bảng ANOVA sẽ cho kết quả về kiểm định F xem mô hình hồi quy tuyến tính có phù hợp với tổng thể hay không. Còn các giá trị trong bảng Coefficients sẽ cho biết các biến có ý nghĩa với mô hình không, biến nào nên được giữ lại hay loại bỏ và biến nào ảnh hưởng nhiều nhất. Theo Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005), nghiên cứu sẽ sử dụng hệ số Beta được hiệu chỉnh cho mô hình hồi quy và để đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố khác nhau. Chỉ số VIF trong bảng này còn là cơ sở quan trọng để kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình.

3.4.4. Kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm thống kê

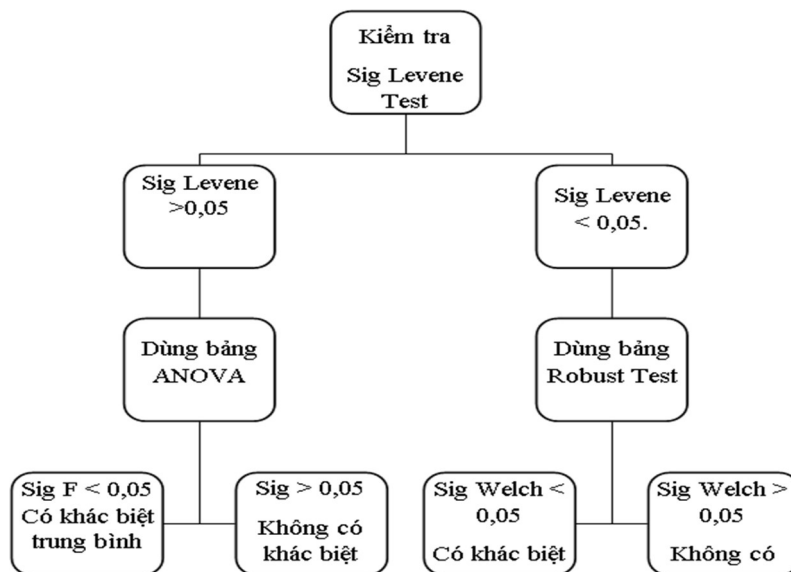
Sử dụng kiểm định ANOVA một chiều để kiểm định có hay không sự khác nhau trong đánh giá về quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh giữa các nhóm thống kê bao gồm: quy mô công ty, lĩnh vực hoạt động, thời gian hoạt động và lưu lượng hàng hóa trong một tháng.

Tuy nhiên, trước khi thực hiện kiểm định One Way ANOVA cần phải kiểm định Levene's Test sự bằng nhau của các phương sai tổng thể để xem xét mức độ đồng đều của dữ liệu quan sát.

Nếu $\text{Sig.} < 0,05$: Phương sai giữa các nhóm đối tượng khác nhau là khác nhau hay không có phân phối chuẩn, ta sử dụng bảng Robust Test để kết luận cho trường hợp này. Trong đó nếu $\text{Sig Welch} > 0,05$, ta kết luận không có sự khác biệt giữa các nhóm thống kê, nếu $\text{Sig Welch} < 0,05$, ta kết luận có sự khác biệt giữa các nhóm thống kê.

Nếu $\text{Sig.} \geq 0,05$: Phương sai không khác nhau hay có phân phối chuẩn, ta sẽ sử dụng bảng ANOVA để kết luận. Trong đó nếu $\text{Sig F} > 0,05$, ta kết luận không có sự khác biệt giữa các nhóm thống kê, nếu $\text{Sig F} < 0,05$, ta kết luận có sự khác biệt giữa các nhóm thống kê.

Hình 3.3. Quy trình kiểm định bằng phương pháp ANOVA



Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

3.5. Phương trình hồi quy tuyến tính dự kiến

Trên cơ sở thang đo các yếu tố đã hiệu chỉnh có ảnh hưởng đến kết quả phỏng vấn, ta có phương trình hồi quy tuyến tính dự kiến như sau:

Y: Quyết định lựa chọn hãng tàu.

X1: Chi phí vận chuyển.

X2: Chất lượng dịch vụ.

X3: Độ đáp ứng.

X4: Độ an toàn.

X5: Môi quan hệ với hãng tàu

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

Như vậy, phương trình hồi quy có 5 biến độc lập (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) và một biến phụ thuộc Y.

SƠ KẾT CHƯƠNG 3

Tác giả đã xây dựng phân thiết kế nghiên cứu, bao gồm từng bước để tiến hành nghiên cứu, tiến hành xây dựng hiệu chỉnh thang đo phù hợp với hành vi lựa chọn của người Việt Nam, đồng thời đã xây dựng mối quan hệ dự kiến của các biến độc lập và biến phụ thuộc, chương sau, tác giả sẽ tiến hành xử lý dữ liệu thu thập, phân tích dữ liệu và kiểm định thang đo, chạy hồi quy tuyến tính, cuối cùng là kiểm định ANOVA nhằm tìm cường độ của các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn.

Chương 3 đã khái quát quá trình hình thành thang đo và phương pháp phân tích dữ liệu. Thang đo được hình thành dựa trên thực tế nghiên cứu cũng như đề xuất của các nghiên cứu trước đó. Với 26 biến quan sát và xác định được cỡ mẫu là 130, đề tài đã sử dụng hai hình thức để thu thập dữ liệu là phỏng vấn thông qua bảng hỏi tại các công ty xuất nhập khẩu và gửi link phỏng vấn qua email, facebook.

Kết quả thu được sau khi được mã hóa các giá trị sẽ sử dụng những phân tích thông dụng như kiểm định độ tin cậy Cronbach's alpha, nhân tố khám phá EFA, kiểm định Pearson và cuối cùng là hồi quy tuyến tính bội để có được phương trình hồi quy cuối cùng. Phương trình là cơ sở quan trọng để kết luận mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu.

CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1 Thống kê mô tả

4.1.1 Thống kê mô tả mẫu khảo sát

Bảng hỏi được gửi cho các đối tượng khảo sát đang làm việc tại các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh thông qua biểu mẫu Google form, bảng hỏi và email. Cuộc khảo sát được thực hiện trong giai đoạn từ tháng 01/2021 đến tháng 3/2021 với 250 bảng câu hỏi được phát ra, sau khi các dữ liệu được sàng lọc và loại bỏ các phiếu trả lời không đạt yêu cầu, nghiên cứu còn lại 201 mẫu. Kích thước mẫu này phù hợp với kích thước mẫu dự kiến.

Bảng 4.1: Đặc điểm mẫu khảo sát

Các biến định tính	Tiêu chí	Tần số	Tỉ lệ (%)
Loại hàng hóa	Hàng lạnh	96	47,8
	Hàng khô	105	52,2
Phương thức thuê tàu	Hãng tàu	98	48,8
	Công ty dịch vụ (Forwader)	103	51,2
Vị trí công tác	Quản lý bộ phận	117	58,2
	Trưởng phòng	63	31,3
	Giám đốc	21	10,4
	Vị trí khác	0	0
Thời gian hoạt động	Dưới 3 năm	43	21,4
	Từ 3 – 5 năm	112	55,7
	Từ trên 5 – 10 năm	33	16,4
	Trên 10 năm	13	6,5
Sản lượng	Dưới 5 cont/ tháng	56	27,9
	Từ trên 5 – 10 cont/ tháng	102	50,7
	Từ 11 – 20 cont/ tháng	33	16,4
	Trên 20 cont/ tháng	10	5

Nguồn: Kết quả phân tích từ dữ liệu điều tra của tác giả

Về loại hàng hóa, theo đó số lượng khách hàng xuất/ nhập hàng khô được khảo sát chiếm tới 105 công ty (chiếm 52,20%) và có 96 khách hàng trả lời là hàng lạnh (chiếm 47,80%).

Hình 4.1 Phân phối mẫu theo loại hàng hóa

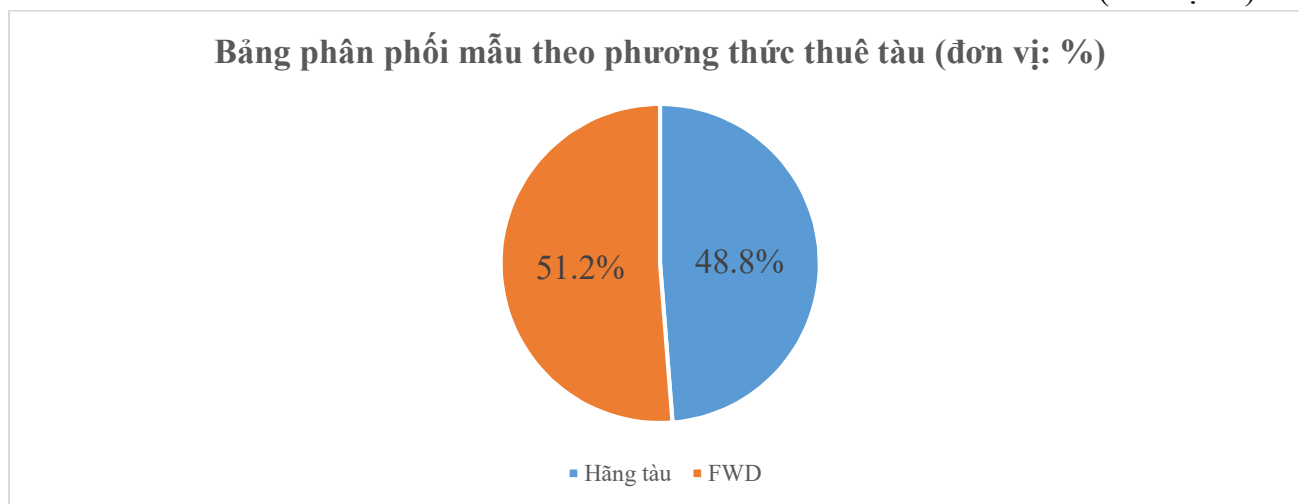
(đơn vị: %)



Về phương thức thuê tàu, theo đó số lượng khách hàng làm việc trực tiếp với hãng tàu được khảo sát chiếm tới 98 khách hàng (chiếm 48,8%) và có 103 khách hàng trả lời đặt chỗ trên tàu thông qua các công ty dịch vụ (Forwader - FWD) (chiếm 51,2%%). Tỷ lệ các công ty tham gia khảo sát này khá tương đương nhau.

Hình 4.2 Phân phối mẫu theo phương thức thuê tàu

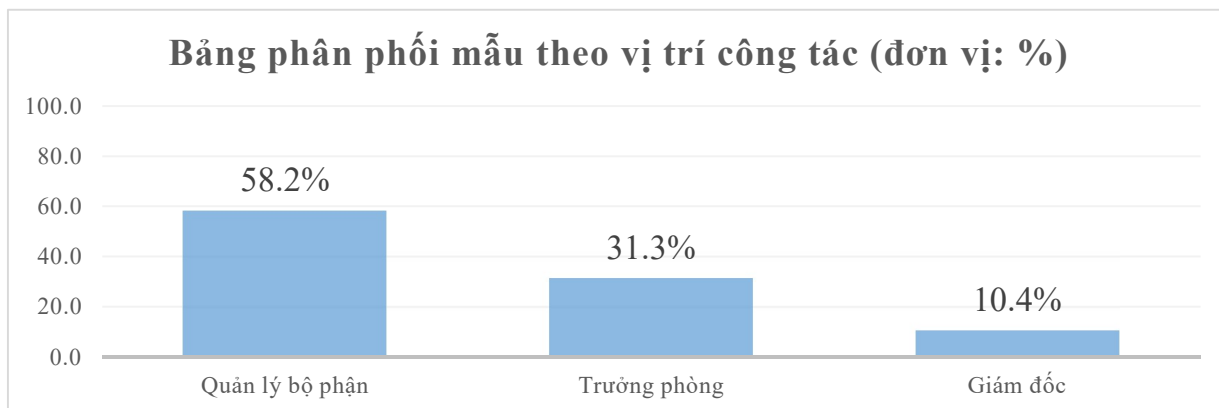
(đơn vị: %)



Về vị trí công tác, chiếm đa số người trả lời làm việc tại vị trí quản lý bộ phận có 117 người (chiếm 58,2%), tại vị trí trưởng phòng có 63 người (chiếm 31,3%), có 21 đối tượng làm việc tại vị trí giám đốc (chiếm 10,4%) và không có đối tượng nào làm việc tại vị trí khác tham gia cuộc khảo sát lần này.

Hình 4.3 Phân phối mẫu theo vị trí công tác

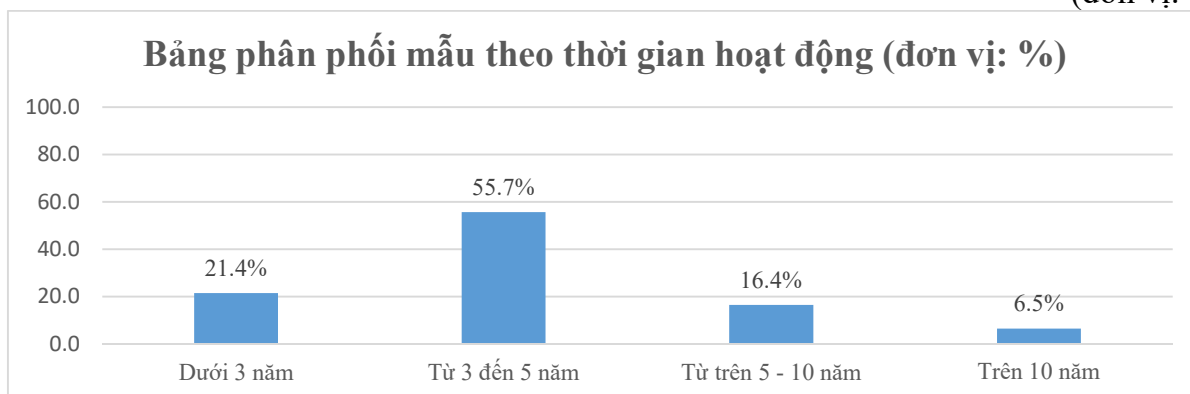
(đơn vị: %)



Về thời gian hoạt động của công ty, kết quả khảo sát cho thấy, số lượng công ty có thời gian hoạt động trên 10 năm là thấp nhất chiếm 6,5% (13 công ty), tiếp đến là số lượng công ty có thời gian hoạt động từ trên 5 – 10 năm chiếm 16,4% (33 công ty) và số công ty có thời gian hoạt động dưới 3 năm chiếm 21,4% (43 công ty). Cuối cùng là số công ty có thời gian hoạt động từ 3 - 5 năm chiếm 55,7% (112 công ty). Qua khảo sát cho thấy chủ yếu đối tượng khảo sát có thời gian hoạt động tập trung vào khoảng dưới 3 năm và từ 3 - 5 năm.

Hình 4.4 Phân phối mẫu theo thời gian hoạt động

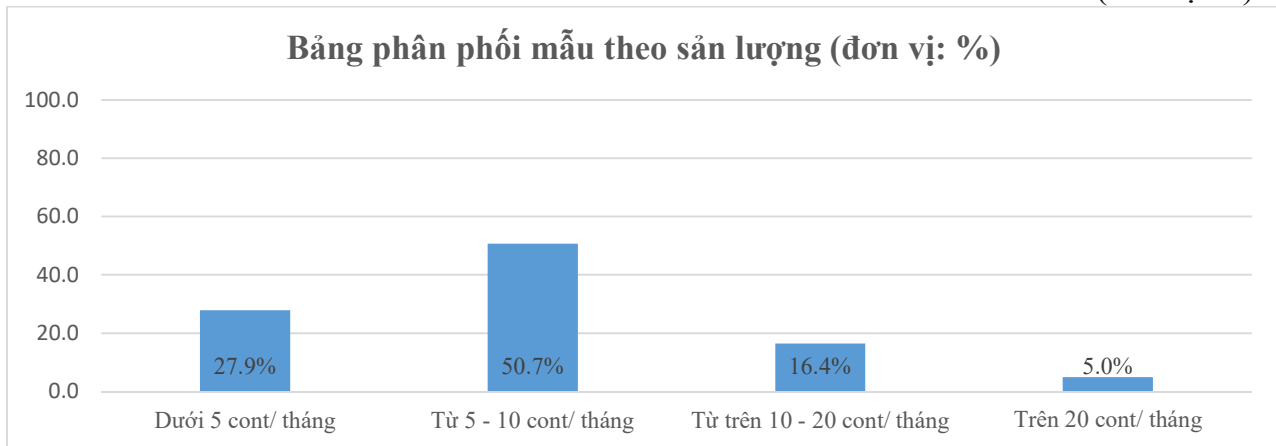
(đơn vị: %)



Về sản lượng, chiếm đa số là công ty có sản lượng hàng hóa từ 5 – 10 cont/tháng là 102 công ty (chiếm 50,7%), tiếp đến là số lượng công ty có sản lượng hàng hóa dưới 5 cont/tháng chiếm 27,9% (56 công ty) và số công ty có sản lượng hàng hóa từ 11 - 20 cont/tháng chiếm 16,4% (33 công ty). Cuối cùng là số công ty có sản lượng hàng hóa trên 20 cont/tháng chiếm 5% (10 công ty).

Hình 4.5 Phân phối mẫu theo sản lượng

(đơn vị: %)



4.1.2. Thông kê mô tả các biến nghiên cứu.

Nghiên cứu có 5 biến độc lập, đó là: (1) Chi phí dịch vụ (COS), (2) Chất lượng dịch vụ (QS), (3) Mức độ đáp ứng (RS), (4) Mức độ an toàn (SF), (5) Mối quan hệ với hãng tàu (RL) và biến phụ thuộc quyết định lựa chọn hãng tàu (DC)

Bảng 4.2 Bảng thống kê mô tả biến nghiên cứu

Biến quan sát	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Chi phí dịch vụ				
COS1	2	5	4,11	0,750
COS2	2	5	4,20	0,796
COS3	2	5	4,03	1
COS4	3	5	4,27	0,733
COS5	3	5	4,26	0,868
Chất lượng dịch vụ				
QS1	3	5	4,24	0,789
QS2	3	5	4,21	0,766
QS3	3	5	3,93	0,591

Biến quan sát	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
QS4	3	5	4,17	0,778
QS5	3	5	4,31	0,739
QS6	3	5	4,00	0,771
Mức độ đáp ứng				
RS1	3	5	4,03	0,821
RS2	2	5	4,16	0,731
RS3	2	5	3,79	0,727
RS4	2	5	4,08	0,792
RS5	3	5	4,21	0,766
RS6	3	5	3,93	0,807
Mức độ an toàn				
SF1	3	5	4,16	0,780
SF2	3	5	4,17	0,788
SF3	2	5	3,93	0,977
SF4	3	5	4,39	0,692
SF5	3	5	4,50	0,775
Mối quan hệ với hãng tàu				
RL1	3	5	4,39	0,761
RL2	3	5	4,54	0,529
RL3	2	5	3,91	1
RL4	3	5	4,68	0,479
Quyết định lựa chọn hãng tàu				
DC1	3	5	4,32	0,740
DC2	3	5	4,00	0,762
DC3	3	5	4,11	0,814
DC4	3	5	4,12	0,774

Nguồn: Kết quả phân tích từ dữ liệu điều tra của tác giả

Từ kết quả thống kê mô tả ở bảng 4.2, phần lớn các biến quan sát được đánh giá đều trải rộng từ 2 (không đồng ý) đến 5 (hoàn toàn đồng ý). Điều này chứng tỏ sự trải rộng khác nhau đối với từng đối tượng khác nhau. Đặc biệt các biến quan sát của yếu tố chất lượng dịch vụ chỉ trải rộng từ 3 đến 5 có nghĩa là không ai chọn không đồng ý với biến quan sát này. Vì là ngành kinh doanh dịch vụ, vì vậy yếu tố chất lượng dịch vụ luôn được khách hàng quan tâm khi đưa ra quyết định lựa chọn.

Kết quả trung bình của nhóm yếu tố chi phí dịch vụ (COS) trải rộng từ 4,03 đến 4,26. Điều này cho thấy hầu hết các công ty xuất nhập khẩu đánh giá cao yếu tố chi phí dịch vụ trong quyết định lựa chọn hãng tàu.

Kết quả trung bình của nhóm yếu tố chất lượng dịch vụ (QS) trải rộng từ 3,93 đến 4,21. Điều này cho thấy các công ty xuất nhập khẩu đánh giá cao nhân tố chất lượng dịch vụ.

Kết quả trung bình của nhóm yếu tố mức độ đáp ứng (RS) trải rộng từ 3,79 đến 4,21. Điều này cho thấy các công ty xuất nhập khẩu đánh giá cao yếu tố mức độ đáp ứng khi lựa chọn hãng tàu.

Kết quả trung bình của nhóm yếu tố mức độ an toàn (SF) trải rộng từ 3,93 đến 4,50. Điều này cho thấy các công ty xuất nhập khẩu đánh giá rất cao yếu tố mức độ an toàn khi lựa chọn dịch vụ vận tải.

Kết quả trung bình của nhóm yếu tố mối quan hệ với hãng tàu (RL) trải rộng từ 3,91 đến 4,98. Điều này cho thấy hiện nay, yếu tố mối quan hệ với hãng tàu được các công ty xuất nhập khẩu đánh giá rất cao.

Kết quả trung bình của nhóm yếu tố quyết định lựa chọn hãng tàu (LC) trải rộng từ 4,00 đến 4,32. Điều này cho thấy hầu hết các công ty xuất nhập khẩu đồng ý với thang đo mô hình nghiên cứu các nhân tố tác động đến quyết định lựa chọn hãng tàu.

4.2 Đánh giá độ tin cậy của thang đo

4.2.1. Đánh giá thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

Trước khi thực hiện phân tích các nhân tố ảnh hưởng của mô hình, nghiên cứu sẽ tiến hành kiểm định độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach Alpha trên chương trình phần mềm SPSS, cũng như kiểm định sự tương quan giữa các biến quan sát.

Theo nhiều nhà nghiên cứu thì thang đo có hệ số Cronbach Alpha từ 0,7 trở lên là thang đo lường tốt. Tuy nhiên, đối với những trường hợp khái niệm đang nghiên cứu là khái niệm mới hoặc mới đối với người trả lời trong bối cảnh nghiên cứu thì hệ số từ 0,6

trở lên vẫn có thể chấp nhận được. Ngoài ra, đối với các biến có hệ số tương quan biến tổng (item-total correlation) nhỏ hơn 0,3 cũng sẽ bị loại khỏi thang đo. (Nunnally và Bernstein, 1994).

4.2.1.1. Đánh giá độ tin cậy của hệ số Cronbach Alpha đối với thang đo chi phí dịch vụ.

Kết quả Cronbach's Alpha của thang đo là $0,834 > 0,7$; các hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát trong thang đo đều lớn hơn 0,3 và không có trường hợp loại bỏ biến quan sát nào có thể làm cho Cronbach's Alpha của thang đo này lớn hơn 0,834. Vì vậy, tất cả các biến quan sát đều được chấp nhận và sẽ được sử dụng trong phân tích nhân tố tiếp theo.

Bảng 4.3 Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha của biến chi phí dịch vụ

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach Alpha nếu loại biến
Thang đo chi phí dịch vụ Cronbach Alpha = 0,834				
COS1	16,76	7,183	0,688	0,789
COS2	16,67	6,812	0,738	0,773
COS3	16,85	6,371	0,617	0,813
COS4	16,61	7,500	0,616	0,808
COS5	16,62	7,158	0,560	0,823
COS6	16,76	7,183	0,688	0,789

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

4.2.1.2. Đánh giá độ tin cậy của hệ số Cronbach's Alpha đối với thang đo chất lượng dịch vụ.

Kết quả Cronbach's Alpha của thang đo là $0,859 > 0,7$; các hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát trong thang đo đều lớn hơn 0,3 và không có trường hợp loại bỏ biến quan sát nào có thể làm cho Cronbach's Alpha của thang đo này lớn hơn 0,859. Vì vậy, tất cả các biến quan sát đều được chấp nhận và sẽ được sử dụng trong phân tích nhân tố tiếp theo.

Bảng 4.4 Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha của biến chất lượng dịch vụ

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach Alpha nếu loại biến
Thang đo chất lượng dịch vụ Cronbach Alpha = 0,859				
QS1	20,62	8,048	0,660	0,834
QS2	20,65	7,900	0,729	0,820
QS3	20,93	9,315	0,543	0,854
QS4	20,68	7,588	0,801	0,805
QS5	20,54	8,339	0,641	0,837
QS6	20,86	8,610	0,534	0,857

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

4.2.1.3. Đánh giá độ tin cậy của hệ số Cronbach Alpha đối với thang đo mức độ đáp ứng

Kết quả Cronbach's Alpha của thang đo là $0,803 > 0,7$; các hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát trong thang đo đều lớn hơn 0,3 và không có trường hợp loại bỏ biến quan sát nào làm cho Cronbach's Alpha của thang đo này lớn hơn 0,803. Vì vậy, tất cả các biến quan sát đều được chấp nhận.

Bảng 4.5 Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha của biến mức độ đáp ứng

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach Alpha nếu loại biến
Thang đo mức độ đáp ứng Cronbach Alpha = 0,803				
RS1	20,17	7,445	0,616	0,758
RS2	20,05	7,818	0,617	0,760
RS3	20,42	8,345	0,476	0,790
RS4	20,12	7,459	0,644	0,752
RS5	20,00	8,020	0,523	0,780
RS6	20,27	8,020	0,483	0,790

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

4.2.1.4. Đánh giá độ tin cậy của hệ số Cronbach Alpha đối với thang đo mức độ an toàn

Kết quả Cronbach's Alpha của thang đo là $0,844 > 0,7$; các hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát trong thang đo đều lớn hơn 0,3 và không có trường hợp loại bỏ biến quan sát nào có thể làm cho Cronbach's Alpha của thang đo này lớn hơn 0,844. Vì vậy, tất cả các biến quan sát đều được chấp nhận và sẽ được sử dụng trong phân tích nhân tố tiếp theo.

Bảng 4.6 Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha của biến mức độ an toàn

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach Alpha nếu loại biến
Thang đo mức độ an toàn Cronbach Alpha = 0,844				
SF1	16,99	6,815	0,642	0,814
SF2	16,98	6,760	0,648	0,812
SF3	17,22	5,852	0,683	0,807
SF4	16,76	7,273	0,613	0,823
SF5	16,65	6,678	0,688	0,802

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

4.2.1.5. Đánh giá độ tin cậy của hệ số Cronbach Alpha đối với thang đo mối quan hệ với hãng tàu.

Kết quả Cronbach's Alpha của thang đo là $0,862 > 0,7$; các hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát trong thang đo đều lớn hơn 0,3 và không có trường hợp loại bỏ biến quan sát nào có thể làm cho Cronbach's Alpha của thang đo này lớn hơn 0,862. Vì vậy, tất cả các biến quan sát đều được chấp nhận và sẽ được sử dụng trong phân tích nhân tố tiếp theo.

Bảng 4.7. Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha của biến mối quan hệ với hãng tàu

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach Alpha nếu loại biến
Thang đo mối quan hệ hãng tàu Cronbach Alpha = 0,862				
RL1	13,12	3,149	0,860	0,756

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach Alpha nếu loại biến
Thang đo mối quan hệ hãng tàu Cronbach Alpha = 0,862				
RL2	12,98	4,234	0,706	0,841
RL3	13,60	2,451	0,794	0,834
RL4	12,84	4,408	0,702	0,850

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

4.2.1.6. Đánh giá độ tin cậy của hệ số Cronbach Alpha đối với thang đo quyết định lựa chọn hãng tàu

Kết quả Cronbach's Alpha của thang đo là $0,773 > 0,7$; các hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát trong thang đo đều lớn hơn 0,3 và không có trường hợp loại bỏ biến quan sát nào có thể làm cho Cronbach's Alpha của thang đo này lớn hơn 0,773. Vì vậy, tất cả các biến quan sát đều được chấp nhận và sẽ được sử dụng trong phân tích nhân tố tiếp theo.

Bảng 4.8. Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha của biến phụ thuộc

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach Alpha nếu loại biến
Thang đo quyết định lựa chọn hãng tàu Cronbach Alpha = 0,773				
DC1	12,24	3,543	0,573	0,720
DC2	12,56	3,478	0,574	0,720
DC3	12,44	3,288	0,589	0,712
DC4	12,43	3,457	0,567	0,723

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Kết luận: Nhìn chung, các thang đo trên đều có hệ số Cronbach's Alpha khá cao ($\alpha > 0,7$). Tất cả các biến quan sát của thang đo này đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 do đó chúng đều được sử dụng cho phân tích EFA tiếp theo.

4.2.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Tiêu chuẩn Barlett và hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) dùng để đánh giá sự thích hợp của EFA. Theo đó, EFA được gọi là thích hợp khi $0,5 \leq KMO \leq 1$. Kiểm định Bartlett xem xét giả thuyết về độ tương quan giữa các biến quan sát bằng không trong tổng thể. Nếu kiểm định này có ý nghĩa thống kê ($Sig \leq 0,05$) thì các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Theo Hair và cộng sự (1998), hệ số tải nhân tố (Factor Loading) là chỉ tiêu để đảm bảo mức ý nghĩa thiết thực của EFA. Factor loading $\geq 0,3$ được xem là đạt mức tối thiểu, Factor loading $\geq 0,4$ được xem là quan trọng, Factor loading $\geq 0,5$ được xem là có ý nghĩa thực tiễn.

Trong nghiên cứu này:

- Nếu biến quan sát nào có hệ số tải nhân tố $\leq 0,5$ sẽ bị loại;
- Thang đo được chấp nhận khi tổng phương sai trích $\geq 50\%$;
- Điểm dừng khi trích các yếu tố có hệ số Eigenvalue phải có giá trị ≥ 1 (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008);
- Khác biệt hệ số tải nhân tố của một biến quan sát giữa các nhân tố $\geq 0,3$ để đảm bảo giá trị phân biệt giữa các nhân tố (Nguyễn Đình Thọ, 2011).

Các biến được giữ lại là những chỉ số đáp ứng cả hai giá trị khi cùng hội tụ về một nhân tố và các biến thuộc nhân tố này phải phân biệt với nhân tố khác. Việc phân tích nhân tố khám phá EFA là rất quan trọng, giúp cho biết các giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của các chỉ số quan sát. Sau khi tiến hành kiểm định Cronbach's alpha, tất cả các biến quan sát đều đáp ứng yêu cầu về hệ số tin cậy và hệ số tương quan tổng biến nên được sử dụng để phân tích nhân tố khám phá EFA.

4.2.2.1. Phân tích nhân tố thang đo các biến độc lập.

Kết quả Cronbach's Alpha cho thấy có 26 biến quan sát thuộc 5 nhóm nhân tố đo lường quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu thỏa mãn yêu cầu về

độ tin cậy. Vì vậy 26 biến quan sát này tiếp tục được đánh giá EFA. Kết quả EFA được trình bày tại phụ lục 5.

Sử dụng phương pháp trích yếu tố Principal Component Analyst với phép xoay Varimax khi phân tích factor 26 biến quan sát.

Bảng 4.9. Kết quả kiểm định KMO và Barlett các biến độc lập

Hệ số KMO Kaiser-Meyer-Olkin		0,803
Kiểm định Bartlett của thang đo	Giá trị chi bình phương	2774,544
	df	325
	Mức ý nghĩa quan sát	0,000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Với giả thiết H01 đặt ra trong phân tích này là giữa 26 biến quan sát trong tổng thể không có mối tương quan với nhau. Kiểm định KMO và Bartlett's trong phân tích nhân tố cho thấy giả thuyết này bị bác bỏ ($\text{sig.} = 0,000 < 0,005$); hệ số KMO cao (bằng $0,803 > 0,5$). Kết quả này chỉ ra rằng các biến quan sát trong tổng thể có mối tương quan với nhau và phân tích nhân tố EFA rất thích hợp.

Tại các mức giá trị Eigenvalues lớn hơn 1 và với phương pháp rút trích principal components và phép xoay Varimax, phân tích nhân tố đã trích được 05 nhân tố từ 26 biến quan sát và với phương sai trích là 66,72% (lớn hơn 50%) đạt yêu cầu.

Bảng 4.10. Kết quả phân tích nhân tố khám phá

Biến quan sát	Hệ số nhân tố tải					
	1	2	3	4	5	6
QS4	0,820					
QS2	0,786					
QS3	0,785					
QS1	0,706					
QS5	0,662					
SF3		0,805				
SF5		0,796				

Biến quan sát	Hệ số nhân tố tải					
	1	2	3	4	5	6
SF1		0,779				
SF2		0,754				
SF4		0,743				
COS2			0,830			
COS1			0,792			
COS3			0,742			
COS5			0,739			
COS4			0,701			
RL3				0,868		
RL4				0,830		
RL1				0,826		
RL2				0,679		
RS1					0,811	
RS2					0,742	
RS3					0,715	
RS4					0,691	
RS6						0,783
RS5						0,593
QS6						0,570
Eigenvalue	6,718	3,444	2,289	2,095	1,578	1,223
Phương sai tích lũy (%)	25,837	13,247	8,802	8,057	6,069	4,704
Phương sai tích lũy	25,837	39,084	47,887	55,944	62,014	66,718

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả)

Dựa vào kết quả phân tích nhân tố khám phá, 5 nhân tố đã được đề xuất trước đó được giữ lại để thực hiện những phân tích tiếp theo.

Bảng 4.11. Các biến độc lập trong mô hình hồi quy

STT	Tên biến	Ký hiệu
1	Chi phí dịch vụ	COS
2	Chất lượng dịch vụ	QS
3	Mức độ đáp ứng	RS
4	Mức độ an toàn	SF
5	Mối quan hệ với hãng tàu	RL

Nguồn: tác giả tổng hợp

Các biến độc lập sẽ nhận giá trị trung bình của các biến quan sát tương ứng, sử dụng cho các phân tích tiếp theo.

4.2.2.2. Phân tích nhân tố thang đo biến phụ thuộc:

Bước 1: Kiểm định sự thích hợp của phân tích nhân tố đối với các dữ liệu ban đầu bằng chỉ số KMO (Kaiser – Meyer- Olkin) và giá trị thống kê Barlett (Phụ lục 5).

Giả thuyết: H02: 4 biến quan sát trong tổng thể không có mối quan hệ với nhau. Kết quả: sig = 0,000 => bác bỏ giả thuyết H02. Hệ số KMO = 0,755 (giữa 0,5 và 1). Kết quả này chỉ ra rằng các biến quan sát trong tổng thể có mối tương quan với nhau và phân tích nhân tố (EFA) là thích hợp.

Bảng 4.12. Kiểm định KMO và Barlett thang đo quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu

Hệ số KMO Kaiser-Meyer-Olkin		0,755
Kiểm định Bartlett của thang đo	Giá trị chi bình phương	204,799
	df	6
	Mức ý nghĩa quan sát	,000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Bước 2: Tiến hành phương pháp trích nhân tố và phương pháp xoay nhân tố

Bảng 4.13. Kết quả phân tích nhân tố - Thang đo quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu

Biến phụ thuộc	Hệ số nhân tố tải
DC1	0,781
DC2	0,772
DC3	0,771
DC4	0,762
Agenvalue	2,382
Phương sai trích tích lũy (%)	59,553

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Kết quả phân tích EFA cho thấy, với phương pháp trích nhân tố principal component, phép quay Varimax cho phép trích được một nhân tố với 4 biến quan sát và phương sai trích tích lũy được là 59,55 % (> 50%). Giá trị Eigenvalue là 2,382 (đạt yêu cầu Eigenvalue > 1), các hệ số tải nhân tố của các biến quan sát đều lớn hơn 0,5 nên thang đo đạt yêu cầu.

Các biến đo lường thành phần quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu đều được sử dụng trong các phân tích tiếp theo. Biến phụ thuộc sẽ nhận giá trị trung bình của các biến quan sát tương ứng để sử dụng cho các phân tích tiếp theo.

4.3 Phân tích tương quan và hồi quy

4.3.1. Phân tích tương quan

Phân tích tương quan được thực hiện giữa biến phụ thuộc Quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh và các biến độc lập gồm: Chi phí dịch vụ (COS), Chất lượng dịch vụ (QS), Mức độ an toàn (SF), Mức độ đáp ứng (RS) và Môi quan hệ với hãng tàu (RL) sử dụng phân tích tương quan Pearson's.

Bảng 4.14. Kết quả phân tích tương quan Pearson

		DC	COS	QS	SF	RS	RL
COS	Pearson Correlation	1	0,182	0,214	0,278	0,263	0,357
	Sig. (2-tailed)		0,010	0,002	0,000	0,000	0,000

		DC	COS	QS	SF	RS	RL
	N	201	201	201	201	201	201
QS	Pearson Correlation	0,182	1	0,358	0,074	0,552	0,528
	Sig. (2-tailed)	0,010		0,000	0,295	0,000	0,000
	N	201	201	201	201	201	201
RS	Pearson Correlation	0,214	0,358	1	0,202	0,342	0,425
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,000		0,004	0,000	0,000
	N	201	201	201	201	201	201
SF	Pearson Correlation	0,278	0,074	0,202	1	0,128	0,258
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,295	0,004		0,070	0,000
	N	201	201	201	201	201	201
RL	Pearson Correlation	0,263	0,552	0,342	0,128	1	0,713
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,070		0,000
	N	201	201	201	201	201	201
DC	Pearson Correlation	0,357	0,528	0,425	0,258	0,713	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	201	201	201	201	201	201

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Xem xét ma trận tương quan cho thấy rằng mức ý nghĩa của hầu hết các hệ số rất nhỏ (sig. < 0,05) nên hầu hết các hệ số tương quan có ý nghĩa thống kê và đều đủ điều kiện để đưa vào phân tích hồi quy.

4.3.2 Phân tích hồi quy

Trên cơ sở thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến Quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh đã được xem xét mối tương quan tuyến tính, tiếp tục sử dụng phân tích hồi quy để thấy mối quan hệ giữa các yếu tố ảnh hưởng tác động đến Quyết định lựa chọn hãng tàu.

Để kiểm định sự phù hợp giữa thành phần Chi phí dịch vụ (COS), Chất lượng dịch vụ (QS), Mức độ đáp ứng (RS), Mức độ đáp ứng (SF) và Mối quan hệ với hãng tàu (RL) với Quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu tại khu vực Tp. Hồ Chí Minh (DC), tác giả sử dụng hàm hồi quy tuyến tính với phương pháp đưa vào một lượt

(Enter). Như vậy thành phần COS, QS, RS, SF, RL là biến độc lập và DC là biến phụ thuộc sẽ được đưa vào chạy hồi quy cùng một lúc.

4.3.2.1. Kiểm định giả thuyết nghiên cứu.

Từ bảng thống kê phân tích các hệ số hồi quy (Bảng 4.15) cho thấy 05 biến độc lập COS, QS, RS, SF, RL có tác động thuận chiều với biến phụ thuộc DC vì hệ số hồi quy chuẩn hóa (β) của các biến này đều dương và có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0,05). So sánh mức độ tác động của 05 biến này vào biến phụ thuộc Quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu (DC) theo thứ tự giảm dần như sau:

Ta thấy biến Mức độ an toàn (SF) có tác động mạnh nhất ($\beta_5 = 0,533$), tiếp theo là biến chất lượng dịch vụ (QS) ($\beta_2 = 0,153$), tiếp đến là biến Mức độ đáp ứng (RS) ($\beta_3 = 0,137$), tiếp đến là Chi phí dịch vụ (COS) ($\beta_1 = 0,128$), và tác động thấp nhất là Mức độ an toàn (SF) ($\beta_4 = 0,115$). Như vậy các giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5 đều được chấp nhận ở độ tin cậy 95%.

Bảng 4.15. Thống kê phân tích các hệ số hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến		
	B	Sai số chuẩn	Beta			Dung sai	VIF	
1	(Hằng số)	-0,338	0,300		-1,125	0,262		
	COS	0,117	0,045	0,128	2,600	0,010	0,861	1,161
	QS	0,160	0,059	0,153	2,728	0,007	0,662	1,512
	RS	0,149	0,055	0,137	2,712	0,007	0,810	1,235
	SF	0,108	0,045	0,115	2,385	0,018	0,900	1,111
	RL	0,517	0,055	0,533	9,438	0,000	0,651	1,537
a. Biến phụ thuộc: DC								
b. Biến độc lập: (Hằng số), COS, QS, RL, SF, RL								

Nguồn: Kết quả phân tích từ dữ liệu điều tra của tác giả

Phương trình hồi quy chưa chuẩn hóa có dạng:

$$DC = -0,338 + 0,117 * COS + 0,160 * QS + 0,149 * RS + 0,108 * SF + 0,517 * RL$$

Phương trình hồi quy chuẩn hóa có dạng:

$$DC = 0,128 * COS + 0,153 * QS + 0,137 * RS + 0,115 * SF + 0,533 * RL$$

4.3.2.2. Kiểm định sự phù hợp của mô hình

Bảng 4.16 cho thấy R^2 hiệu chỉnh bằng 0,595 có nghĩa là 59,5% sự biến thiên của DC (Quyết định lựa chọn hãng tàu) được giải thích bởi sự biến thiên của 05 biến độc lập COS, QS, SF, RS, RL và 40,5% thay đổi còn lại là do các biến ngoài mô hình và các sai số ngẫu nhiên khác.

Thông thường kết quả R bình phương hiệu chỉnh từ 50% trở lên là mô hình nghiên cứu đã có thể sử dụng cho phân tích thực tiễn. Do đó, nghiên cứu có giá trị R bình phương hiệu chỉnh ở mức 59,5% nên mô hình hoàn toàn có thể dùng để phân tích quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Tuy nhiên, giá trị này vẫn chưa cao chứng tỏ còn một số nhân tố ảnh hưởng khác cần được nghiên cứu sâu hơn ở các đề tài tiếp.

Bảng 4.16. Mức độ giải thích của mô hình

Mô hình	R	R^2	R^2 hiệu chỉnh	Sai số ước lượng	Hệ số Durbin Watson
1	0,771a	0,595	0,584	0,38444	1,660
a. Biến độc lập: (Hàng số), COS, QS, RD, SF, RL					
b. Biến phụ thuộc: DC					

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Trong bảng phân tích phương sai (Bảng 4.17), cho thấy trị số F có mức ý nghĩa với Sig. = 0,000 (< 0,05) đồng nghĩa với mô hình hồi quy tuyến tính đưa ra là phù hợp với dữ liệu thực tế thu thập được và các biến đưa vào đều có ý nghĩa trong thống kê với mức ý nghĩa 5%.

Bảng 4.17. Mức độ phù hợp của mô hình: Phân tích phương sai ANOVA

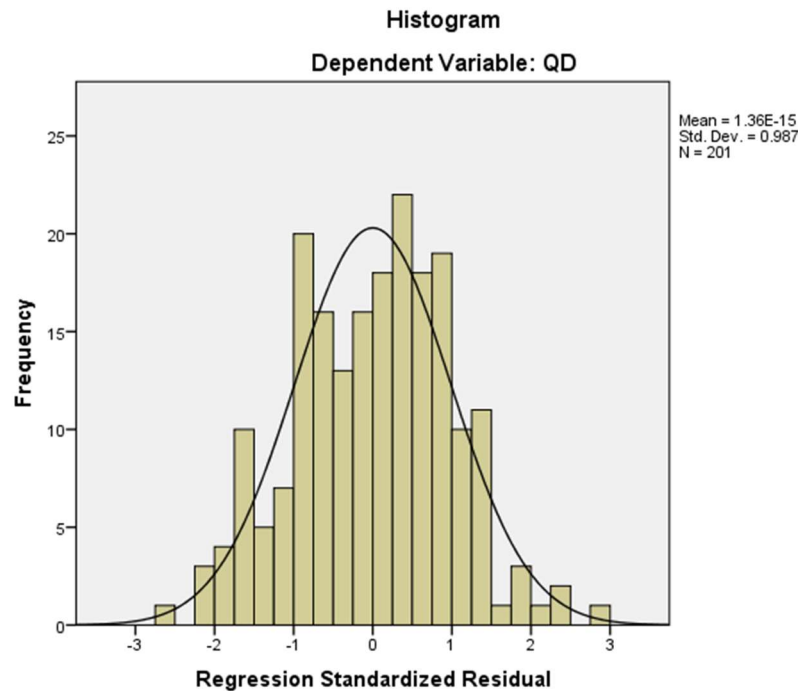
Mô hình	Tổng bình phương	Bậc tự do (df)	Trung bình bình phương	F	Sig.	
1	Hồi quy	42,279	5	8,456	57,213	0,000
	Phần dư	28,820	195	0,148		
	Tổng	71,100	200			
a. Biến phụ thuộc: DC						
b. Biến độc lập: (Hàng số), COS, QS, RD, SF, RL						

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

4.3.2.3. Kiểm định phân phối chuẩn

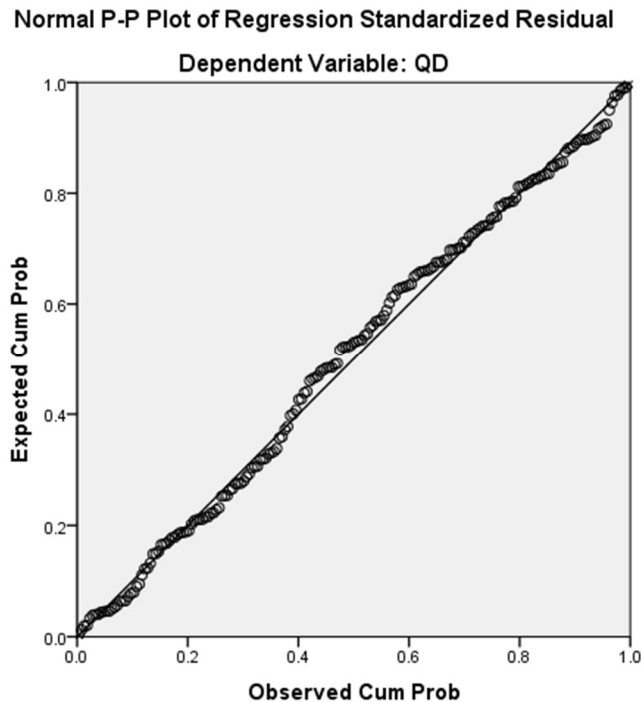
Quan sát biểu đồ tần số của phần dư chuẩn hóa (Hình 4.1) cho thấy phân phối chuẩn của phần dư xấp xỉ chuẩn Mean có giá trị trung bình gần tiến đến 0 và độ lệch chuẩn Std. Dev = 0,987 (độ lệch chuẩn gần bằng 1). Do đó có thể kết luận giả thuyết phân phối chuẩn của phần dư không bị sai phạm.

Hình 4.6. Biểu đồ tần số của phần dư chuẩn hóa



Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Biểu đồ tần số P-P (Hình 4.2) cũng cho thấy các điểm của phần dư phân tán không cách xa mà phân tán ngẫu nhiên xung quanh đường chéo (đường thẳng kỳ vọng), do đó giả định về phân phối chuẩn của phần dư được thỏa mãn.

Hình 4.7. Biểu đồ tần số P – P

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

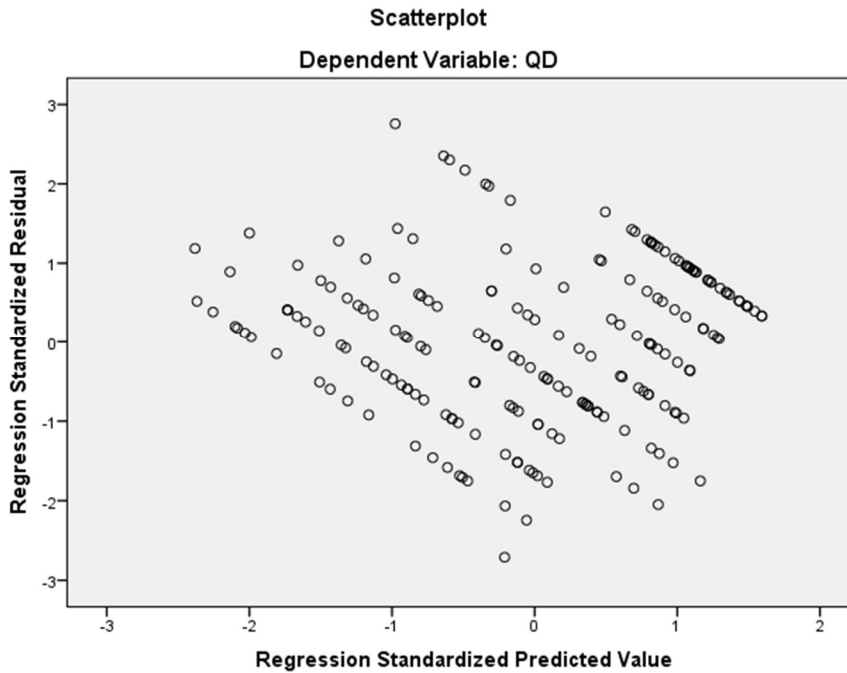
4.3.2.4. Kiểm định đa cộng tuyến.

Hệ số phóng đại phương sai VIF (Variance Inflation factor – VIF) đạt giá trị lớn nhất là 1,537 (nhỏ hơn 10) cho thấy các biến độc lập này không có quan hệ chặt chẽ với nhau nên không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra. Do đó, mối quan hệ giữa các biến độc lập không ảnh hưởng đáng kể đến kết quả giải thích của mô hình hồi quy (Bảng 4.15).

4.3.2.5. Kiểm định các phần dư.

Quan sát đồ thị phân tán (Hình 4.3) ta thấy có sự phân tán đều. Như vậy, giả định phương sai không đổi của mô hình hồi quy không bị vi phạm.

Ngoài ra, kiểm định Durbin – Watson (d) cho thấy kết quả $d = 1,660$ ($1 < d < 3$) nên ta có thể kết luận các phần dư là độc lập với nhau hay không có tương quan giữa các phần dư.

Hình 4.8. Đồ thị phân tán

Nguồn: Kết quả phân tích từ dữ liệu điều tra của tác giả

Qua các kết quả kiểm định trên cho thấy các giả định của hàm hồi quy tuyến tính không bị vi phạm và mô hình hồi quy mà tác giả đã xây dựng là phù hợp với tổng thể.

Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu được tổng hợp trong bảng 4.18 như sau:

Bảng 4.18. Tổng hợp kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Kết quả	
	Sig	Kết luận
Giả thuyết H1: Chi phí dịch vụ có tác động thuận chiều với quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.	0,010	Chấp nhận giả thuyết
Giả thuyết H2: Chất lượng dịch vụ có tác động thuận chiều với quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.	0,007	Chấp nhận giả thuyết
Giả thuyết H3: Mức độ an toàn có ảnh hưởng thuận chiều đối với quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất	0,007	Chấp nhận

Giả thuyết	Kết quả	
	Sig	Kết luận
nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.		giả thuyết
Giả thuyết H4: Mức độ đáp ứng có ảnh hưởng thuận chiều đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.	0,018	Chấp nhận giả thuyết
Giả thuyết H5: Mọi quan hệ với hãng tàu có tác động thuận chiều đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.	0,000	Chấp nhận giả thuyết

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

Từ những phân tích trên, ta có thể kết luận rằng mô hình lý thuyết phù hợp với dữ liệu nghiên cứu và có 05 giả thuyết nghiên cứu được chấp nhận là H1, H2, H3, H4, H5.

4.4 Kiểm định sự khác biệt giữa các tổng thể

Để kiểm định sự khác biệt về quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh giữa các đặc điểm của các đối tượng khảo sát, tác giả thực hiện kiểm định ANOVA một chiều (One-Way ANOVA) để kiểm định các giả thuyết.

Những đặc điểm của đối tượng khảo sát được tác giả đưa vào kiểm định khác biệt bao gồm: thời gian hoạt động, lĩnh vực hoạt động và sản lượng hàng hóa.

4.4.1. Kiểm định quyết định lựa chọn hãng tàu theo thời gian hoạt động của công ty

Để kiểm định sự khác biệt về quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo thời gian hoạt động tác giả sử dụng kiểm định ANOVA một chiều (One-Way ANOVA).

Bảng 4.19. Kết quả kiểm định Levene về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các nhóm thời gian hoạt động.

Thống kê Levene	df1	df2	Sig.
1,233 ^a	7	192	0,286

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Giá trị sig = 0,286 > 0,05 trong kiểm định của Levene có thể nói không có sự khác nhau giữa các quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo thời gian hoạt động.

Bảng 4.20. Kết quả kiểm định One – way ANOVA khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các nhóm thời gian hoạt động

	Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.
Khác biệt giữa các nhóm	7,553	8	0,944	1,521	0,152
Khác biệt trong từng nhóm	119,174	192	0,621		
Tổng số	126,726	200			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Giá trị sig. = 0,152 > 0,05 (bảng phân tích phương sai ANOVA) nên bác bỏ giả thiết: có sự khác biệt quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu theo thời gian hoạt động, ở mức độ tin cậy 95%.

4.4.2. Kiểm định quyết định lựa chọn hãng tàu theo phương thức thuê tàu

Để kiểm định sự khác biệt về quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo phương thức thuê tàu tác giả sử dụng kiểm định ANOVA một chiều (One-Way ANOVA).

Bảng 4.21. Kết quả kiểm định Levene về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các phương thức thuê tàu

Thống kê Levene	df1	df2	Sig.
1,627 ^a	7	192	0,130

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Giá trị sig = 0,130 > 0,05 trong kiểm định của Levene có thể nói không có sự khác nhau giữa các quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo phương thức thuê tàu.

Bảng 4.22. Kết quả kiểm định One – way ANOVA về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các phương thức thuê tàu

	Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.
Khác biệt giữa các nhóm	2,508	8	0,313	1,261	0,266
Khác biệt trong từng nhóm	47,711	192	0,248		
Tổng số	50,219	200			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Giá trị sig. = 0,266 > 0,05 (bảng phân tích phương sai ANOVA) nên bác bỏ giả thiết: có sự khác biệt quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo phương thức thuê tàu, ở mức độ tin cậy 95%.

4.4.3. Kiểm định quyết định lựa chọn hãng tàu theo sản lượng hàng hóa

Để kiểm định sự khác biệt về quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo sản lượng hàng hóa tác giả sử dụng kiểm định ANOVA một chiều (One-Way ANOVA).

Bảng 4.23. Kết quả kiểm định Levene về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các mức sản lượng hàng hóa hàng tháng

Thống kê Levene	df1	df2	Sig.
1,420 ^a	7	192	0,199

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Giá trị sig = 0,199 > 0,05 trong kiểm định của Levene có thể nói không có sự khác nhau giữa các quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo sản lượng hàng hóa.

Bảng 4.24. Kết quả kiểm định One – way ANOVA về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các mức sản lượng hàng hóa hàng tháng

	Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.
Khác biệt giữa các nhóm	4,313	8	0,539	0,831	0,577
Khác biệt trong từng nhóm	124,642	192	0,649		
Tổng số	128,955	200			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Giá trị sig. = 0,577 > 0,05 (bảng phân tích phương sai ANOVA) nên bác bỏ giả thiết: có sự khác biệt quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo sản lượng hàng hóa, ở mức độ tin cậy 95%.

4.4.4. Kiểm định quyết định lựa chọn hãng tàu theo vị trí công tác

Để kiểm định sự khác biệt về quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo vị trí công tác tác giả sử dụng kiểm định ANOVA một chiều (One-Way ANOVA).

Bảng 4.25. Kết quả kiểm định Levene về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các vị trí công tác

Thống kê Levene	df1	df2	Sig.
1,180a	7	192	0,316

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Giá trị sig = 0,316 > 0,05 trong kiểm định của Levene có thể nói không có sự khác nhau giữa các quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo vị trí công tác.

Bảng 4.26. Kết quả kiểm định One – way ANOVA về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các vị trí công tác

	Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.
Khác biệt giữa các nhóm	5,574	8	0,697	1,545	0,144
Khác biệt trong từng nhóm	86,576	192	0,451		
Tổng số	92,149	200			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Giá trị sig. = 0,144 > 0,05 (bảng phân tích phương sai ANOVA) nên bác bỏ giả thiết: có sự khác biệt quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo vị trí công tác, ở mức độ tin cậy 95%.

4.4.5. Kiểm định quyết định lựa chọn hãng tàu theo loại hàng hóa

Để kiểm định sự khác biệt về quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo loại hàng hóa tác giả sử dụng kiểm định ANOVA một chiều (One-Way ANOVA).

Bảng 4.27. Kết quả kiểm định Levene về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các nhóm loại hàng hóa

Thống kê Levene	df1	df2	Sig.
1,579a	7	192	0,144

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Giá trị sig = 0,144 > 0,05 trong kiểm định của Levene có thể nói không có sự khác nhau giữa các quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo loại hàng hóa.

Bảng 4.28. Kết quả kiểm định One – way ANOVA về khác biệt trong xu hướng quyết định lựa chọn hãng tàu giữa các loại hàng hóa

	Tổng bình phương	df	Trung bình bình phương	F	Sig.
Khác biệt giữa các nhóm	2,546	8	0,318	1,284	0,254
Khác biệt trong từng nhóm	47,603	192	0,248		
Tổng số	50,149	200			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của tác giả

Giá trị sig. = 0,254 > 0,05 (bảng phân tích phương sai ANOVA) nên bác bỏ giả thiết: có sự khác biệt quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo loại hàng hóa, ở mức độ tin cậy 95%.

SƠ KẾT CHƯƠNG 4

Trong chương này, tác giả đã tiến hành phân tích và kiểm định mẫu bằng phần mềm SPSS, trên cơ sở kết quả đó, tác giả tiến hành đánh giá mẫu thu thập được dưới dạng mô tả thống kê, kết quả về kiểm định các thang đo của các khái niệm nghiên cứu thông qua đánh giá độ tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá (EFA) và rút ra một số kết luận như sau:

Phân tích mô hình hồi quy cho thấy, có 05 thành phần tác động đến Quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh. Như vậy dựa vào kết quả phân tích, các giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5 đều được chấp nhận ở độ tin cậy 95%. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính cho thấy các yếu tố có tương quan với biến phụ thuộc là quyết định lựa chọn hãng tàu, đồng thời tác giả đã khám phá ra mối quan hệ cùng chiều giữa các nhân tố với biến quyết định lựa chọn hãng tàu thể hiện qua hệ số beta.

Kết quả phân tích EFA cho các thang đo trong mô hình nghiên cứu cho thấy ba thuộc tính quan trọng trong đánh giá EFA đều có ý nghĩa: Số lượng nhân tố trích được, trọng số nhân tố và tổng phương sai trích.

Nghiên cứu phân tích sự khác biệt về quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh giữa các yếu tố định tính bằng phương pháp ANOVA một chiều (One – Way ANOVA) cho thấy không có sự khác biệt nào được chỉ ra trong quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh theo thời gian hoạt động, sản lượng hàng hóa hay lĩnh vực hoạt động.

Kiểm định độ tin cậy bằng hệ số Cronbach Alpha, các hệ số này đều có ý nghĩa, cho thấy các thang đo trong mô hình đều đảm bảo độ tin cậy, trên cơ sở đó tác giả tiến hành phân tích nhân tố EFA.

Sau khi tìm ra được mối tương quan giữa các yếu tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn hãng tàu, chương tiếp theo tác giả sẽ tóm tắt toàn bộ nghiên cứu, những đóng góp, hàm ý cho nhà quản lý cũng như những hạn chế của nghiên cứu này và định hướng các nghiên cứu tiếp theo.

CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

5.1 Kết luận về kết quả nghiên cứu

Sau khi xác định được mục tiêu nghiên cứu, tác giả thực hiện nghiên cứu sơ bộ thông tham khảo những nghiên cứu của các tác giả nước ngoài như Lixin Shen; K. Mathiyazhagan; Devika Kannan; Wang Ying (2015), Tomi Solakivia và Lauri Ojala (2017) hay Enna HIRATA (2018) để có thể tìm hiểu những nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu có thể áp dụng cho nghiên cứu của tác giả.

Sau quá trình nghiên cứu sơ bộ tác giả tiếp tục thực hiện nghiên cứu định tính với các chuyên gia, chuyên viên tại các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh. Kết quả sau khi thảo luận với các chuyên viên và chuyên gia đã loại đi 2 biến trong 22 biến được đề xuất trong thang đo, thêm 06 thang đo từ ý kiến của các chuyên gia. Và 26 biến này được xếp vào 5 nhóm nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh: Chi phí dịch vụ, Chất lượng dịch vụ, Mức độ an toàn, Mức độ đáp ứng và Môi quan hệ với hãng tàu.

Khi đã có được thang đo cũng như bảng hỏi khảo sát sau khi thảo luận cùng các chuyên gia, tác giả tiến hành thu thập số liệu thông qua hình thức khảo sát trên Google Form bằng cách gửi email, bảng khảo sát giấy. Sau quá trình lọc và xử lý dữ liệu, cỡ mẫu được sử dụng để thực hiện nghiên cứu là 201. Tiếp đến tác giả thực hiện nghiên cứu trên phần mềm SPSS 22.0, bước đầu tiên đó chính là kiểm định độ tin cậy với hệ số Cronbach's Alpha và nhân tố khám phá EFA. Kết quả ma trận xoay vẫn cho thấy 5 nhóm nhân tố như đã được đề xuất. Sau đó tác giả tiếp tục thực hiện kiểm định Pearson để kiểm tra các biến có xuất hiện tự tương quan với nhau. Cuối cùng là thực hiện phân tích hồi quy và kiểm định ANOVA. Kết quả cho thấy các giả thiết H1, H2, H3, H4, H5 đều được chấp nhận.

Có thể thấy các nhân tố được tác giả đề xuất trong mô hình nghiên cứu đều được chấp nhận, điều này phù hợp so với những nghiên cứu trước của Lixin Shen; K. Mathiyazhagan; Devika Kannan; Wang Ying (2015), Tomi Solakivia và Lauri Ojala (2017) hay Enna HIRATA (2018). Và sau khi chạy phân tích hồi quy ta có thể sắp xếp

mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh như sau:

Bảng 5.1. Bảng hệ số Bê-ta chuẩn hóa của các biến độc lập

STT	Tên biến	Hệ số Bê-ta chuẩn hóa
1	Mối quan hệ với hãng tàu	0,533
2	Chất lượng dịch vụ	0,153
3	Mức độ đáp ứng	0,137
4	Chi phí dịch vụ	0,128
5	Mức độ an toàn	0,115

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

5.1.1. Nhân tố Mối quan hệ với hãng tàu

Dựa vào kết quả hồi quy cho thấy đây là nhân tố có mức ảnh hưởng cao nhất trong 5 nhân tố. Hệ số Bê-ta chưa chuẩn hóa của nhân tố này là 0,513. Kết quả này cũng đồng nghĩa với việc mối quan hệ với hãng tàu của khách hàng tăng lên 1 đơn vị thì quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh cũng sẽ tăng lên 0,513 đơn vị với điều kiện các nhân tố khác không đổi.

Bảng 5.2. Bảng thống kê mô tả biến Mối quan hệ với hãng tàu

Biến quan sát	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Mối quan hệ với hãng tàu				
RL1	3	5	4,39	0,761
RL2	3	5	4,54	0,529
RL3	2	5	3,91	1
RL4	3	5	4,68	0,479

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

Kết quả thống kê cho thấy nhân tố này có mức trung bình của các yếu tố nằm trong khoảng từ 3,91 đến 4,96 (trên mức trung bình). Có thể thấy mức độ đồng ý của các doanh nghiệp đối với nhân tố này khá cao. Điều này cũng đồng nghĩa các hãng tàu cần có những chính sách, chiến lược nâng cao mức độ liên kết với khách hàng.

5.1.2. Nhân tố Chất lượng dịch vụ

Theo kết quả hồi quy đã phân tích ở chương 4, Chi phí dịch vụ là nhóm nhân tố có ảnh hưởng lớn thứ 2 trong 5 nhân tố đã được đề xuất với hệ số Bê-ta chưa chuẩn hóa là 0,153. Điều này có nghĩa là với mỗi đơn vị tăng lên hay giảm xuống trong nhóm nhân tố chất lượng dịch vụ sẽ kéo theo sự tăng lên hoặc giảm xuống 0,153 đơn vị trong yếu tố quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh với điều kiện các yếu tố khác không đổi.

Bảng 5.3. Bảng thống kê mô tả biến chất lượng dịch vụ

Biến quan sát	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Chất lượng dịch vụ				
QS1	3	5	4,24	0,789
QS2	3	5	4,21	0,766
QS3	3	5	3,93	0,591
QS4	3	5	4,17	0,778
QS5	3	5	4,31	0,739
QS6	3	5	4,00	0,771

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

Kết quả thống kê cũng cho thấy sự đồng ý của các doanh nghiệp với các biến quan sát trong nhóm nhân tố chất lượng dịch vụ. Điều này cũng có thể giải thích được bởi hiện nay ngành vận tải biển được xem là ngành dịch vụ thì việc đáp ứng nhu cầu của khách hàng luôn được yêu cầu ở mức cao nhất.

5.1.3. Nhân tố Mức độ đáp ứng

Dựa vào kết quả hồi quy có thể thấy rằng nhân tố Mức độ đáp ứng có tác động thuận chiều đối với quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh. Hệ số Bê-ta chưa chuẩn hóa là 0,137 hay có thể hiểu rằng cứ mỗi đơn vị thay đổi của yếu tố chất lượng dịch vụ thì sẽ tạo ra 0,137 đơn vị trong yếu tố quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu.

Bảng 5.4. Bảng thống kê mô tả biến Mức độ đáp ứng

Biến quan sát	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Mức độ đáp ứng				
RS1	3	5	4,03	0,821
RS2	2	5	4,16	0,731
RS3	2	5	3,79	0,727
RS4	2	5	4,08	0,792
RS5	3	5	4,21	0,766
RS6	3	5	3,93	0,807

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

Đồng thời thống kê kết quả khảo sát, mức đồng ý đối với các biến trong nhóm nhân tố mức độ đáp ứng trải dài từ 3,93 đến 4,21 điều này cho thấy rằng hầu hết các doanh nghiệp đều đồng ý với các yếu tố trong nhóm mức độ đáp ứng như: Sự sẵn có thiết bị, sự linh hoạt trong lịch trình dễ dàng đáp ứng nhu cầu khách hàng, ...

Trong lĩnh vực vận tải nói chung và vận tải biển nói riêng, các công ty xuất nhập khẩu luôn mong muốn các hãng tàu có thể đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp một cách nhanh chóng và hiệu quả trong tất cả các khâu. Điều đó giải thích cho việc hầu hết các doanh nghiệp đều có mức đồng ý cao đối với nhân tố mức độ đáp ứng.

5.1.4. Nhân tố chi phí dịch vụ

Với hệ số Bê-ta chưa chuẩn hóa là 0,128. Điều này đồng nghĩa với việc nếu nhân tố chi phí dịch vụ tăng 1 đơn vị thì sẽ khiến cho yếu tố quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu tăng 0,128 đơn vị với điều kiện các nhân tố khác không thay đổi.

Bảng 5.5. Bảng thống kê mô tả biến Chi phí dịch vụ

Biến quan sát	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Chi phí dịch vụ				
COS1	2	5	4,11	0,750
COS2	2	5	4,20	0,796
COS3	2	5	4,03	1
COS4	3	5	4,27	0,733
COS5	3	5	4,26	0,868

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

Tuy nhiên kết quả thống kê cho thấy các doanh nghiệp khá đồng tình với nhân tố này, bởi vì giá trị trung bình của các yếu tố trong nhóm nhân tố chi phí dịch vụ có giá trị nằm trong khoảng 4,03 đến 4,27. Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng khá quan tâm đến các vấn đề về chi phí dịch vụ như: giá cước cạnh tranh trên thị trường, giá những dịch vụ kèm theo, có thiện chí trong việc thương lượng giá, hỗ trợ trong việc thương lượng về các điều khoản thanh toán.

5.1.5. Nhân tố Mức độ an toàn

Kết quả hồi quy cho thấy biến độc lập Mức độ an toàn có tác động đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu thấp nhất trong 5 yếu tố với hệ số Beta chưa chuẩn hóa là 0,115. Điều này cũng có nghĩa là nếu các yếu tố khác không đổi thì cứ một đơn vị thay đổi trong nhân tố Mức độ an toàn sẽ khiến yếu tố quyết định lựa chọn hãng tàu tăng lên 0,115 đơn vị.

Bảng 5.6. Bảng thống kê mô tả biến Mức độ an toàn

Biến quan sát	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Mức độ an toàn				
SF1	3	5	4,16	0,780
SF2	3	5	4,17	0,788
SF3	2	5	3,93	0,977
SF4	3	5	4,39	0,692
SF5	3	5	4,50	0,775

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

Các biến quan sát của nhân tố này có giá trị trung bình chạy dài từ 3,93 đến 4,50. Khách hàng có ý kiến đồng tình với yếu tố này khá cao. Tuy nhiên điều này có thể giải thích được bởi vì mức độ an toàn trong một quãng đường vận chuyển hàng hóa bằng đường biển bị phụ thuộc bởi rất nhiều yếu tố từ bên ngoài như thời tiết, tình hình chính trị, dịch bệnh,... do đó các doanh nghiệp đều nhận thấy chỉ một phần lí do gây ra sự tổn thất cho hàng hóa xuất phát từ các hãng tàu.

5.2 Một số đề xuất dành cho các công ty dịch vụ vận tải nhằm đáp ứng hành vi lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.

Kết quả nghiên cứu đã cho ta thấy được ảnh hưởng của các biến độc lập đến hành vi lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh. Như mục đích của nghiên cứu đó chính là xác định được các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn của các doanh nghiệp, từ đó đề xuất các gợi ý giúp các hãng tàu đáp ứng các tiêu chí lựa chọn của hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp Hồ Chí Minh. Sau khi phân tích kết quả nghiên cứu, tác giả kiến nghị một số phương án để giúp các hãng tàu cải thiện dịch vụ và chiếm thêm thị phần.

Nghiên cứu đã chỉ ra rằng, khách hàng có xu hướng ưu tiên lựa chọn những hãng vận chuyển đã từng hợp tác trước đó do có sự quen thuộc trong cách thức làm việc, quy trình, yên tâm khi giao hàng hóa. Theo thứ tự ảnh hưởng tiếp theo là chất lượng dịch vụ, mức độ đáp ứng, chi phí dịch vụ và cuối cùng là mức độ an toàn. Khác với các nghiên cứu trước, do thị trường hiện có rất nhiều bên cung cấp dịch vụ vận chuyển nên khách hàng có nhiều sự lựa chọn, không còn tình trạng độc quyền nên yếu tố chi phí không được khách hàng tập trung.

5.2.1. Mối quan hệ với hãng tàu

Mối quan hệ với hãng tàu có tác động lớn đến quyết định lựa chọn của khách hàng với hệ số Bê-ta chưa chuẩn hóa 0,513 và kết quả thống kê nằm trong khoảng từ 3,91 đến 4,96. Khách hàng thường ưu tiên lựa chọn hãng tàu mà mình có thiện cảm, có quá trình hợp tác trong quá khứ. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng, các khách hàng có mức độ giao dịch càng thường xuyên với hãng tàu thì khả năng lựa chọn sử dụng lại dịch vụ của hãng tàu đó càng cao.

Để duy trì mối quan hệ với khách hàng cũng như xây dựng hình ảnh của hãng tàu, các nhân viên kinh doanh phải thường xuyên nhắc khách hàng nhớ đến mình bằng việc quan tâm đến khách hàng, tặng những phần quà nhỏ mang biểu tượng thương hiệu của

công ty, cập nhật tình hình giá cả trên thị trường kịp thời để khách hàng dễ dàng lựa chọn cân nhắc.

Cần lưu ý lại những khách hàng có sản lượng hàng ít nhưng thường xuyên hoặc sản lượng lớn để có những chính sách, phương pháp tiếp cận, giữ chân phù hợp. Duy trì được lượng khách hàng với mức sản lượng ổn định cũng góp phần không nhỏ cho việc duy trì hoạt động kinh doanh của hãng tàu.

5.2.2. Chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ có hệ số Bê-ta chưa chuẩn hóa là 0,153 và hệ số thống kê trong khoảng từ 3,93 đến 4,31, nhân tố này ảnh hưởng lớn thứ nhì đến quyết định lựa chọn của khách hàng. Sản phẩm của hãng tàu chính là dịch vụ, đây là yếu tố quan trọng làm nên sự khác biệt cũng như làm tăng khả năng cạnh tranh của hãng tàu. Tuy nhiên, chất lượng dịch vụ là một yếu tố khó xác định và đánh giá, phụ thuộc nhiều vào thái độ, nhận thức của khách hàng.

Thị trường vận tải biển hiện nay đang trong trạng thái cạnh tranh công bằng, do đó để tạo lợi thế cho mình, các hãng tàu cần đầu tư vào khâu chăm sóc khách hàng để có thể duy trì mối quan hệ cũng như nắm bắt thông tin, nhu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng.

Tuyển dụng và đào tạo đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, bài bản, nắm vững quy trình và nghiệp vụ sẽ tạo cho hãng tàu hình ảnh chuyên nghiệp, xây dựng niềm tin cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ.

Sự nhiệt tình sẵn sàng hỗ trợ mọi lúc mọi nơi của các nhân viên cũng như là tính kịp thời trong việc giải quyết thắc mắc là yếu tố quan trọng để nhận được sự tin tưởng ngoài mong đợi của khách hàng. Khi có sự cố không mong muốn phát sinh, cần đưa ra biện pháp kịp thời nhằm giảm thiểu thiệt hại đến mức tối đa. Hãng tàu có thể đóng vai trò là bên tư vấn, đưa ra các lựa chọn phù hợp nhất với khách hàng.

Khách hàng sẽ cảm thấy yên tâm hơn khi sử dụng dịch vụ của hãng tàu nếu thông tin về lô hàng được cập nhật thường xuyên, kịp thời từ khi hạ bãi đến khi đến tay người nhận hàng.

5.2.3. Mức độ đáp ứng

Tính chất của hoạt động kinh doanh vận tải biển là phải đầu tư nhiều cho đội tàu, nâng cao năng lực tàu bè, chất lượng cơ sở vật chất. Với hệ số Bê-ta chưa chuẩn hóa là 0,137 và mức đồng ý đối với các biến trong nhóm nhân tố mức độ đáp ứng trải dài từ 3,93 đến 4,21, có thể thấy, nhân tố mức độ đáp ứng có ảnh hưởng khá lớn đến quyết định của khách hàng. Tuy nhiên, do hạn chế về tài chính nên hiện nay, đa phần đội tàu có trọng tải lớn nhưng khá “cao tuổi”, cùng với đó, việc sử dụng các tàu “cao tuổi” sẽ làm tăng chi phí xây dầu, bảo trì, gây ô nhiễm môi trường. Vì vậy, các doanh nghiệp cần phải có kế hoạch thanh lý các tàu già đã qua khấu hao nhằm gia tăng lợi nhuận và đầu tư, bổ sung đội tàu trẻ, nâng cao năng lực khai thác.

Đảm bảo chất lượng trang thiết bị, container: đối với một số cảng và mặt hàng đặc biệt, yêu cầu về chất lượng container là rất quan trọng. Nếu container quá xấu sẽ ảnh hưởng đến chất lượng hàng hóa khi vận chuyển, gây hư hỏng và gây ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng khi quyết định tiếp tục sử dụng dịch vụ của hãng tàu. Cùng với đó, việc phải trả thêm chi phí cho việc sửa cont tại cảng đến trong khi chất lượng cont tại cảng nhận hàng đã không tốt sẽ khiến khách hàng cảm thấy không hài lòng vì phải thanh toán khoản phí phát sinh vô lý, gây ra những vấn đề tranh chấp sau này. Vì vậy các hãng tàu cần phải có kế hoạch kiểm tra, bảo dưỡng container định kỳ, đảm bảo chất lượng khi cấp cont cho khách hàng. Trong các khoảng thời gian cao điểm, việc phân bổ cont là rất cần thiết, tránh trường hợp thiếu cont làm mất khách hàng.

Đối với các mặt hàng đặc biệt, cần các container chuyên dụng, hãng tàu cần phải đảm bảo các yêu cầu an toàn khi xếp dỡ hàng hóa, cung cấp cont đủ tiêu chuẩn cho việc đóng hàng và hướng dẫn khách hàng quy trình khai báo cụ thể, rõ ràng nhằm đảm bảo an toàn cho hàng hóa và quá trình vận chuyển.

Nâng cao hệ thống quản lý thông tin: việc lưu chuyển thông tin giữa nội bộ hãng tàu là rất cần thiết, các bộ phận cần phải liên kết chặt chẽ với nhau, tránh trường hợp thông tin chỉ có 1 chiều, gây ảnh hưởng trong giải quyết công việc, giải đáp thắc mắc cho khách hàng. Hiện nay, việc áp dụng công nghệ thông tin trở nên phổ biến, khách hàng không cần trực tiếp giao dịch tại văn phòng hãng tàu, văn phòng cảng mà chỉ cần thực hiện trực tuyến, vì vậy hãng tàu cần xây dựng cho mình hệ thống quản lý, giao dịch với khách hàng nhanh chóng, tiện lợi, dễ sử dụng, các thông tin cần được cập nhật thường xuyên để khách hàng dễ dàng tra cứu.

5.2.4. Chi phí dịch vụ

Khi các yêu cầu cơ bản được thỏa mãn thì quyết định lựa chọn hãng tàu của khách hàng thường bị ảnh hưởng bởi yếu tố chi phí dịch vụ và các hãng tàu hiện nay cũng xây dựng các chiến lược cạnh tranh dựa vào yếu tố giá. Giữa các hãng tàu có cùng chất lượng, khách hàng sẽ có xu hướng lựa chọn hãng tàu có chi phí thấp hơn. Với hệ số Bê-ta chưa chuẩn hóa là 0,128 và giá trị trung bình của các yếu tố trong nhóm nhân tố chi phí dịch vụ có giá trị nằm trong khoảng 4,03 đến 4,27, các khách hàng khá đồng tình với nhân tố này

Các hãng tàu lớn với tiềm lực kinh tế mạnh có thể dùng số lượng hàng lớn để bù qua cho chi phí, tạo nên mức giá cạnh tranh trên thị trường, vô hình chung khiến các hãng tàu nhỏ chạy theo mức giá thấp, không thể có lợi nhuận để duy trì hoạt động, buộc phải ngưng một vài tuyến và tập trung khai thác các tuyến mạnh nhằm cân bằng chi phí. Việc này giúp các hãng tàu lớn độc quyền các tuyến quốc tế, khách hàng sẽ không có sự lựa chọn và buộc phải sử dụng dịch vụ của một nhà cung cấp duy nhất.

Để tránh tình trạng này, các hãng tàu cần tập trung vào các khách hàng có lượng hàng lớn, mật độ đóng hàng cao, chi phí linh hoạt, chấp nhận lợi nhuận thấp để duy trì hoạt động và giữ chân khách hàng. Khi khách hàng đã quen với dịch vụ của công ty, các hãng tàu có thể chuyển đổi chi phí dịch vụ sang chi phí cước để tăng lợi nhuận.

Vào thời điểm chi phí xăng dầu tăng, các hãng tàu cần tăng chi phí dịch vụ nhằm cân bằng lợi nhuận, tuy nhiên, do cạnh tranh của thị trường, giá cước cần phải hạ xuống dẫn đến tình trạng chi phí tăng giảm theo từng tháng, gây khó khăn cho khách hàng khi ký kết hợp đồng cũng như xây dựng kế hoạch đóng hàng, đồng thời, buộc nhân viên kinh doanh của hãng tàu vào tình huống khó xử, chào giá thấp vào tháng trước nhưng khi khách đặt chỗ thực tế thì giá đã thay đổi, làm giảm uy tín cũng như thiện cảm của khách hàng.

Để tránh tình huống này, hãng tàu cần đưa ra chính sách giá cụ thể, chào giá ngắn hạn, mặc dù sẽ gây khó khăn cho khách hàng do phải kiểm tra giá thường xuyên nhưng sẽ hạn chế việc chênh lệch giá, nhất là khoảng thời gian cao điểm.

Đưa ra các nhóm gói cước linh hoạt đi kèm với thời gian lưu kho, lưu bãi, phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Ví dụ, với giá thấp, khách hàng phải cam kết giải phóng hàng hóa đúng hạn, tránh việc chiếm dụng cont và nằm dài ngày tại cảng, với những khách hàng chấp nhận giá cao, có thể ưu tiên chỗ trên tàu mẹ và thời gian làm thủ tục nhận hàng có thể dài hơn.

5.2.5. Mức độ an toàn

Với giá trị trung bình chạy dài từ 3,93 đến 4,50 và hệ số Bê-ta chưa chuẩn hóa là 0,115, nhân tố mức độ an toàn có tác động đến quyết định lựa chọn của khách hàng. Bất kể vận chuyển bằng đường hàng không, đường bộ hay đường biển, yêu cầu về an toàn hàng hóa luôn được ưu tiên tối đa. Không khách hàng nào muốn hàng hóa chưa tới tay người nhận đã bị hư hỏng, thất thoát. Điều đó không chỉ gây ảnh hưởng trong vấn đề liên hệ bảo hiểm mà còn làm mất uy tín với khách hàng hoặc dẫn đến việc đền hợp đồng nếu có điều khoản quy định.

Trừ các yếu tố bất khả kháng, nếu thiệt hại do yếu tố chủ quan thì hình ảnh của dịch vụ vận tải trong ấn tượng khách hàng sẽ bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Vì vậy, các hãng tàu cần đảm bảo việc hạn chế tối đa thiệt hại, nhất là những mặt hàng nhạy cảm như thực phẩm, trái cây, gạo, ...

Các container cần được kiểm tra, khảo sát thường xuyên, tránh việc thủng nóc, rách sàn gây ảnh hưởng đến quá trình đóng hàng và chất lượng hàng hóa trong khi vận chuyển.

Cần ưu tiên chỗ, hạn chế thời gian lưu bãi tại cảng trung chuyển cho các mặt hàng nhạy cảm, hàng nguy hiểm. Các mặt hàng bán theo mùa vụ, trưng bày, buôn bán theo L/C cần được bảo đảm thời gian vận chuyển, tránh việc làm lỡ thời điểm nhận hàng của khách.

Đối với các mặt hàng đặc biệt, cần chú ý khi xếp dỡ như hàng cao su lỏng cần đảm bảo việc xếp hàng trên boong hoặc xếp dưới boong tàu, tránh nguồn nhiệt cho hàng than củi dễ cháy nổ. Điều này cần các nhân viên hãng tàu nắm vững nghiệp vụ, hiểu rõ tính chất hàng hóa để có thể sắp xếp chỗ phù hợp, tối đa hóa diện tích vận chuyển.

Bộ phận chăm sóc khách hàng cần thường xuyên kiểm tra, thông báo tình hình vận chuyển/ thiết bị cho khách hàng. Nên thông báo tình hình thực tế, tránh trường hợp kẹt cảng, kéo dài thời gian vận chuyển, gây ảnh hưởng đến khách hàng.

5.3 Hạn chế với nghiên cứu và đề xuất nghiên cứu trong tương lai

5.3.1. Hạn chế của nghiên cứu

Cùng với những kết quả đạt được, nghiên cứu vẫn còn một vài hạn chế như sau:

Đầu tiên, do hạn chế về thời gian, khả năng tiếp cận khách hàng nên quy mô mẫu khảo sát chưa lớn, bên cạnh đó, mẫu được lựa chọn theo phương pháp thuận tiện phi xác suất nên tính đại diện chưa cao.

Thứ hai, ở đây tác giả chỉ tập trung nghiên cứu hai đối tượng duy nhất đó là các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh trong khi ở khu vực Hải Phòng, Đà Nẵng, hoạt động xuất nhập khẩu rất sôi động nên chưa có cái nhìn tổng quát về các hãng tàu trên thị trường Việt Nam.

Thứ ba, do giá trị của R^2 hiệu chỉnh = 0,595 nghĩa là chỉ có 59,5 % sự biến thiên của biến phụ thuộc DC (quyết định lựa chọn hãng tàu) được giải thích bởi 5 biến độc lập. Điều này có nghĩa ngoài các biến đã được nêu trong mô hình còn các nhân tố khác ảnh

hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu nhưng chưa được tìm thấy trong nghiên cứu này như dịch vụ hậu mãi, năng lực của người vận chuyển,

Cuối cùng, thị trường vận tải biển ngày càng sôi nổi và có nhiều biến động, nghiên cứu của tác giả chỉ có giá trị trong thời điểm hiện tại hay trong tương lai gần. Việc nghiên cứu cần được tiến hành cập nhật thường xuyên để đảm bảo tính chính xác khi những yếu tố khác thay đổi.

5.3.2. Đề xuất hướng nghiên cứu mới

Với những nghiên cứu tiếp theo tác giả đề xuất nên thực hiện theo phương pháp chọn mẫu xác suất để tính khái quát được cao hơn, cùng với đó, mở rộng phạm vi nghiên cứu về không gian, điều này sẽ mang lại kết quả tốt hơn, tổng quát hơn. Ngoài ra nên thực hiện nghiên cứu lặp lại trên các khu vực khác nhau để kết quả được chính xác cũng như cập nhật sự biến đổi của các yếu tố.

Trong bài nghiên cứu này, tác giả chỉ xét đến sự tác động giữa hai đối tượng đó chính là các công ty xuất nhập khẩu và hãng tàu. Tuy nhiên trong thực tế, còn có nhiều yếu tố khác tham gia vào quá trình hoặc gây ảnh hưởng đến quá trình lựa chọn hãng tàu như các chủ hàng trực tiếp, các cơ quan chính phủ, điều kiện kinh tế, môi trường vi mô, các công ty dịch vụ, ...

Tác giả đề xuất hướng nghiên cứu tiếp theo nên tham khảo thêm các nghiên cứu khác và đưa ra những thang đo hoàn thiện hơn để đạt được độ tin cậy cao, nên tiến hành khảo sát và nhận phản hồi từ các đối tượng khác để nghiên cứu có kết quả tổng quát hơn.

SƠ KẾT CHƯƠNG 5

Trong chương này tác giả tổng hợp, trình bày lại kết quả nghiên cứu của mô hình, mang đến một bức tranh tổng quát về những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.

Trên cơ sở kết quả phân tích số liệu từ chương 4, chương này tác giả đã đưa ra các kết luận, kiến nghị cũng như là hướng nghiên cứu tiếp theo và hạn chế của đề tài này. Đề tài đã hoàn thành được mục tiêu nghiên cứu đã đề ra, đó là khám phá các nhân tố ảnh

hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu và đưa ra một số kiến nghị với mong muốn đề tài có thể đưa vào thực tiễn nhằm nâng cao lợi thế cạnh tranh của các hãng tàu trên địa bàn TP.HCM.

KẾT LUẬN

Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của khách hàng là hoạt động cần thiết và nên được thực hiện thường xuyên, nó không chỉ giúp các doanh nghiệp xác định được vị trí của sản phẩm dịch vụ mà doanh nghiệp mình cung cấp trên thị trường mà còn giúp nhận ra nhu cầu của khách hàng và từ đó xây dựng, điều chỉnh các chiến lược kinh doanh phù hợp nhằm giữ chân khách hàng.

Quá trình nghiên cứu đã chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định của khách hàng theo thứ tự giảm dần bao gồm: Mối quan hệ với hãng tàu, chất lượng dịch vụ, mức độ đáp ứng, chi phí dịch vụ và mức độ an toàn.

Khách hàng có xu hướng ưu tiên lựa chọn những hãng vận chuyển đã từng hợp tác trước đó do có sự quen thuộc trong cách thức làm việc, quy trình, yên tâm khi giao hàng hóa. Theo thứ tự ảnh hưởng tiếp theo là chất lượng dịch vụ, mức độ đáp ứng, chi phí dịch vụ và cuối cùng là mức độ an toàn. Khác với các nghiên cứu trước, do thị trường hiện có rất nhiều bên cung cấp dịch vụ vận chuyển nên khách hàng có nhiều sự lựa chọn, không còn tình trạng độc quyền nên yếu tố chi phí không được khách hàng tập trung.

Thông qua kết quả nghiên cứu, tác giả đã đề xuất một số kiến nghị giúp các hãng tàu tham khảo để từ đó xây dựng, điều chỉnh chiến lược kinh doanh nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng để tăng lợi nhuận, góp phần phát triển kinh tế.

Do vấn đề về thời gian, đối tượng cũng như phạm vi nghiên cứu nên đề tài còn nhiều hạn chế. Hệ số R^2 hiệu chỉnh thấp nên vẫn còn một số nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của khách hàng nhưng chưa được đưa vào mô hình và mô hình chỉ có giá trị trong thời điểm hiện tại hoặc tương lai gần.

Tác giả đã đề xuất một số hướng nghiên cứu mới trong việc chọn mẫu để tính khái quát được cao hơn, cùng với đó là mở rộng phạm vi nghiên cứu ra các thị trường có hoạt động xuất nhập khẩu sôi nổi như Hải Phòng, Đà Nẵng. Các nghiên cứu tiếp theo nên tiến hành khảo sát và nhận phản hồi từ các đối tượng khác để nghiên cứu có tính tổng quát hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tham khảo trong nước

1. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, *Phân Tích Dữ Liệu Nghiên Cứu Với SPSS*, NXB Thống kê, Tp. Hồ Chí Minh, 2008.
2. Niên giám thống kê 2019, Cục thống kê
3. Nguyễn Đình Thọ *Hành vi người tiêu dùng*, Nhà xuất bản Tài chính, Đà Nẵng, 2011.
4. Philip Kotler, *Marketing căn bản*, Nhà xuất bản Lao động – Xã hội, Hà Nội, 2007.
5. Nguyễn Xuân Lãn và cộng sự, *Hành vi người tiêu dùng*, Nhà xuất bản Tài chính, Đà Nẵng, 2011.
6. Quách Mỹ Anh, *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn hãng tàu tại thành phố Hồ Chí Minh của khách hàng*, Luận văn Thạc sĩ Kinh tế. Đại học Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh, Tp. Hồ Chí Minh, 2013.
7. Đặng Huỳnh Kha, *Đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ khai thác hàng lẻ xuất khẩu (đường biển) của các công ty giao nhận vận tải khu vực thành phố Hồ Chí Minh*, Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Đại học Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh, Tp. Hồ Chí Minh, năm 2015.
8. Lê Quốc Long, *Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ logistics tại tỉnh Bình Dương*, Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Đại học Tài chính – marketing, Tp. Hồ Chí Minh, năm 2015.
9. Mai Văn Minh, *Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất nhập khẩu thép tại khu vực Đông Nam Bộ*, Khóa luận tốt nghiệp, Đại học Ngoại thương, Tp. Hồ Chí Minh, năm 2020.
10. Nguyễn Thúy Nga, *Các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ vận tải CONTAINER đường biển của các công ty xuất nhập khẩu và các công ty Forwarder tại Tp. Hồ Chí Minh*, Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Đại học Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh, Tp. Hồ Chí Minh, 2014.

Tài liệu tham khảo nước ngoài

11. Ajzen, I., *The theory of planned behavior*, *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 1991pp.179-211.
12. Barthel et al., *Factors influencing transport buyer's choice of transport service – A European literature review*. School of Business, EconomiQS and Law, University of Gorthenburg, Gorthenburg, Sweden, 2010.
13. Branch, A. & Stopford, M., *Maritime economiQS*. Routledge, 2013.
14. BROOKS, M.R., and FROST, J.D., "Short sea shipping: a Canadian perspective." *Maritime Policy & Management*, Vol. 31 No. 4, 2004, pp. 393-407
15. Chia-Hsun CHANG, Vinh V. THAI, *Shippers' Choice Behaviour in Choosing Transport Mode: The Case of South East Asia (SEA) Region*, *The Asian Journal of Shipping and Logistics* 33(4), 2017,p. 199-210.
16. Cronin, J., J. & Taylor, S., A., *Measuring Service Quality: A Reexamination & Extention*, *Journal of Marketing*, 56, 1992, pp.55-68.
17. Dadfar, H. & Brege, S., *Differentiation by improving quality of services at the last touch point: The case of Tehran pharmacies*, *International Journal of Quality and Service Sciences*, 4, 2012, 345-363.
18. Enna HIRATA, *Service characteristiQS and customer satisfaction in the container liner shipping industry*, *The Asian Journal of Shipping and Logistics* 35(1) , 2019, 024-029.
19. Hair, J.F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., and Black W. C., *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 1998.
20. Kofteci et al., *Modeling freight transportation preferences: Conjoint analysis for Turkish Region*, *Scientific Research and Essays* Vol. 5(15), 2010, pp. 2016-2021.
21. Kotler, P.J. & Armstrong, G.M., *Principles of marketing* Pearson Education, 2010.

22. Lixin Shen; K. Mathiyazhagan; Devika Kannan; Wang Ying, *Study on analysing the criteria's for selection of shipping carriers in Chinese shipping market using analytical hierarchy process*, International Journal of Shipping and Transport Logistics, 2015 Vol.7 No.6, 2015, pp.742 – 757.
23. Lu, C.S., *An Evaluation of Service Attributes in a Partnering Relationship between Maritime Firms and Shippers in Taiwan*, Transportation Journal: American Society of Transportation and Logistics, Inc., Vol. 42, No. 5, ISSN: 0041 – 1612, 2003.
24. Midoro, R., Musso, E. & Parola, F., *Maritime liner shipping and the stevedoring industry: market structure and competition strategies*, Maritime Policy & Management, 32, 2005, 89-106.
25. Nunally & Burnstein, *Pchyschometric theory*, third edition, McGraw Hill, New York, 1994.
26. Pedersen, E.L., Gray, R., *The transport selection criteria of Norwegian exporters*, International Journal of Physical Distribution & Logistics Management 28 (2), 1998, 108-120.
27. Premeaux, S., *Motor Carrier Selection Criteria: Perceptual Differences between Shippers and Motor Carriers*, Transportation Journal 42 (2), 2002, 28-38.
28. Simona BOLIS, Rico MAGGI, *Adaptive stated preference analysis of shippers transport and logistics choice* The Asian Journal of Shipping and Logistics 35(1), 1998, pp 024-029.
29. Talley, W.K., *The Blackwell companion to maritime economiQS* John Wiley & Sons, 2011.
30. Tomi Solakivia, Lauri Ojala, *Determinants of carrier selection: updating the survey methodology into the 21 st century*, Transportation Research Procedia 25, 2017, 511–530.

31. Tuna, O. and Silan, M, '*Freight transportation selection criteria: an empirical investigation of Turkish liner shipping*' in IAME 2002: Proceedings of the IAME Panama 2002 Conference, Panama, 2002, pp.13–15.
32. Wong P.C.C, *An evaluation of the factors that determine carrier selection*, Doctoral thesis. University of Huddersfield, 2007.
33. YUEN, K. F., and THAI, V. V., *Service quality and customer satisfaction in liner shipping*, International Journal of Quality and Service Sciences, Vol. 7, No. 2/3, 2015, pp. 170-183.
34. Zeithaml, V., A., Parasuraman, A. and Leonard, L., B, *Problems and Strategies in Services Marketing*, Journal of Marketing, 49, 1985, pp.33–46.

Tài liệu tham khảo từ website

35. AXS Portal: Alphaliner TOP 100: <https://alphaliner.axsmarine.com/PublicTop100/>, thời gian truy cập 25/12/2020.
36. Thanhnien Online: Èo uột vận tải biển Việt Nam: <https://thanhnien.vn/tai-chinh-kinh-doanh/eo-uot-van-tai-bien-viet-nam-43426.html>, thời gian truy cập 10/01/2021.
37. Tổng cục thống kê: Xuất, nhập khẩu năm 2020: Nỗ lực và Thành công: <https://www.gso.gov.vn/du-lieu-va-so-lieu-thong-ke/2021/01/xuat-nhap-khau-nam-2020-no-luc-va-thanh-cong/>, thời gian truy cập 28/03/2021.
38. Tạp chí công thương: Hoạt động xuất nhập khẩu: Đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế: <https://congthuong.vn/hoat-dong-xuat-nhap-khau-dong-gop-quan-trong-vao-tang-truong-kinh-te-144481.html>, thời gian truy cập 28/03/2021

PHỤ LỤC 1

DÀN BÀI THẢO LUẬN NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH

Xin chào Anh/ Chị, tôi đang nghiên cứu đề tài “**Những nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất – nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh**” với mục đích khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất – nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.

Thông qua đề tài, tác giả mong muốn giúp cho các hãng tàu đang hoạt động trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh nâng cao năng lực và chất lượng dịch vụ. Rất mong Quý Anh/ Chị dành chút ít thời gian trả lời bảng câu hỏi này. Xin lưu ý rằng không có câu trả lời nào đúng sai cả, mọi câu trả lời của Anh/ Chị đều là thông tin quan trọng giúp ích cho nghiên cứu của tôi.

PHẦN 1: Ý KIẾN THẢO LUẬN

Anh/ chị vui lòng đánh dấu vào các yếu tố mà anh/ chị quan tâm khi quyết định lựa chọn hãng tàu cho lô hàng cần vận chuyển của mình.

Ngoài các yếu tố được liệt kê bên dưới, rất mong nhận được các ý kiến đóng góp thêm của anh/ chị nếu có những yếu tố đề xuất khác

STT	CHI PHÍ DỊCH VỤ (Cost of service)	Có	Không
1	Tổng chi phí vận chuyển thấp		
2	Có nhiều chương trình khuyến mãi		
3	Cước phí linh hoạt		
	Ý kiến khác/ đề xuất:		

STT	CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ (Quality of service)	Có	Không
4	Khả năng đáp ứng của bộ phận chăm sóc khách hàng		
5	Dễ dàng liên hệ		
6	Có thái độ đúng mực với khách hàng		

STT	CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ (Quality of service)	Có	Không
7	Kiến thức trong công việc		
8	Khả năng giải quyết vấn đề, khiếu nại một cách nhanh chóng		
	Ý kiến khác/ đề xuất:		

STT	MỨC ĐỘ ĐÁP ỨNG (Responsiveness)	Có	Không
10	Sự sẵn có của thiết bị (cont)		
11	Chỗ trên tàu mẹ/ tàu nối		
12	Thời gian vận chuyển ngắn		
13	Có các tuyến chạy thẳng đến cảng đích, không quá cảnh		
14	Có nhiều chuyến tàu khởi hành trong tuần		
	Ý kiến khác/ đề xuất:		

STT	MỨC ĐỘ AN TOÀN (Safety)	Có	Không
15	Mức độ tổn thất, hư hỏng của hàng hóa thấp		
16	Khả năng điều phối hàng hóa ở cảng trung chuyển		
17	Kiểm soát được thời gian giao hàng		
18	Kiến thức về cầu cảng		
19	Cập nhật thông tin thường xuyên cho khách		
	Ý kiến khác/ đề xuất:		

STT	MỐI QUAN HỆ VỚI HÃNG TÀU (Relation)	Có	Không
20	Nhận được nhiều khuyến mãi/ giá đặc biệt		
21	Quá trình hợp tác trong quá khứ		

STT	MỐI QUAN HỆ VỚI HÃNG TÀU (Relation)	Có	Không
22	Mối quan hệ cá nhân với hãng tàu (người thân, bạn bè, ...)		
	Ý kiến khác/ đề xuất:		

PHẦN 2: THÔNG TIN CÁ NHÂN

Để thuận tiện cho việc xác nhận thông tin cũng như tính trung thực của bản trả lời sau này (nếu cần thiết), xin anh/ chị vui lòng cung cấp những thông tin về người được phỏng vấn

Họ tên: Chức vụ:

Điện thoại: Email:

Tên đơn vị công tác:

.....

Lĩnh vực kinh doanh:

- Công ty xuất nhập khẩu
- Hãng tàu
- Công ty cung cấp dịch vụ

Xin chân thành cảm ơn ý kiến đóng góp của anh/ chị.

PHỤ LỤC 2

**BẢNG CÂU HỎI NGHIÊN CỨU CÁC NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN
QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN HÃNG TÀU CỦA CÁC CÔNG TY XUẤT NHẬP
KHẨU TRÊN ĐỊA BÀN TP. HỒ CHÍ MINH**

STT:

Xin chào Anh/ Chị, tôi đang nghiên cứu đề tài **“Những nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất – nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh”** với mục đích khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn hãng tàu của các công ty xuất – nhập khẩu trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh.

Thông qua đề tài, tác giả mong muốn giúp cho các hãng tàu đang hoạt động trên địa bàn Tp. Hồ Chí Minh nâng cao năng lực và chất lượng dịch vụ. Rất mong Quý Anh/Chị dành chút ít thời gian trả lời bảng câu hỏi này. Xin lưu ý rằng không có câu trả lời nào đúng sai cả, mọi câu trả lời của Anh/ Chị đều là thông tin quan trọng giúp ích cho nghiên cứu của tôi.

Trước tiên xin Anh/ Chị trả lời những thông tin cơ bản về bản thân:

1. Thông tin cá nhân

1. Loại hàng hóa công ty anh/ chị thường xuất/ nhập khẩu :

- Hàng khô (các mặt hàng thường, hạt điều, thép cuộn, vải dệt, ...) (1)
- Hàng lạnh (trái cây, hàng thủy sản, ...)(2)

2. Quý công ty thường thuê dịch vụ vận chuyển quốc tế bằng đường biển thông qua::

- Hãng tàu (1)
- Công ty dịch vụ (Fowarder) (2)

3. Vị trí công tác của Anh/ Chị là?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Quản lý bộ phận (1) | <input type="checkbox"/> Trưởng phòng (2) |
| <input type="checkbox"/> Giám đốc (3) | <input type="checkbox"/> Vị trí khác (4) |

4. Thời gian hoạt động của công ty anh/ chị

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Dưới 3 năm (1) | <input type="checkbox"/> Từ 3 – 5 năm (2) |
| <input type="checkbox"/> Từ trên 5-10 năm (3) | <input type="checkbox"/> Trên 10 năm (4) |

5. Sản lượng hàng hóa thông thường của quý công ty trong vòng một tháng là bao nhiêu (dành cho anh/ chị làm việc tại công ty xuất nhập khẩu)?

- Dưới 5 cont/tháng (1) Từ trên 5 - 10 cont/tháng (2)
 Từ 11 - 20 cont/tháng (3) Trên 20 cont/tháng (4)

Sau đây là những phát biểu liên quan đến quyết định lựa chọn hãng tàu. Xin Anh/ Chị vui lòng trả lời bằng cách khoanh tròn một con số ở từng dòng. Những con số này thể hiện mức độ Anh/ Chị đồng ý hay không đồng ý đối với các phát biểu theo qui ước sau:

	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Tạm đồng ý	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
	1	2	3	4	5
II. Chi phí dịch vụ					
6	Chi phí dịch vụ của hãng tàu anh chị sử dụng rất cạnh tranh so với các hãng tàu khác trên thị trường.				5
7	Hãng tàu anh/ chị lựa chọn có thiện chí thương lượng giá				5
8	Tổng chi phí vận chuyển thấp (cước phí + phụ phí) có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn của anh/ chị.				5
9	Các hãng tàu đưa ra nhiều chương trình khuyến mại				5
10	Cước phí hãng tàu các anh chị đang sử dụng dịch vụ khá linh hoạt so với giá chung trên thị trường				5
III. Chất lượng dịch vụ					
11	Bộ phận chăm sóc khách hàng của các hãng tàu anh/ chị lựa chọn có khả năng đáp ứng rất tốt nhu cầu của khách hàng.				5
12	Việc liên lạc với hãng tàu anh/ chị lựa chọn là rất dễ dàng.				5
13	Các nhân viên hãng tàu anh/ chị lựa chọn luôn có thái độ đúng mực với khách hàng.				5
14	Các nhân viên hãng tàu anh/ chị lựa chọn được trang bị kiến thức trong công việc.				5

15	Các nhân viên hãng tàu anh/ chị lựa chọn được kỹ năng giải quyết vấn đề, khiếu nại một cách nhanh chóng.	1	2	3	4	5
16	Các nhân viên hãng tàu anh/ chị lựa chọn luôn cập nhật thông tin lô hàng cho tới khi hàng hóa đến cảng đích.	1	2	3	4	5
IV. Độ đáp ứng						
17	Các hãng tàu anh/ chị lựa chọn luôn đáp ứng được các yêu cầu về thiết bị của khách hàng.	1	2	3	4	5
18	Các hãng tàu anh/ chị lựa chọn luôn đáp ứng được chỗ trên tàu mẹ/ tàu nối	1	2	3	4	5
19	Các hãng tàu anh/ chị lựa chọn luôn đáp ứng được các yêu cầu về lịch tàu của khách hàng.	1	2	3	4	5
20	Các hãng tàu anh/ chị lựa chọn luôn đáp ứng được thời gian vận chuyển ngắn	1	2	3	4	5
21	Các hãng tàu anh/ chị lựa chọn ứng dụng công nghệ thông tin vào giao dịch với khách hàng.	1	2	3	4	5
22	Các hãng tàu anh/ chị lựa chọn luôn đáp ứng được các yêu cầu về nơi hạ bãi của khách hàng	1	2	3	4	5
V. Mức độ an toàn						
23	Trong quá trình sử dụng dịch vụ, tần suất xảy ra sự cố khi sử dụng thấp (sự cố bao gồm thiệt hại hàng hóa, chậm trễ,...)	1	2	3	4	5
24	Các hãng tàu anh/ chị lựa chọn có khả năng điều phối hàng hóa ở cảng trung chuyển rất tốt.	1	2	3	4	5
25	Các hãng tàu anh/ chị lựa chọn có thể kiểm soát được thời gian giao hàng	1	2	3	4	5
26	Các hãng tàu anh/ chị lựa chọn luôn cập nhật thông tin về cầu cảng cho khách hàng	1	2	3	4	5
27	Các hãng tàu anh/ chị lựa chọn luôn cập nhật thông tin về tình trạng thiết bị/ hàng hóa cho khách hàng kịp thời	1	2	3	4	5

<i>VI. Mối quan hệ với hãng tàu</i>						
28	Các hãng tàu anh/ chị lựa chọn luôn ưu tiên chỗ cho các khách hàng thường xuyên.	1	2	3	4	5
29	Các hãng tàu anh/ chị lựa chọn luôn ưu tiên hỗ trợ công nợ, thời gian thanh toán cho các khách hàng thường xuyên.	1	2	3	4	5
30	Các hãng tàu anh/ chị lựa chọn thường xuyên đưa ra nhiều giá đặc biệt, ưu đãi hơn cho khách hàng thường xuyên.	1	2	3	4	5
31	Anh/ chị thường ưu tiên lựa chọn những hãng tàu đã từng hợp tác trước đây	1	2	3	4	5

VIII Quyết định lựa chọn hãng tàu

32	Theo Anh/ chị, quyết định lựa chọn hãng tàu của công ty là đúng đắn.	1	2	3	4	5
33	Anh/ chị hài lòng với hãng tàu đang lựa chọn	1	2	3	4	5
34	Anh/ chị sẽ giới thiệu hãng tàu này cho các đối tác, khách hàng của mình	1	2	3	4	5
35	Anh/ chị sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ của hãng tàu hiện nay	1	2	3	4	5

PHỤ LỤC 3**THỐNG KÊ MÔ TẢ BIẾN QUAN SÁT****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
COS1	201	2.00	5.00	4.1144	.74956
COS2	201	2.00	5.00	4.2040	.79573
COS3	201	2.00	5.00	4.0299	1.00454
COS4	201	3.00	5.00	4.2687	.73312
COS5	201	3.00	5.00	4.2587	.86760
QS1	201	3.00	5.00	4.2388	.78910
QS2	201	3.00	5.00	4.2090	.76558
QS3	201	3.00	5.00	3.9254	.59110
QS4	201	3.00	5.00	4.1741	.77751
QS5	201	3.00	5.00	4.3134	.73910
QS6	201	3.00	5.00	3.9950	.77135
RS1	201	3.00	5.00	4.0348	.82084
RS2	201	2.00	5.00	4.1592	.73111
RS3	201	2.00	5.00	3.7861	.72733
RS4	201	2.00	5.00	4.0846	.79235
RS5	201	3.00	5.00	4.2090	.76558
RS6	201	3.00	5.00	3.9353	.80672
SF1	201	3.00	5.00	4.1642	.77969
SF2	201	3.00	5.00	4.1692	.78819
SF3	201	2.00	5.00	3.9303	.97730
SF4	201	3.00	5.00	4.3881	.69185
SF5	201	3.00	5.00	4.4975	.77540
RL1	201	3.00	5.00	4.3881	.76069
RL2	201	3.00	5.00	4.5373	.52901
RL3	201	2.00	5.00	3.9104	1.02564
RL4	201	3.00	5.00	4.6766	.47948
DC1	201	3.00	5.00	4.3184	.74034
DC2	201	3.00	5.00	4.0000	.76158
DC3	201	3.00	5.00	4.1144	.81354
DC4	201	3.00	5.00	4.1244	.77424
Valid N (listwise)	201				

PHỤ LỤC 4**CRONBACH'S ALPHA TỪNG NHÂN TỐ****1. Nhân tố Chi phí dịch vụ****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	201	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
COS1	16.7612	7.183	.688	.789
COS2	16.6716	6.812	.738	.773
COS3	16.8458	6.371	.617	.813
COS4	16.6070	7.500	.616	.808
COS5	16.6169	7.158	.560	.823

2. Nhân tố Chất lượng dịch vụ**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	201	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
QS1	20.6169	8.048	.660	.834
QS2	20.6468	7.900	.729	.820
QS3	20.9303	9.315	.543	.854
QS4	20.6816	7.588	.801	.805
QS5	20.5423	8.339	.641	.837
QS6	20.8607	8.610	.534	.857

3. Nhân tố Mức độ Đáp ứng

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	201	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability StatistiQS

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	6

Item-Total StatistiQS

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RS1	20.1741	7.445	.616	.758
RS2	20.0498	7.818	.617	.760
RS3	20.4229	8.345	.476	.790
RS4	20.1244	7.459	.644	.752
RS5	20.0000	8.020	.523	.780
RS6	20.2736	8.020	.483	.790

4. Nhân tố Mức độ an toàn

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	201	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability StatistiQS

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	5

Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SF1	16.9851	6.815	.642	.814
SF2	16.9801	6.760	.648	.812
SF3	17.2189	5.852	.683	.807
SF4	16.7612	7.273	.613	.823
SF5	16.6517	6.678	.688	.802

5. Nhân tố Môi quan hệ với hãng tàu**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	201	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	4

Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RL1	13.1244	3.149	.860	.756
RL2	12.9751	4.234	.706	.841
RL3	13.6020	2.451	.794	.834
RL4	12.8358	4.408	.702	.850

6. Nhân tố Quyết định lựa chọn hãng tàu**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	201	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	201	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistic

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	4

Item-Total Statistic

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DC1	12.2388	3.543	.573	.720
DC2	12.5572	3.478	.574	.720
DC3	12.4428	3.288	.589	.712
DC4	12.4328	3.457	.567	.723

PHỤ LỤC 5**KẾT QUẢ PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHÁM PHÁ EFA****1. Phân tích nhân tố khám phá EFA cho các biến độc lập****KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.803
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square df	2774.544 325
	Sig.	0.000

Communalities

	Initial	Extraction
COS1	1.000	.735
COS2	1.000	.748
COS3	1.000	.621
COS4	1.000	.667
COS5	1.000	.578
QS1	1.000	.612
QS2	1.000	.714
QS3	1.000	.651
QS4	1.000	.775
QS5	1.000	.650
QS6	1.000	.602
RS1	1.000	.677
RS2	1.000	.621
RS3	1.000	.532
RS4	1.000	.625
RS5	1.000	.576
RS6	1.000	.743
SF1	1.000	.622
SF2	1.000	.610
SF3	1.000	.669
SF4	1.000	.580
SF5	1.000	.669
RL1	1.000	.836
RL2	1.000	.661
RL3	1.000	.841
RL4	1.000	.731

Extraction Method: Principal Component Analysis.

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	6.718	25.837	25.837	6.718	25.837	25.837	3.489	13.418	13.418
2	3.444	13.247	39.084	3.444	13.247	39.084	3.172	12.201	25.618
3	2.289	8.802	47.887	2.289	8.802	47.887	3.073	11.819	37.437
4	2.095	8.057	55.944	2.095	8.057	55.944	3.025	11.636	49.073
5	1.578	6.069	62.014	1.578	6.069	62.014	2.747	10.566	59.638
6	1.223	4.704	66.718	1.223	4.704	66.718	1.841	7.080	66.718
7	.880	3.383	70.101						
8	.832	3.202	73.303						
9	.710	2.730	76.033						
10	.658	2.532	78.565						
11	.615	2.365	80.930						
12	.571	2.195	83.125						
13	.526	2.024	85.149						
14	.474	1.822	86.971						
15	.444	1.708	88.679						
16	.427	1.642	90.321						
17	.377	1.450	91.771						
18	.367	1.412	93.182						
19	.333	1.282	94.464						
20	.303	1.164	95.628						
21	.280	1.079	96.707						
22	.225	.866	97.573						
23	.205	.790	98.363						
24	.184	.709	99.072						
25	.175	.671	99.743						
26	.067	.257	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
RL1	.734					
RL2	.709					
QS4	.686					
RL3	.674					
QS2	.649					
QS1	.633					
RS4	.601					
QS5	.572					

QS6	.561					
COS2	.523		-.504			
RS2	.515					
RS5						
QS3						
COS4						
COS1						
SF3		.612				
SF5		.608				
SF1		.592				
SF4		.579				
SF2		.569				
COS3			-.542			
COS5						
RS1				.519		
RS3						
RL4	.547				-.599	
RS6						-.550

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 6 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
QS4	.820					
QS2	.786					
QS3	.785					
QS1	.706					
QS5	.662					
SF3		.805				
SF5		.796				
SF1		.779				
SF2		.754				
SF4		.743				
COS2			.830			
COS1			.792			
COS3			.742			
COS5			.739			
COS4			.701			
RL3				.868		
RL4				.830		
RL1				.826		
RL2				.679		
RS1					.811	

RS2					.742	
RS3					.715	
RS4					.691	
RS6						.783
RS5						.593
QS6						.570

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6
1	.553	.272	.360	.503	.379	.307
2	-.424	.724	.474	-.251	.043	-.077
3	-.002	.374	-.705	-.188	.560	.116
4	-.339	-.511	.339	-.193	.669	.156
5	.495	-.018	.141	-.759	-.140	.374
6	.393	-.017	.116	-.190	.271	-.850

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

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

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.755
Bartlett's Test of Approx. Chi-Square Sphericity	204.799
df	6
Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
DC1	1.000	.594
DC2	1.000	.596
DC3	1.000	.610
DC4	1.000	.581

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.382	59.553	59.553	2.382	59.553	59.553
2	.684	17.109	76.662			
3	.470	11.755	88.417			

4	.463	11.583	100.000			
---	------	--------	---------	--	--	--

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
DC3	.781
DC2	.772
DC1	.771
DC4	.762

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

--

a. Only one component was extracted. The solution cannot be rotated.

PHỤ LỤC 6**KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH TƯƠNG QUAN PEARSON****Correlations**

		COS	QS	RS	SF	RL	DC
COS	Pearson Correlation	1	.182**	.214**	.278**	.263**	.357**
	Sig. (2-tailed)		.010	.002	.000	.000	.000
	N	201	201	201	201	201	201
QS	Pearson Correlation	.182**	1	.358**	.074	.552**	.528**
	Sig. (2-tailed)	.010		.000	.295	.000	.000
	N	201	201	201	201	201	201
RS	Pearson Correlation	.214**	.358**	1	.202**	.342**	.425**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.004	.000	.000
	N	201	201	201	201	201	201
SF	Pearson Correlation	.278**	.074	.202**	1	.128	.258**
	Sig. (2-tailed)	.000	.295	.004		.070	.000
	N	201	201	201	201	201	201
RL	Pearson Correlation	.263**	.552**	.342**	.128	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.070		.000
	N	201	201	201	201	201	201
DC	Pearson Correlation	.357**	.528**	.425**	.258**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	201	201	201	201	201	201

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

PHỤ LỤC 7

KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỒI QUY TUYẾN TÍNH

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	RL, SF, COS, RS, QS ^b		Enter

a. Dependent Variable: DC

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.771 ^a	.595	.584	.38444	1.660

a. Predictors: (Constant), RL, SF, COS, RS, QS

b. Dependent Variable: DC

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.279	5	8.456	57.213	.000 ^b
	Residual	28.820	195	.148		
	Total	71.100	200			

a. Dependent Variable: DC

b. Predictors: (Constant), RL, SF, COS, RS, QS

Coefficients^a

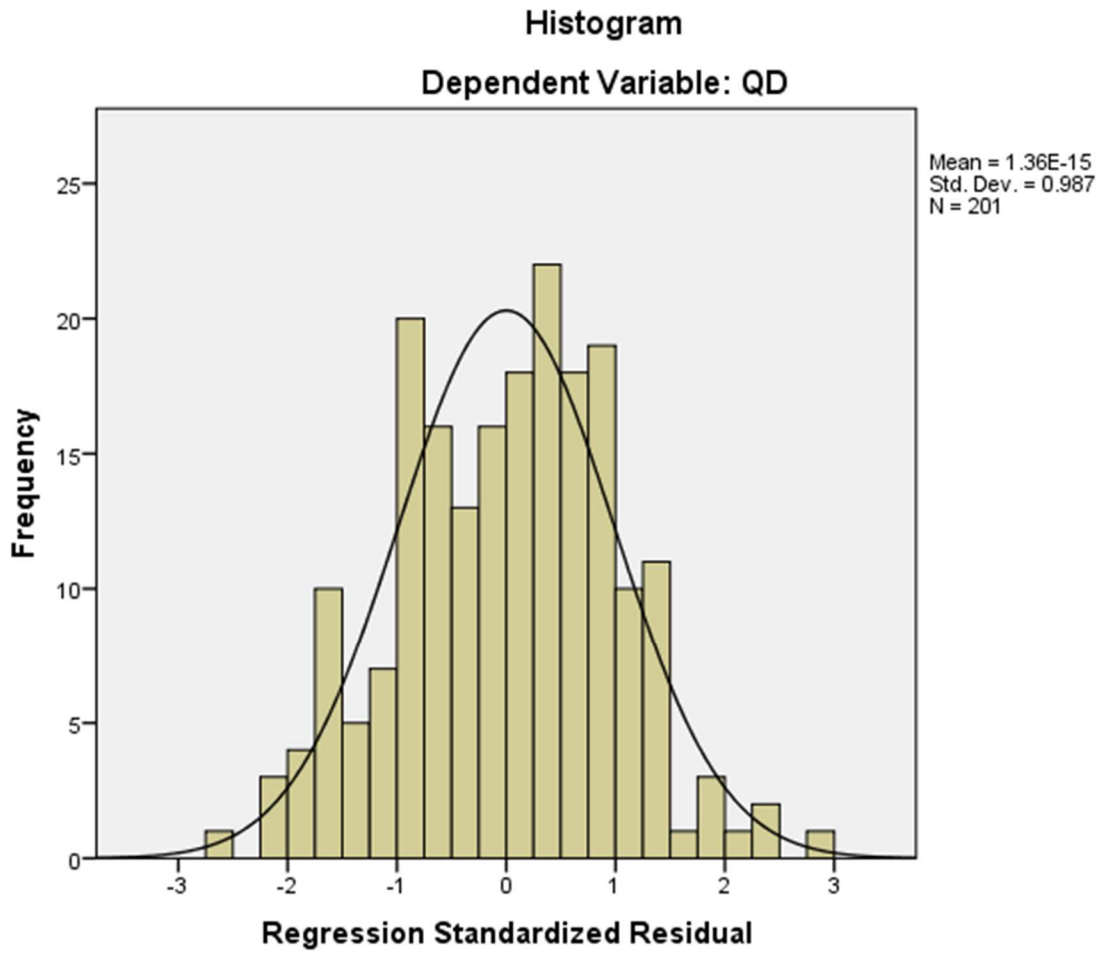
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.338	.300		-1.125	.262		
	COS	.117	.045	.128	2.600	.010	.861	1.161
	QS	.160	.059	.153	2.728	.007	.662	1.512
	RS	.149	.055	.137	2.712	.007	.810	1.235
	SF	.108	.045	.115	2.385	.018	.900	1.111
	RL	.517	.055	.533	9.438	.000	.651	1.537

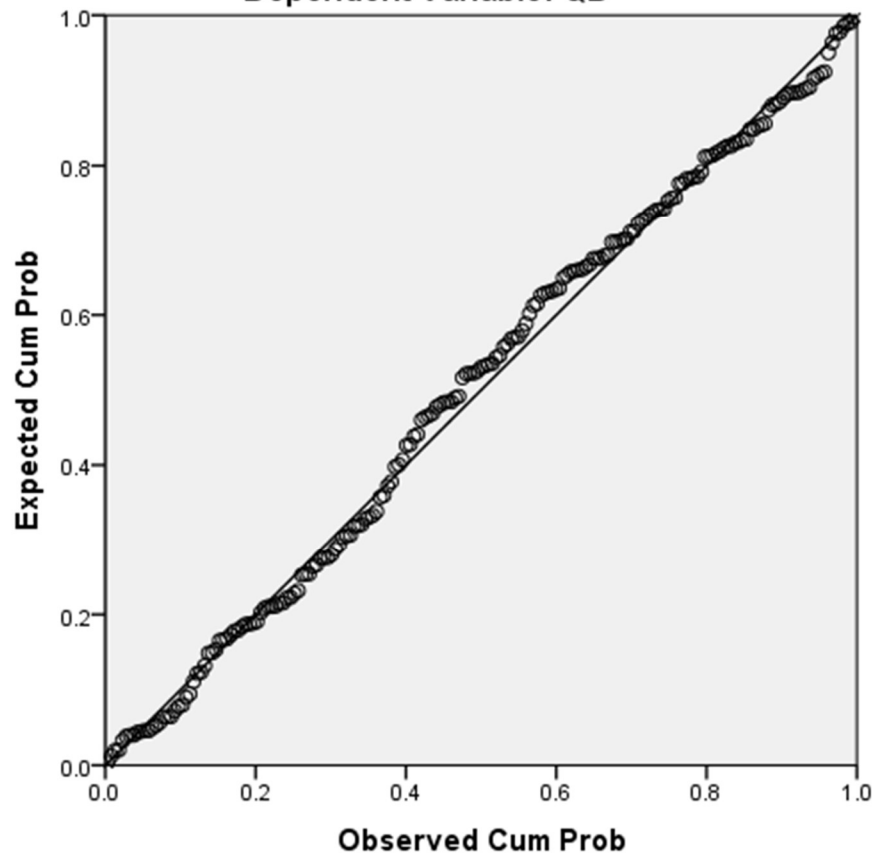
a. Dependent Variable: DC

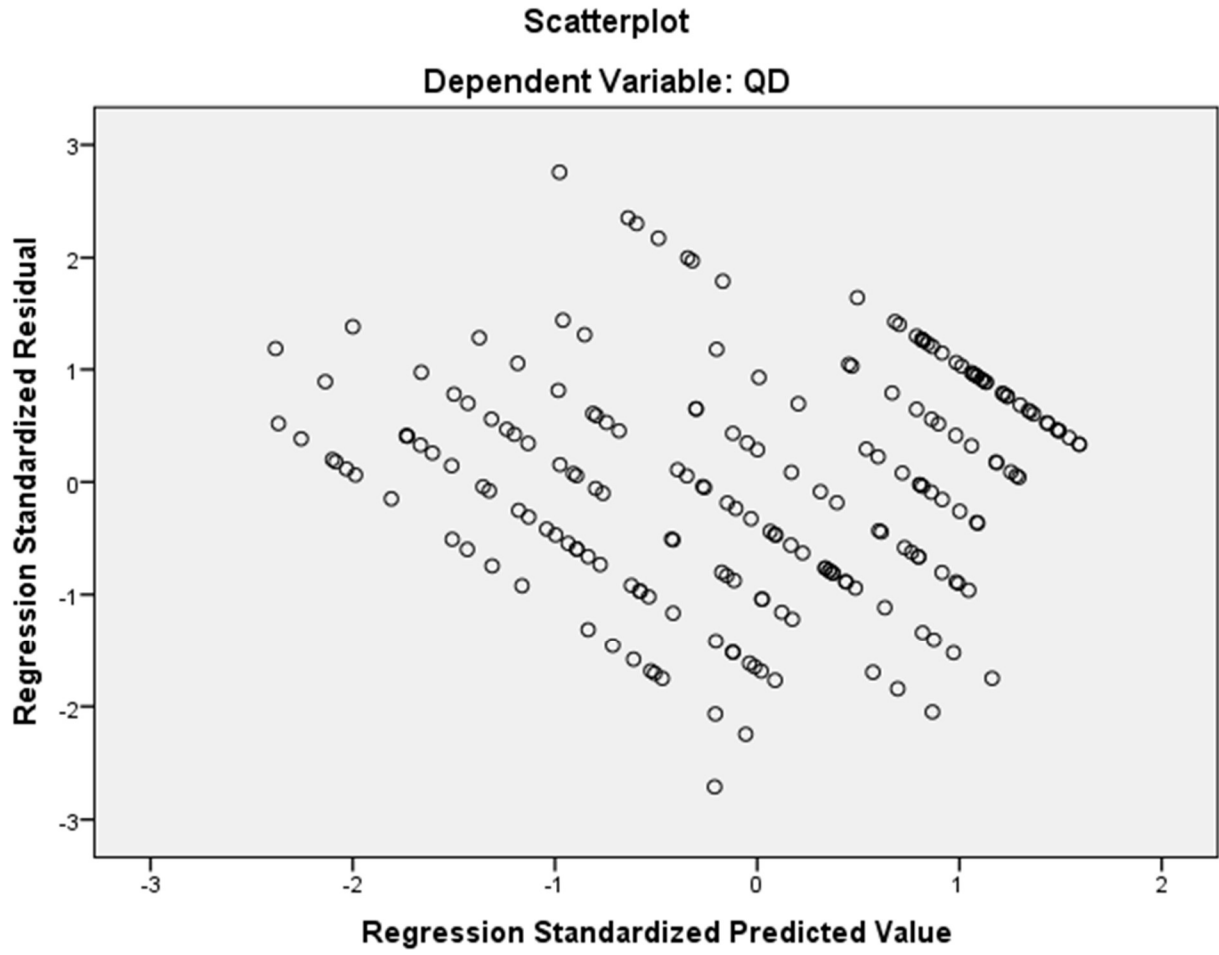
Collinearity Diagnostics^a

Model		Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	COS	QS	RS	SF	RL
1	1	5.933	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.023	16.069	.00	.14	.12	.02	.35	.09
	3	.017	18.908	.00	.78	.00	.06	.33	.01
	4	.012	21.814	.00	.02	.06	.80	.14	.16
	5	.008	26.557	.05	.00	.61	.05	.00	.74
	6	.007	29.855	.95	.06	.20	.08	.18	.00

a. Dependent Variable: DC



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**Dependent Variable: QD**



PHỤ LỤC 8**KIỂM ĐỊNH SỰ KHÁC BIỆT BẰNG PHƯƠNG PHÁP ANOVA****1. Thời gian hoạt động****Test of Homogeneity of Variances**

THOIGIANHOATDONG

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.233 ^a	7	192	.286

a. Groups with only one case are ignored in computing the test of homogeneity of variance for THOIGIANHOATDONG.

ANOVA

THOIGIANHOATDONG

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	7.553	8	.944	1.521	.152
Within Groups	119.174	192	.621		
Total	126.726	200			

2. Phương thức thuê tàu**Test of Homogeneity of Variances**

PHUONGTHUCTHUETAU

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.627 ^a	7	192	.130

a. Groups with only one case are ignored in computing the test of homogeneity of variance for PHUONGTHUCTHUETAU.

ANOVA

PHUONGTHUCTHUETAU

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.508	8	.313	1.261	.266
Within Groups	47.711	192	.248		
Total	50.219	200			

3. Sản lượng hàng hóa**Test of Homogeneity of Variances**

SANLUONG

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.420 ^a	7	192	.199

a. Groups with only one case are ignored in computing the test of homogeneity of variance for SANLUONG.

ANOVA

SANLUONG

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4.313	8	.539	.831	.577
Within Groups	124.642	192	.649		
Total	128.955	200			

4. Loại hàng hóa

LOAIHANG

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.579 ^a	7	192	.144

a. Groups with only one case are ignored in computing the test of homogeneity of variance for LOAIHANG.

ANOVA

LOAIHANG

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.546	8	.318	1.284	.254
Within Groups	47.603	192	.248		
Total	50.149	200			

5. Vị trí công tác**Test of Homogeneity of Variances**

VITRCONGTAC

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.180 ^a	7	192	.316

a. Groups with only one case are ignored in computing the test of homogeneity of variance for VITRCONGTAC.

ANOVA

VITRCONGTAC

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.574	8	.697	1.545	.144
Within Groups	86.576	192	.451		
Total	92.149	200			