

# NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KẾT QUẢ KINH DOANH DỊCH VỤ LOGISTICS CỦA TỔNG CÔNG TY BƯU ĐIỆN VIỆT NAM VNPOST

● DƯƠNG HỮU TUYẾN - VŨ NGỌC TÚ  
- NGUYỄN HOÀNG MAI - DƯƠNG THỊ HỒNG YẾN

## TÓM TẮT:

Nội dung bài báo nhằm phân tích mức độ ảnh hưởng của 5 nhân tố bên trong của VNPost trong mối quan hệ tác động đến kết quả kinh doanh dịch vụ logistics. Kết quả cho thấy, nhân tố khả năng đổi mới có tác động lớn nhất, tiếp đến là nhân tố đặc điểm nhân viên. Nhân tố đặc điểm lãnh đạo có tác động nhỏ nhất đến kết quả kinh doanh dịch vụ logistics của VNPost.

**Từ khóa:** Bưu chính, logistics, kết quả kinh doanh, đổi mới.

## 1. Đặt vấn đề

Từ khi Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại thế giới (WTO) năm 2007 và nhiều hiệp định thương mại song phương và đa phương mà Việt Nam đã ký kết tham gia, nền kinh tế Việt Nam đã có sự phát triển vượt bậc trong nhiều lĩnh vực, cùng với đó là sự gia tăng nhu cầu, gia tăng quy mô và thị trường của nhiều dịch vụ có tính kết nối, phục vụ cho sự phát triển của đất nước, trong đó có vai trò đặc biệt quan trọng của dịch vụ logistics. Trong sự bùng nổ của nền kinh tế mở với xu hướng hội nhập toàn diện và sâu rộng của nền kinh tế Việt Nam với khu vực và thế giới, phát triển dịch vụ logistics như là điều kiện tiên quyết cho phép giảm chi phí sản xuất và gia tăng hiệu quả chung của nền kinh tế. Điều đó tạo ra cơ hội lớn cho các doanh nghiệp tham gia thị trường cung cấp dịch vụ logistics phục vụ cho sự phát triển chung.

Tổng công ty Bưu điện Việt Nam là doanh nghiệp hàng đầu tại Việt Nam trong lĩnh vực bưu

chính chuyển phát, với hệ thống mạng lưới cơ sở hạ tầng rộng khắp cả trong và ngoài nước. Trong chiến lược phát triển của mình, VNPost đã xác định đầu tư phát triển dịch vụ logistics là một trong những nhiệm vụ trọng tâm. VNPost đã thiết lập và ký thỏa thuận hợp tác với nhiều doanh nghiệp trong nước nhằm tạo tiền đề cho phát triển kinh doanh dịch vụ logistics như Tổng Công ty Đường sắt Việt Nam, Tổng Công ty Hàng hải Việt Nam, Công ty Cổ phần Logistics Hàng không (ALS), Công ty Đầu tư Thương mại và Dịch vụ Quốc tế - Interserco cũng như thành lập Công ty Vận chuyển và Kho vận Bưu điện năm 2014. VNPost hiện đang triển khai một số dự án đầu tư phát triển hạ tầng phục vụ phát triển dịch vụ logistics như đầu tư xây dựng Trung tâm khai thác vận chuyển, kho hàng logistics khu vực phía bắc thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, thành phố Đà Nẵng với tổng số vốn hơn 800 tỷ VND... Tuy nhiên, dịch vụ logistics vẫn là một dịch vụ

mới và chiếm tỷ trọng rất nhỏ so với tiềm năng và thế mạnh của VNPost hiện có. Trong đó, nguyên nhân cơ bản là VNPost vẫn chưa có những giải pháp cơ bản mang tính đột phá nhằm tham gia sâu hơn, rộng hơn trong thị trường cung cấp dịch vụ logistics trên cơ sở phát huy tối đa các nguồn lực hiện có của mình. Nội dung bài báo sẽ xác định các nhân tố cơ bản thuộc nguồn lực nội tại, bên trong của VNPost như nguồn nhân lực lãnh đạo, nhân viên, khả năng đổi mới... liên quan đến kết quả kinh doanh của VNPost.

## 2. Cơ sở lý thuyết và các giả thuyết nghiên cứu

### 2.1. Kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ logistics của doanh nghiệp bưu chính

Theo Luật Doanh nghiệp số 68/2014/QH13, doanh nghiệp là một tổ chức kinh tế có tên riêng, có tài sản, có trụ sở giao dịch ổn định, được đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật nhằm mục đích kinh doanh. Trong khi đó, doanh nghiệp bưu chính là doanh nghiệp được thành lập theo quy định của pháp luật, được cấp giấy phép kinh doanh dịch vụ bưu chính và thực hiện hoạt động kinh doanh dịch vụ bưu chính trên thị trường (Luật Bưu chính, 2010). Trong khi đó, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics là doanh nghiệp đảm bảo thực hiện các hoạt động logistics cho doanh nghiệp sản xuất hoặc doanh nghiệp phân phối. Thực tế đã chỉ ra, trong quá trình phát triển, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics không chỉ cung cấp các dịch vụ cơ bản như vận tải và giao nhận, các dịch vụ về kho bãi và quản lý hàng tồn kho,... mà còn phát triển và cung cấp các dịch vụ giá trị gia tăng khác (Boissino, Kacioui-Maurin, 2009; Duong Huu Tuyen, 2014). Với các đặc điểm của sản xuất kinh doanh dịch vụ bưu chính, doanh nghiệp bưu chính có đủ các điều kiện cần thiết để cung cấp và phát triển các dịch vụ logistics.

Khái niệm dịch vụ logistics đã được nhiều tác giả trên thế giới đề cập ở nhiều góc độ như "Logistics là hoạt động quản lý quá trình lưu chuyển nguyên vật liệu qua các khâu lưu kho, sản xuất ra sản phẩm cho tới tay người tiêu dùng theo yêu cầu của khách hàng" (Khôa đào tạo quốc tế về vận tải đa phương thức và quản lý logistics. Đại học Ngoại thương, tháng 10/2002); hay định nghĩa của Ủy ban Quản lý logistics của Hoa Kỳ: Logistics là quá trình lập kế hoạch, chọn phương án tối ưu để thực hiện việc quản lý, kiểm soát việc di chuyển và bảo quản có hiệu quả về chi phí và

ngắn nhất về thời gian đối với nguyên vật liệu, bán thành phẩm và thành phẩm, cũng như các thông tin tương ứng từ giai đoạn tiền sản xuất cho đến khi hàng hóa đến tay người tiêu dùng cuối cùng để đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Tại Việt Nam, "Dịch vụ logistics là hoạt động thương mại, theo đó thương nhân tổ chức thực hiện một hoặc nhiều công đoạn bao gồm nhận hàng, vận chuyển, lưu kho, lưu bãi, làm thủ tục hải quan, các thủ tục giấy tờ khác, tư vấn khách hàng, đóng gói bao bì, ghi ký mã hiệu, giao hàng hoặc các dịch vụ khác có liên quan tới hàng hóa theo thỏa thuận với khách hàng để hưởng thù lao" (Luật Thương mại, 2005).

Cũng như tất cả các doanh nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực khác, kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ logistics là đầu ra của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics, được thể hiện thông qua hệ thống các chỉ tiêu số lượng như khối lượng hàng hóa vận chuyển, khối lượng hàng hóa khai thác và các chỉ tiêu chất lượng dịch vụ như thời gian giao hàng, chi phí dịch vụ.

### 2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ logistics của doanh nghiệp bưu chính

Trong các nghiên cứu trước, chưa có một nghiên cứu đầy đủ về các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ logistics của doanh nghiệp bưu chính cũng như doanh nghiệp cung cấp dịch vụ logistics. Song với các doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực, ngành nghề kinh doanh khác thì có một số nghiên cứu như Vũ Hoàng Nam và Đoàn Quang Hưng (2013) với doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam, Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam (2011). Theo các nghiên cứu đó, những nhân tố cơ bản, bên trong ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp, bao gồm: Đặc điểm doanh nghiệp, đặc điểm lãnh đạo, đặc điểm nhân viên, mối quan hệ xã hội của doanh nghiệp và khả năng đổi mới.

### 2.3. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Trên cơ sở các kết quả nghiên cứu trước của Vũ Hoàng Nam và Đoàn Quang Hưng (2013), Nguyễn Quốc Nghi và Mai Văn Nam (2011), nhóm tác giả đề xuất các giả thuyết nghiên cứu như sau:

Giả thuyết H1: Đặc điểm doanh nghiệp (đơn vị) bưu chính có liên quan và tác động đến kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ logistics.

Giả thuyết H2: Đặc điểm lãnh đạo của doanh nghiệp bưu chính có liên quan và tác động đến kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ logistics.

Giả thuyết H3: Đặc điểm nhân viên của doanh nghiệp bưu chính có liên quan và tác động đến kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ logistics.

Giả thuyết H4: Mỗi quan hệ xã hội của của doanh nghiệp bưu chính có liên quan và tác động đến kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ logistics.

Giả thuyết H5: Khả năng đổi mới của doanh nghiệp bưu chính có liên quan và tác động đến kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ logistics.

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu ở trên, nhóm tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp định lượng. Trên cơ sở các kết quả nghiên cứu trước, nhóm tác giả tiến hành tập hợp các nhân tố và thang đo của các nhân tố bên trong doanh nghiệp ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh. Từ đó, phỏng vấn ý kiến của 3 chuyên gia là cán bộ quản lý và 5 nhân viên của doanh nghiệp bưu chính có cung cấp dịch vụ logistics để tìm hiểu nhận định của các nhóm đối tượng về các nhân tố ảnh hưởng. Kết quả của phương pháp này giúp phát hiện, bổ sung và điều chỉnh các yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh dịch vụ logistics của doanh nghiệp bưu chính, từ bước này tiến hành hoàn thiện bảng khảo sát. Phiếu khảo sát được thiết kế trên khổ giấy A4 và phần mềm google.doc và được gửi đến các cán bộ, nhân viên và người lao động của VNPost thông qua hệ thống mạng xã hội. Số liệu thu thập trong thời gian 2 tuần, từ ngày 25 tháng 4 đến ngày 10 tháng 5 năm 2019.

### 4. Kết quả nghiên cứu

#### 4.1. Kết quả kinh doanh của VNPost

Tổng công ty Bưu điện Việt Nam được hình thành trên cơ sở triển khai Đề án thí điểm hình thành Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (Tập đoàn VNPT) do Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 58/2005/QĐ-TTg ngày 23/3/2005. Theo báo cáo của VNPost năm 2018, tính đến hết 31/12/2018, tổng tài sản của VNPost là 19.179.789.645.555 đồng, doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ đạt 20.669.610.738.650 đồng, lợi nhuận thuần đạt 340.323.441.484 đồng.

#### 4.2. Mẫu nghiên cứu

Sau thời gian thu thập dữ liệu với sự hỗ trợ của các mối quan hệ cá nhân, thông qua các công cụ hỗ trợ, nhóm tác giả đã thu thập được tổng cộng là 205 phiếu trả lời hợp lệ. Dữ liệu sau đó được cập nhật vào phần mềm SPSS 20.0 để tiến hành phân

tích. Kết quả cho thấy, trong số 205 người tham gia trả lời hợp lệ có 57,1% là nam và 42,9% là nữ. Trong tổng số 205 người, có 5,4% là giám đốc, phó giám đốc phụ trách kinh doanh; trong đó có dịch vụ logistics tại các đơn vị của VNPost, 28,8% là trưởng, phó tại các bưu cục có kinh doanh dịch vụ logistics còn lại là nhân viên kinh doanh dịch vụ nói chung, trong đó có dịch vụ logistics.

#### 4.3. Kết quả kiểm định độ tin cậy và phân tích nhân tố

Kết quả kiểm định độ tin cậy qua hệ số Cronbach's alpha cho thấy, cả 6 nhân tố đều có hệ số lớn hơn 0,7 và hệ số KMO đều lớn hơn 0,7 (Cụ thể trong Bảng 1).

Bảng 1. Kết quả kiểm định độ tin cậy

STT	Nhân tố	Cronbach's alpha	KMO
1	Đặc điểm đơn vị - DV	0,879	0,876
2	Đặc điểm lãnh đạo - DDLD	0,888	0,889
3	Đặc điểm nhân viên - NV	0,939	0,860
4	Mối quan hệ xã hội -QH	0,924	0,903
5	Đổi mới -DM	0,895	0,844
6	Kết quả kinh doanh -KQ	0,827	0,733

Nguồn: Tính toán từ số liệu của nhóm tác giả

Kết quả phân tích nhân tố cho thấy, có 5 nhân tố được trích tại eigenvalue là 6,428 và phương sai trích được là 72,84 % và chỉ số KMO là 0,829. Vì thế, việc phân tích nhân tố là phù hợp và phương sai trích đạt yêu cầu > 50%.

#### 4.4. Phân tích hồi quy

Kết quả phân tích mô hình hồi quy cho thấy, mô hình có  $R^2 = 0,608$  và  $R^2$  được điều chỉnh = 0,598.  $R^2$  được điều chỉnh = 0,598 nói lên độ thích hợp của mô hình là 59,8 %; hay nói cách khác 59,8% sự biến thiên của biến "kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ logistics" được giải thích bởi 5 biến độc lập đặc điểm đơn vị, đặc điểm lãnh đạo, đặc điểm nhân viên, mối quan hệ xã hội của doanh nghiệp và khả năng đổi mới. (Bảng 2).

Kết quả tại Bảng 3 cho thấy, các nhân tố nghiên cứu có liên quan và tác động tích cực đến kết quả kinh doanh dịch vụ logistics của VNPost (KQ). Trong đó, nhân tố DM - khả năng đổi mới có tác

**Bảng 2. Kết quả kiểm định mô hình**

Model	R	R bình phương	R bình phương hiệu chỉnh	Sai số chuẩn ước lượng	Hệ số Durbin-Watson
1	,780a	,608	,598	,63406773	1,582

a Predictors: (Constant), DM, DDLD, QH, DV, NV

b. Dependent Variable: KQ

*Nguồn: Tính toán từ số liệu của nhóm tác giả*

**Bảng 3. Kết quả phân tích hệ số hồi quy**

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Mức ý nghĩa	VIF
	B	Sai số	Beta			
1 (Constant)	4,685E-017	,044		,000	1,000	
DV	,192	,046	,192	4,150	,000	1,086
DDLD	,103	,046	,103	2,251	,025	1,067
NV	,388	,046	,388	8,345	,000	1,097
QH	,193	,046	,193	4,238	,000	1,057
DM	,400	,046	,400	8,618	,000	1,092

a. Dependent Variable: KQ

*Nguồn: Tính toán từ số liệu của nhóm tác giả*

động lớn nhất (hệ số hồi quy = 0,400, sig = 0,000), tiếp đến là nhân tố đặc điểm nhân viên (hệ số hồi quy = 0,388, sig = 0,000). Nhân tố đặc điểm lãnh đạo có tác động nhỏ nhất đến kết quả kinh doanh dịch vụ logistics của VNPost (hệ số hồi quy = 0,103, sig = 0,025). Như vậy, tất cả các giả thuyết đặt ra của nghiên cứu đều được xác nhận và có ý nghĩa.

**5. Kết luận**

Kết quả nghiên cứu ở trên cho thấy, tất cả 5 nhân tố bên trong doanh nghiệp đều có liên hệ và tác động tích cực đến kết quả kinh doanh dịch vụ logistics của VNPost. Trong đó nhân tố về khả

năng đổi mới là có tác động lớn nhất, yếu tố có tác động nhỏ nhất là đặc điểm lãnh đạo. Kết quả này cho thấy để không ngừng nâng cao kết quả kinh doanh dịch vụ logistics, VNPost cần không ngừng cải thiện các yếu tố như đặc điểm đơn vị, đặc điểm lãnh đạo, đặc điểm nhân viên, mối quan hệ xã hội của doanh nghiệp và khả năng đổi mới. Trong đó, đặc biệt lưu ý những vấn đề liên quan đến đặc điểm của lãnh đạo đơn vị như trình độ của lãnh đạo với dịch vụ logistics, kinh nghiệm giải quyết các vấn đề liên quan đến dịch vụ logistics, vì đây thực sự là một dịch vụ mới của VNPost ■

**TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Luật Thương mại số 36/2005/QH11, ngày 14 tháng 6 năm 2005.
2. Nguyễn Quốc Nghi, Mai Văn Nam (2011), Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) ở Tp. Cần Thơ, Tạp chí Khoa học, Đại học Cần Thơ, số 19b.
3. Trọng Hoàng, Chu Nguyễn Mông Ngọc "Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS-tập 1" (2008).

4. Vũ Hoàng Nam, Đoàn Quang Hùng (2013), *Nghiên cứu các nhân tố tác động đến sự phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam*, Tạp chí Kinh tế đối ngoại, Trường Đại học Ngoại thương.

5. Website: [www.vnpost.vn](http://www.vnpost.vn)

Ngày nhận bài: 1/6/2019

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 11/6/2019

Ngày chấp nhận đăng bài: 21/6/2019

*Thông tin tác giả:*

1. TS. DƯƠNG HỮU TUYẾN - ThS. VŨ NGỌC TÚ - ThS. NGUYỄN HOÀNG MAI  
Khoa Vận tải kinh tế - Đại học Giao thông vận tải

2. TS. DƯƠNG THỊ HỒNG YẾN

Trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch, Bộ Công Thương

## **STUDYING FACTORS AFFECTING THE BUSINESS PERFORMANCE OF VIETNAM POST'S LOGISTICS SERVICE**

● Ph.D **DUONG HUU TUYEN**

● Master. **VU NGOC TU**

● Master. **NGUYEN HOANG MAI**

Faculty of Transport and Economics

University of Transport and Communications

● Ph.D **DUONG THI HONG YEN**

College of Trade and Tourism, Ministry of Trade and Industry

### **ABSTRACT:**

This article aims to analyze the impact level of 5 internal factors of Vietnam Post (VNPost) on the business performance of the VNPost's logistics services. The analysis shows that the innovation factors has the greatest impact on the company's logistics business performance, followed by the employee characteristics factor. Meanwhile, the leadership characteristics factor has the smallest impact on the VNPost's logistics service business performance.

**Keywords:** Post, logistics, business performance, innovation.