

Nâng cao sự hài lòng của các doanh nghiệp xuất nhập khẩu về chất lượng dịch vụ đại lý hải quan tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu

Improving the satisfaction of import and export enterprises about the quality of customs agency services in Ba Ria - Vung Tau province

Phạm Ngọc Khanh^{1*}, Phạm Thị Khánh Hoà², Hồ Lan Ngọc³, Nguyễn Thị Anh Thảo⁴,
Nguyễn Khắc Bình⁵, Tô Minh Nhật⁶
^{1,2,3,4,5,6}Trường Đại học Bà Rịa – Vũng Tàu
*Email tác giả liên hệ: khanhpn@bv.u.edu.vn

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>Ngày nhận: 01/04/2022 Ngày nhận lại: 29/04/2022 Duyệt đăng: 21/07/2022</p> <p><i>Từ khóa:</i> Sự hài lòng khách hàng, chất lượng dịch vụ, đại lý hải quan</p> <p><i>Keywords:</i> Customer satisfaction, service quality, customs agents</p>	<p>Nghiên cứu này nhằm đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của các doanh nghiệp xuất nhập khẩu về chất lượng dịch vụ đại lý hải quan tại tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu. Tác giả tiến hành phân tích dữ liệu dựa vào 170 mẫu. Tác giả đánh giá độ tin cậy Cronbach's alpha và phân tích nhân tố khám phá, từ đó xác định mức độ tác động của các nhân tố. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của các doanh nghiệp xuất nhập khẩu về chất lượng dịch vụ đại lý hải quan tại tỉnh BRVT: (i) sự tin cậy; (ii) sự đáp ứng; (iii) phương tiện hữu hình; (iv) năng lực phục vụ; (v) sự cảm thông. Dựa trên kết quả phân tích, tác giả đưa ra một số hàm ý quản trị giúp các Đại lý Hải quan tại tỉnh BRVT nâng cao chất lượng dịch vụ.</p> <p>ABSTRACT</p> <p>The aim of this study is to assess effecting factors to the satisfaction of import and export enterprises about the quality of customs agency services in Ba Ria - Vung Tau province. The author analyzes data based on 170 samples. The author evaluates the reliability of Cronbach's alpha and does exploratory factor analysis, thereby determining the impact of the factors. The results show that there are 5 factors affecting the satisfaction of import-export businesses about the quality of customs agency services in Ba Ria - Vung Tau province: (i) reliability; (ii) responsibility; (iii) tangible means; (iv) service capacity; (v) sympathy. Based on the found results, the author gives some management implications to help Customs Agents in Ba Ria - Vung Tau province improve service quality.</p>

1. Giới thiệu

Cùng với sự phát triển kinh tế của cả nước, đặc biệt là từ khi Việt Nam gia nhập WTO kéo theo sự gia tăng một cách mạnh mẽ của hàng hóa xuất nhập khẩu cả về số lượng và giá trị, nhu cầu làm thủ tục của các doanh nghiệp tăng lên, cộng thêm với các quy chế, chính sách pháp luật mới đã làm cho các quy trình làm thủ tục, kiểm tra, quản lý hàng hóa xuất nhập khẩu càng trở nên phức tạp hơn. Do đó đặt ra nhu cầu cần thúc đẩy hoạt động Đại lý Hải quan phát triển một cách nhanh chóng và mạnh mẽ trên địa bàn tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu (BRVT). Theo khảo sát của Hiệp hội Logistics Việt Nam (VLA), tại tỉnh BRVT có số Đại lý thủ tục Hải quan chiếm 4.7% của cả nước và số lượng hợp đồng đại lý đã ký tăng dần qua các năm như: năm 2018 có số lượng đại lý hải quan là 60 đại lý; số lượng tờ khai thực hiện thông qua đại lý hải quan 30.110 tờ khai, chiếm tỷ lệ 21% tổng số tờ khai của cả tỉnh; tổng kim ngạch thực hiện thông qua đại lý hải quan 3.338.876.883 USD, chiếm 14% tổng kim ngạch cả tỉnh. Đến năm 2020, các chỉ tiêu này đều tăng tương ứng là 73 đại lý hải quan; 39.213 tờ khai, chiếm 22,8%; 3.516.487.614 USD, chiếm 18%. Bên cạnh đó, do sự cải cách trong các quy chế và quy định pháp luật, việc một Đại lý hải quan được hình thành không còn mang nặng tính “xin - cho”, các điều kiện trở nên thông thoáng hơn, tạo môi trường mở cho các đối tượng muốn hoạt động trong lĩnh vực này. Cụ thể, kinh doanh đại lý được mở rộng tới các đối tượng là thương nhân, có đăng ký kinh doanh... Do đó, đây cũng là điều kiện tốt cho Đại lý hải quan trên địa bàn tỉnh BRVT phát triển.

Tuy nhiên, trong quá trình hoạt động, các Đại lý Hải quan tại tỉnh BRVT chưa được nhiều doanh nghiệp XNK tin tưởng sử dụng dịch vụ, cụ thể như: có tình trạng doanh nghiệp làm thủ tục nhưng không muốn ký hợp đồng đại lý vì ký hợp đồng đại lý sẽ phức tạp hơn về mặt thủ tục, cũng như phát sinh chi phí; bản thân doanh nghiệp chưa hiểu dùng dịch vụ Đại lý thủ tục hải quan sẽ mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp mình; quy trình làm việc, trình độ, kỹ năng của Đại lý Hải quan còn hạn chế, nhiều công ty đã được công nhận Đại lý thủ tục hải quan nhưng đến nay vẫn chưa triển khai hoạt động kinh doanh dịch vụ hoặc vẫn chỉ chú trọng đến công tác dịch vụ vận chuyển, chưa chú trọng đến công tác tư vấn và hướng dẫn nghiệp vụ cho doanh nghiệp. Các Đại lý Hải quan thường có ít trang thiết bị năng lực vận chuyển hàng hóa và cũng không thường xuyên tự cập nhật nâng cao kiến thức về giao nhận XNK, thủ tục hải quan, đặc biệt trong kê khai tính thuế, xác định trị giá tính thuế, kỹ thuật nghiệp vụ hải quan, sở hữu trí tuệ, xuất xứ hàng hóa. Điều này khiến cho các doanh nghiệp hoạt động XNK, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ nhận thức không đầy đủ về Đại lý Hải quan và có phần chưa tin tưởng vào đại lý và nhân viên đại lý, do đó muốn tự mình làm thủ tục hải quan.

Hiện nay, phần lớn doanh nghiệp thực hiện thủ tục hải quan theo hình thức ủy quyền cho doanh nghiệp khai thuê hải quan. Doanh nghiệp khai thuê hải quan không phải xin giấy chứng nhận để thực hiện dịch vụ, không phải chịu chế tài của bất cứ cơ quan quản lý nào, trong khi đó Đại lý Hải quan phải chịu nhiều chế tài, kiểm duyệt của cơ quan quản lý, phải thực hiện báo cáo hoạt động định kỳ theo quy định. Chính vì thế, doanh nghiệp làm dịch vụ khai thuê lợi hơn rất nhiều so với Đại lý Hải quan. Từ thực tế này, cho thấy nâng cao sự hài lòng của các doanh nghiệp XNK về chất lượng dịch vụ đại lý hải quan tại tỉnh BRVT là cần thiết và quan trọng để gia tăng giá trị kim ngạch xuất nhập khẩu (XNK) cũng như góp phần làm tăng trưởng kinh tế địa phương.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan tình hình nghiên cứu

2.1. Đại lý hải quan

Đại lý Hải quan là những công ty thay mặt cho chủ hàng chuyên làm dịch vụ hải quan theo hợp đồng đại lý, hoạt động dựa trên sự ủy quyền với chủ hàng XNK thực hiện trách nhiệm của người khai hải quan theo quy định và thực hiện các công việc khác về thủ tục hải quan theo thỏa thuận trong hợp đồng. Đại lý làm thủ tục Hải quan phải thỏa mãn

điều kiện theo quy định tại Khoản 1 Điều 20 Luật Hải quan năm 2014. Đại lý Hải quan còn có những đặc trưng cơ bản:

Thứ nhất, Đại lý Hải quan là doanh nghiệp kinh doanh có điều kiện: điều kiện về cơ sở hạ tầng; pháp lý; nhân lực; nguồn lực tài chính; điều kiện về phương tiện, kỹ thuật quản lý, điều kiện về lưu giữ sổ sách, hệ thống chứng từ, kế toán; Đại lý Hải quan phải chấp hành tốt pháp luật tuân thủ, thực hiện đúng các quy định của pháp luật chịu sự giám sát của cơ quan Hải quan.

Thứ hai, Đại lý Hải quan là một doanh nghiệp kinh doanh cung ứng dịch vụ thương mại trong lĩnh vực XNK hàng hóa bởi đại lý hải quan thực hiện dịch vụ đại lý hải quan nhằm mục đích mang lại lợi nhuận cho doanh nghiệp.

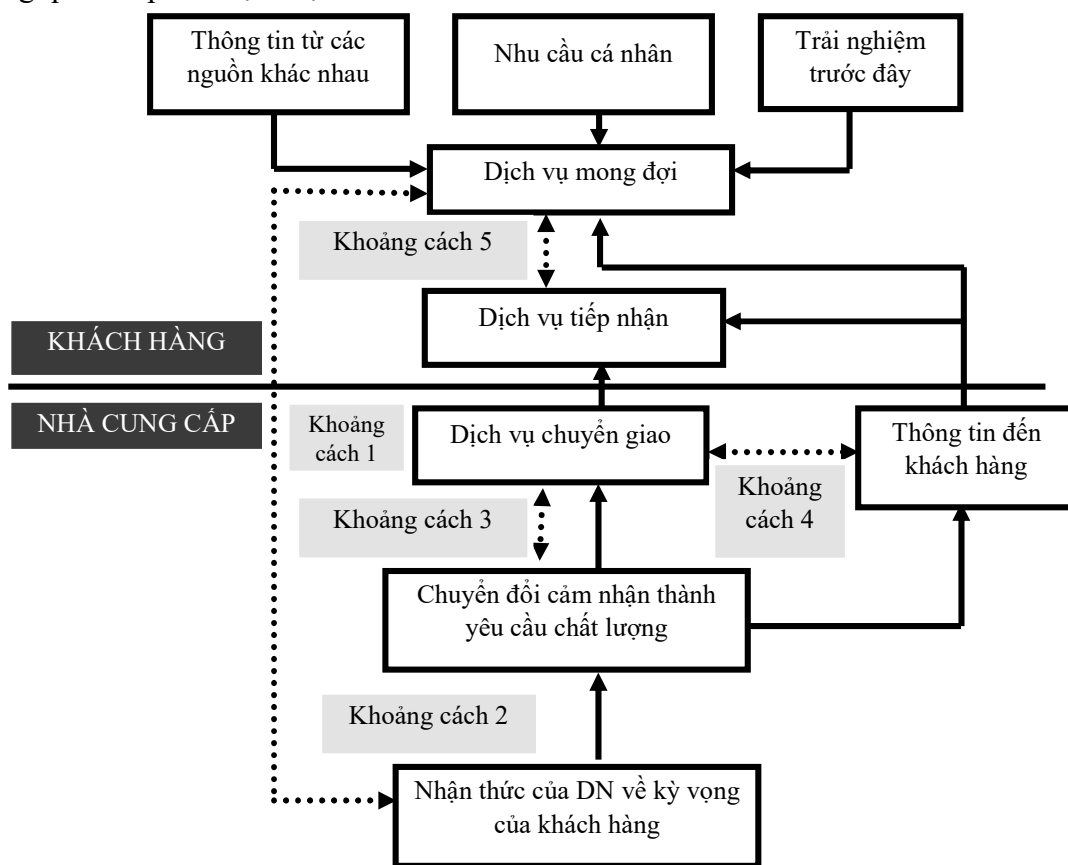
Thứ ba, Đại lý Hải quan hoạt động với tư cách là người khai hải quan. Đại lý Hải quan thay mặt chủ hàng thực hiện việc khai hải quan và một số công việc liên quan đến thủ tục hải quan, khi đó Đại lý Hải quan được coi như hoạt động với tư cách là người khai hải quan.

Thứ tư, Đại lý Hải quan thay mặt cơ quan Hải quan thực hiện một số hành vi quản lý nhà nước về hải quan đối với chủ hàng.

Thứ năm, Đại lý Hải quan chịu sự giám sát và quản lý của cơ quan hải quan. Đại lý Hải quan phải chịu sự giám sát của cơ quan hải quan. Việc đăng ký, công nhận Đại lý Hải quan, việc cấp thẻ nhân viên đại lý, tổ chức thi chứng chỉ nghiệp vụ khai hải quan do cơ quan Hải quan quản lý.

2.2. Chất lượng dịch vụ

Theo Parasuraman và cộng sự (1985, 1988, 1991), chất lượng dịch vụ là khoảng cách mong đợi của khách hàng về sản phẩm dịch vụ và nhận thức, cảm nhận của họ khi sử dụng qua sản phẩm dịch vụ đó.

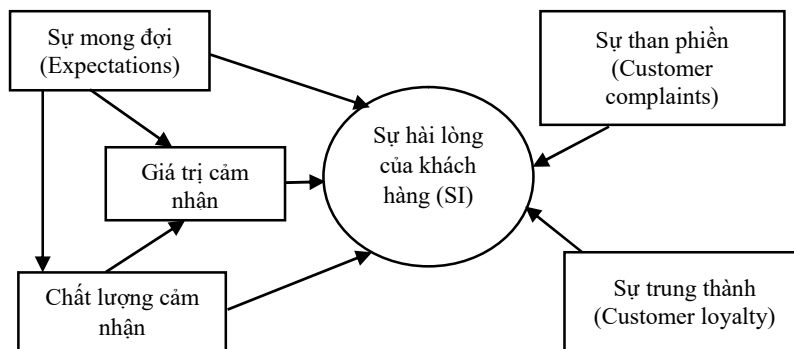


Hình 1. Mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman và cộng sự (1985, 1988, 1991)

2.3. Sự hài lòng của khách hàng

Theo Kotler (2000) cho rằng “Sự hài lòng như là một cảm giác hài lòng hoặc thất vọng của một người bằng kết quả của việc so sánh thực tế nhận được của sản phẩm trong mối liên hệ với những mong đợi của họ”.

Theo Hansemark và Albinsson (2004), “Sự hài lòng của khách hàng là một thái độ tổng thể của khách hàng đối với một nhà cung cấp dịch vụ hoặc một cảm xúc phản ứng với sự khác biệt giữa những gì khách hàng dự đoán trước và những gì họ tiếp nhận, đối với sự đáp ứng một số nhu cầu, mục tiêu hay mong muốn”.



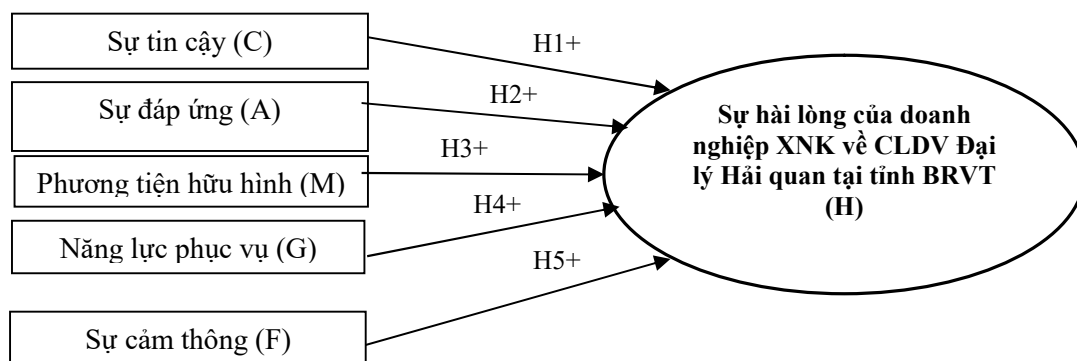
Hình 2. Mô hình chỉ số hài lòng của khách hàng

2.4. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Theo Trương Đình Quốc Bảo (2012) dùng mô hình Parasuraman để nghiên cứu về “các yếu tố của chất lượng dịch vụ tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình cáp của công ty Sông Thu”. Tác giả có kết luận nhân tố tín hiệu và kênh là quan trọng nhất, đặc biệt là trong điều kiện hạn chế về nguồn lực. Như vậy, nhân tố tín hiệu và kênh hay cơ sở vật chất có vai trò quyết định đến chất lượng dịch vụ của công ty Sông thu; theo Châu Vĩnh Thành (2013) dùng mô hình Parasuraman để nghiên cứu về “Đo lường chất lượng dịch vụ và hàm ý quản trị tại công ty Đông Giản”. Nghiên cứu đã đưa ra kết luận rằng chất lượng dịch vụ của công ty Đông Giản thấp hơn so với sự mong đợi của khách hàng về dịch vụ phần mềm kế toán nói chung. Như vậy nhân tố cơ sở vật chất là thang đo quan trọng ảnh hưởng quyết định đến chất lượng dịch vụ của công ty Đông Giản; theo tác giả Hoàng Thị Thương Thảo (2013) sử dụng mô hình Parasuraman nghiên cứu đề tài “Chất lượng dịch vụ ở các cửa hàng thức ăn nhanh ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng tại TP. Hồ Chí Minh”. Nghiên cứu đã đưa ra kết luận rằng nhân tố năng lực phục vụ ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng, nhân tố sự thuận tiện và nhanh chóng và đồng cảm có ảnh hưởng thấp hơn và tương đương nhau.

3. Khung phân tích của nghiên cứu

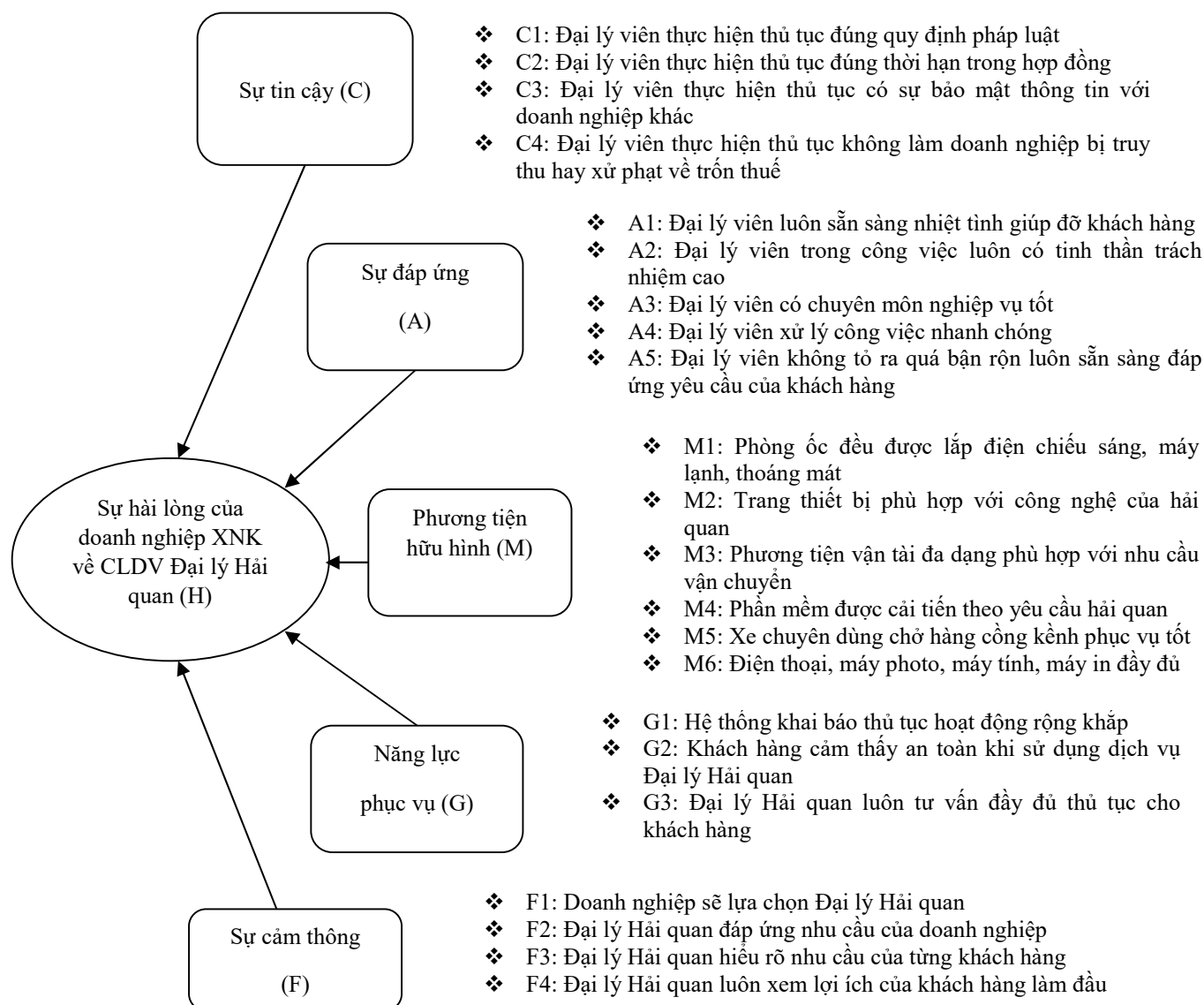
Tác giả đưa ra mô hình nghiên cứu đề xuất:



Hình 3. Mô hình nghiên cứu đề xuất của tác giả

4. Thiết kế và phương pháp nghiên cứu

4.1. Thiết kế nghiên cứu



Hình 4. Các biến quan sát trong từng nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của các doanh nghiệp XNK về chất lượng dịch vụ (CLDV) Đại lý hải quan tại tỉnh BRVT

4.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này gồm 25 biến quan sát và 5 biến độc lập thì:

Cỡ mẫu tối thiểu cần cho nghiên cứu nhân tố là: $25 \times 5 = 125$ mẫu.

Quy mô mẫu kế hoạch là 170 phiếu khảo sát (khách hàng doanh nghiệp).

Khảo sát được tiến hành ở tỉnh BRVT vào tháng 2 năm 2021. Có 150 phiếu khảo sát bản giấy và 20 phiếu khảo sát điện tử được gửi đến đối tượng khảo sát là đại diện doanh nghiệp biết về dịch vụ đại lý hải quan, cụ thể là các nhân viên làm thủ tục ở các công ty, các quản lý phòng xuất khẩu. Kết quả có 170 phiếu khảo sát trả lời đầy đủ và đáp ứng yêu cầu của bài nghiên cứu.

5. Kết quả nghiên cứu

Dựa vào kết quả phân tích bảng 1 cho thấy, mức độ hài lòng của doanh nghiệp về yếu tố sự tin cậy được đánh giá trung bình là 3.29 điểm. Trong đó doanh nghiệp đánh giá cao biến quan sát “Đại lý viên thực hiện thủ tục đúng thời hạn trong hợp đồng” với điểm

trung bình là 3.33, điều này phù hợp với quy định tại khoản 5 Điều 8 Chương II Nghị định 14/2011/NĐ-CP; Biện quan sát “Đại lý viên thực hiện thủ tục đúng quy định pháp luật” và “Đại lý viên thực hiện thủ tục không làm doanh nghiệp bị truy thu thuế hay xử phạt về trốn thuế” cũng được doanh nghiệp đánh giá cao, điều này phù hợp với quy định điều 7, Luật doanh nghiệp 2005 quy định; Biện quan sát “Đại lý viên thực hiện thủ tục có sự bảo mật thông tin với doanh nghiệp khác” với số điểm là 3.26, doanh nghiệp đánh giá thấp nhất là do Đại lý thủ tục hải quan không chỉ ký kết hợp đồng làm thủ tục hải quan với một doanh nghiệp xuất nhập khẩu mà ký với nhiều doanh nghiệp xuất nhập khẩu khác nhau.

Bảng 1.

Kết quả khảo sát thành phần sự tin cậy

STT	Biện quan sát	Mức độ đánh giá (%)					Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
		1	2	3	4	5		
1	Đại lý viên thực hiện thủ tục đúng quy định pháp luật	0	11.2	55.9	27.1	5.9	3.28	0.543
2	Đại lý viên thực hiện thủ tục đúng thời hạn trong hợp đồng	0	9.4	54.7	29.4	6.5	3.33	0.541
3	Đại lý viên thực hiện thủ tục có sự bảo mật thông tin với doanh nghiệp khác	0	10.6	56.5	28.8	4.1	3.26	0.543
4	Đại lý viên thực hiện thủ tục không làm doanh nghiệp bị truy thu thuế hay xử phạt về trốn thuế	0	10.6	56.5	27.1	5.9	3.28	0.466
Sự tin cậy							3.29	

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

Bảng 2.

Kết quả khảo sát về sự đáp ứng

STT	Biện quan sát	Mức độ đánh giá (%)					Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
		1	2	3	4	5		
1	Đại lý viên luôn sẵn sàng nhiệt tình giúp đỡ khách hàng	0	2.4	35.3	45.9	16.5	3.76	0.748
2	Đại lý viên trong công việc luôn có tinh thần trách nhiệm cao	0	1.8	35.9	44.1	18.2	3.79	0.755
3	Đại lý viên có chuyên môn nghiệp vụ tốt	0	2.4	34.7	45.3	17.6	3.78	0.757
4	Đại lý viên xử lý công việc nhanh chóng	0	1.8	39.4	43.5	15.3	3.72	0.738
5	Đại lý viên không tỏ ra quá bận rộn luôn sẵn sàng đáp ứng yêu cầu của khách hàng	0	1.8	35.9	42.9	19.4	3.80	0.766
Sự đáp ứng							3.77	

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

Dựa vào kết quả phân tích bảng 2, điểm trung bình của doanh nghiệp đánh giá về yếu tố sự đáp ứng là 3.77, cho thấy doanh nghiệp tương đối hài lòng về khả năng đáp ứng của Đại lý hải quan. Trong đó, doanh nghiệp đánh giá cao ở biện quan sát “Đại lý viên không bao giờ tỏ ra quá bận rộn đến nỗi không đáp ứng yêu cầu của khách hàng” và “Đại lý viên

có tinh thần trách nhiệm cao trong công việc”, với sự cạnh tranh của các Đại lý Hải quan và sự phát triển số lượng của các đại lý ngày càng gia tăng. Biện quan sát “Đại lý viên có trình độ chuyên môn tốt” ở mức khá, đạt 3.78 điểm, điều này phù hợp với đặc điểm của Đại lý Hải quan là một loại hình dịch vụ có điều kiện, đòi hỏi nhân viên đại lý phải có năng lực chuyên môn am hiểu về chính sách quy định liên quan đến hoạt động xuất nhập khẩu, thủ tục hải quan, chính sách mặt hàng, có kiến thức về phân loại hàng hóa, xác định xuất xứ hàng hóa, các phương pháp tính thuế, xác định trị giá tính thuế... Sự tồn tại và phát triển của một đại lý phụ thuộc vào chính yếu tố này; Biện quan sát “Đại lý viên xử lý công việc nhanh chóng” được đánh giá số điểm trung bình là thấp nhất, nguyên nhân là do các chính sách thay đổi liên tục làm cho các nhân viên của đại lý chưa thể nắm bắt được kịp thời, các nhân viên Đại lý hải quan luôn cố gắng cập nhật những chính sách XNK mới nhất, tuy nhiên vẫn có những rào cản nhất định, thủ tục hành chính nhiều có những mặt hàng phải thực hiện nhiều các thủ tục kiểm tra chuyên ngành dẫn đến mất nhiều thời gian; Biện quan sát “Đại lý viên sẵn sàng giúp đỡ khách hàng” không được đánh giá cao, cho thấy các doanh nghiệp XNK chưa thật sự hài lòng.

Bảng 3.

Kết quả khảo sát về phương tiện hữu hình

STT	Biện quan sát	Mức độ đánh giá (%)					Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
		1	2	3	4	5		
1	Phòng ốc đều được lắp điện chiếu sáng, máy lạnh, thoáng mát	5.3	15.9	26.5	35.3	17.1	3.43	1.108
2	Trang thiết bị phù hợp với công nghệ của hải quan	5.3	15.3	25.3	34.1	20.0	3.48	1.132
3	Phương tiện vận tải đa dạng phù hợp với nhu cầu vận chuyên	4.1	14.1	24.1	31.2	26.5	3.62	1.141
4	Phần mềm được cải tiến theo yêu cầu hải quan	2.9	12.9	24.7	38.8	20.6	3.61	1.045
5	Xe chuyên dùng chờ hàng công kênh phục vụ tốt	6.5	19.4	26.5	32.9	14.7	3.30	1.135
6	Điện thoại, máy photo máy fax, máy tính, máy in đầy đủ	7.1	17.6	24.7	32.4	18.2	3.37	1.176
Phương tiện hữu hình							3.46	

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

Dựa vào kết quả phân tích ở bảng 3, mức độ hài lòng của doanh nghiệp về Phương tiện hữu hình có điểm trung bình đạt 3.46 điểm, điều này cho thấy mức độ hài lòng của doanh nghiệp về nhân tố này chưa cao, do các Đại lý Hải quan hiện nay vẫn chỉ dừng lại với vai trò là người khai thuế hải quan hoặc giao nhận hàng hóa cho khách hàng. Song doanh nghiệp đánh giá cao biện quan sát “Phần mềm được cải tiến theo yêu cầu hải quan”, điều này cũng phù hợp với sự phát triển về hiện đại hóa của ngành Hải quan.

Từ kết quả ở bảng 4 cho thấy, nhân tố năng lực phục vụ doanh nghiệp đánh giá không cao chỉ đạt trung bình là 2.78 điểm. Nguyên nhân của việc trên là do phần lớn trong số đại lý này hoạt động chủ yếu là khai thuê hải quan hoặc giao nhận hàng hóa cho khách hàng, mới chỉ có một vài doanh nghiệp hoạt động theo đúng nghĩa của đại lý là ký tên đóng dấu trên tờ khai hải quan. Như vậy các Đại lý thủ tục Hải quan chưa thật sự đầu tư thích đáng về nhân lực, cơ sở vật chất để thực hiện dịch vụ đại lý.

Theo thống kê tại Cục Hải quan tỉnh BRVT trong 3 năm gần nhất từ năm 2018 đến năm 2020, số lượng Đại lý hải quan tăng từ 60 đại lý lên 73 đại lý, số lượng tờ khai thực hiện thông qua Đại lý hải quan cũng tăng đều qua các năm từ 36.120 tờ khai lên đến 39.213 tờ khai. Điều này cho thấy, doanh nghiệp cũng dần biết đến và tin tưởng vào hoạt động của Đại lý hải quan song vẫn chưa nhiều.

Bảng 4.

Kết quả khảo sát năng lực phục vụ

STT	Biến quan sát	Mức độ đánh giá (%)					Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
		1	2	3	4	5		
1	Hệ thống khai báo thủ tục hoạt động rộng khắp	0	32.4	58.2	8.2	1.2	2.78	0.639
2	Khách hàng cảm thấy an toàn khi sử dụng dịch vụ Đại lý Hải quan	0	32.9	57.1	8.8	1.2	2.78	0.648
3	Đại lý hải quan luôn tư vấn đầy đủ thủ tục cho khách hàng	0	32.9	57.6	8.2	1.2	2.78	0.641
Năng lực phục vụ							2.78	

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

Bảng 5.

Kết quả khảo sát sự cảm thông

STT	Biến quan sát	Mức độ đánh giá (%)					Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
		1	2	3	4	5		
1	Doanh nghiệp sẽ lựa chọn đại lý hải quan	14.7	12.4	21.8	31.2	20.0	3.29	1.322
2	Đại lý hải quan luôn đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp xuất nhập khẩu	3.5	12.9	14.1	30.0	39.4	3.89	1.169
3	Đại lý hải quan hiểu rõ nhu cầu của từng khách hàng	10.6	13.5	21.2	34.1	20.6	3.41	1.252
4	Đại lý hải quan luôn xem lợi ích của khách hàng làm đầu	15.9	14.7	29.4	31.2	8.8	3.02	1.206
Sự cảm thông							3.40	

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

Từ kết quả ở bảng 5, điểm trung bình của khảo sát kết quả đánh giá về nhân tố sự cảm thông là 3.40 điểm. Từ kết quả khảo sát này cho thấy doanh nghiệp chưa thật sự tin tưởng vào Đại lý hải quan. Tuy là Đại lý hải quan đáp ứng được nhu cầu của doanh nghiệp về dịch vụ xuất nhập khẩu, song Đại lý hải quan vẫn chưa xem lợi ích của khách hàng là hàng đầu, chính vì vậy việc doanh nghiệp lựa chọn đại lý hải quan để thay mình đứng tên trên tờ khai, thực hiện các thủ tục liên quan đến việc xuất nhập khẩu hàng hóa vẫn chưa được doanh nghiệp đánh giá cao. Nguyên nhân là hầu hết các Đại lý Hải quan hiện nay vẫn chỉ dừng lại với vai trò là người khai thuế hải quan hoặc giao nhận hàng hóa cho khách

hàng, còn lại phần lớn các thủ tục khác quan trọng hơn như ký tên đóng dấu trên tờ khai hải quan, nộp các khoản thuế, phí, lệ phí... vẫn do các doanh nghiệp tự đứng ra đảm nhiệm.

Bảng 6.

Kết quả khảo sát mức độ hài lòng chung

STT	Biên quan sát	Mức độ đánh giá (%)					Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
		1	2	3	4	5		
1	Anh/ Chị hoàn toàn hài lòng với chất lượng dịch Đại lý Hải quan.	0	11.8	28.2	50.6	9.4	3.58	0.820
2	Anh/ Chị sẽ giới thiệu cho người thân sử dụng dịch vụ Đại lý Hải quan	0	7.6	32.9	46.5	12.9	3.65	0.802
3	Anh/ Chị sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ Đại lý Hải quan trong thời gian tới.	1.2	5.3	35.9	50.0	7.6	3.58	0.760
Sự hài lòng							3.60	

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0

Từ kết quả ở bảng 6 cho thấy, nhìn chung các doanh nghiệp tương đối hài lòng với dịch vụ đại lý hải quan với mức điểm trung bình là 3.60. Điều này cho thấy các đại lý đã có nhiều nỗ lực trong cải cách hiện đại hóa, nâng cao chất lượng phục vụ doanh nghiệp. Tuy nhiên, một số doanh nghiệp chưa thật sự hài lòng về dịch vụ Đại lý Hải quan, chưa đánh giá cao và chưa đáp ứng kỳ vọng của doanh nghiệp và cho rằng việc thực hiện thủ tục xuất nhập khẩu qua dịch vụ Đại lý Hải quan sẽ phải trả một khoản chi phí lớn, mức độ bảo mật chưa cao, việc thuê người khai hải quan sẽ thuận tiện và nhanh chóng hơn thông qua Đại lý Hải quan.

6. Kết luận và hàm ý quản trị

6.1. Kết luận

(i) Nhân tố Sự tin cậy được đánh giá ở mức độ cao, trong đó doanh nghiệp đánh giá cao nhất là biến quan sát “Đại lý viên thực hiện thủ tục đúng thời hạn trong hợp đồng” và biến quan sát “Đại lý viên thực hiện thủ tục có sự bảo mật thông tin với doanh nghiệp khác” được đánh giá thấp nhất.

(ii) Nhân tố Sự đáp ứng được doanh nghiệp XNK đánh giá tương đối hài lòng về khả năng đáp ứng của Đại lý Hải quan, trong đó doanh nghiệp đánh giá cao ở biến quan sát “Đại lý viên không bao giờ tỏ ra quá bận rộn đến nỗi không đáp ứng yêu cầu của khách hàng” và “Đại lý viên có tinh thần trách nhiệm cao trong công việc”. Tuy nhiên, biến “Đại lý viên xử lý công việc nhanh chóng” và “Đại lý viên sẵn sàng giúp đỡ khách hàng” được đánh giá ở mức thấp.

(iii) Mức độ hài lòng của doanh nghiệp XNK về nhân tố Phương tiện hữu hình là chưa cao, song doanh nghiệp đánh giá cao biến “Phần mềm được cải tiến theo yêu cầu hải quan” điều này cũng phù hợp với sự phát triển, hiện đại hóa của ngành Hải quan.

(iv) Nhân tố Năng lực phục vụ được các doanh nghiệp XNK đánh giá khả năng phục vụ của Đại lý Hải quan chưa cao.

(v) Các doanh nghiệp XNK đánh giá nhân tố Sự cảm thông đối với Đại lý Hải quan là chưa cao, điều này cho thấy doanh nghiệp XNK chưa thật sự tin tưởng vào Đại lý Hải quan.

6.2. Hàm ý quản trị

Dựa trên kết quả nghiên cứu, tác giả đưa ra một số hàm ý quản trị nhằm giúp cho các Đại lý Hải quan tại tỉnh BRVT để tham khảo để hoàn thiện chiến lược phát triển kinh doanh cũng như có các chính sách cung cấp dịch vụ tốt hơn nhằm nâng cao sự hài lòng của các doanh nghiệp XNK khi sử dụng dịch vụ của Đại lý Hải quan ở tỉnh BRVT như sau:

Thứ nhất, sự tin cậy là một phần quan trọng và không thể thiếu khi tác động trực tiếp đến sự hài lòng của doanh nghiệp đối với chất lượng dịch vụ Đại lý Hải quan. Trước tiên các Đại lý Hải quan và cơ quan Hải quan cho doanh nghiệp cho thấy rõ được lợi ích của việc làm thủ tục XNK hàng hóa thông qua Đại lý Hải quan, thể hiện ở chỗ đó là Đại lý Hải quan thực hiện thủ tục đúng quy định pháp luật, thực hiện thủ tục đúng thời hạn, thực hiện thủ tục có sự bảo mật thông tin với doanh nghiệp khác, thực hiện thủ tục không làm doanh nghiệp bị truy thu thuế hay xử phạt về trốn thuế. Vì vậy, Đại lý Hải quan cần tăng cường đầu tư đào tạo, tăng cường năng lực chuyên môn và kỹ năng cho nhân viên đại lý; nắm vững các quy định của cơ quan hải quan như quy định phân loại hàng hóa xuất nhập khẩu, trị giá hải quan, xuất xứ hàng hóa... Để nâng cao sự tin cậy của doanh nghiệp XNK đối với Đại lý Hải quan, đại lý định kỳ đánh giá tổng kết về cơ cấu tổ chức, chuyên môn và trình độ nghiệp vụ của nhân viên đại lý để từ đó có kế hoạch bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn của nhân viên đại lý và có chính sách khuyến khích động lực làm việc như khen thưởng, tăng lương, đãi ngộ hợp lý.

Thứ hai, cùng với việc tăng cường đầu tư nhân lực, đầu tư cơ sở vật chất của Đại lý Hải quan là một trong những điều kiện then chốt quyết định đến hoạt động của đại lý. Đại lý Hải quan cần tập trung đầu tư vào hệ thống cơ sở vật chất như: máy móc, thiết bị, đường truyền khai kết nối hệ thống Hải quan để đáp ứng được nhu cầu ngày càng tăng của doanh nghiệp XNK, nhằm đảm bảo được hệ thống mạng máy tính với Cục Hải quan luôn hoạt động trong một môi trường an toàn và hiệu quả cao; thường xuyên nâng cấp phần mềm khai báo, đường truyền dữ liệu tương thích với hệ thống cơ quan Hải quan; thay mới máy móc, thiết bị đã cũ, hỏng, lạc hậu, đầu tư trang thiết bị hệ thống công nghệ thông tin hiện đại kết nối được với tất cả các mạng của các cơ quan hải quan, đơn vị có liên quan để làm thủ tục thông quan cho hàng hóa xuất nhập khẩu, phương tiện xuất, nhập cảnh trong cổng thông tin điện tử quốc gia.

Thứ ba, Đại lý Hải quan cần quan tâm, hoàn thiện ở các khâu, bộ phận nghiệp vụ liên quan đến năng lực của Đại lý Hải quan, như yêu cầu về thời gian thông quan một lô hàng XNK; nâng cao năng lực về tài chính để có thể bồi thường thiệt hại cho khách hàng nếu như nhân viên Đại lý Hải quan không hoàn thành trách nhiệm, gây thiệt hại cho khách hàng; hoàn thiện công tác đào tạo tuyển chọn nhân viên chuyên nghiệp với những buổi tập huấn nghiệp vụ, tọa đàm, hội thảo... Đặc biệt, Đại lý Hải quan phối hợp, hỗ trợ khách hàng để kiến nghị với các cơ quan chức năng, có thẩm quyền điều chỉnh, bổ sung chính sách, quy định nhằm tạo thuận lợi cho hoạt động XNK; đầu tư mở các chi nhánh, văn phòng đại diện ở những nơi có khách hàng nhiều nhằm giúp doanh nghiệp hạn chế đi lại; cung cấp thêm nhiều dịch vụ đa dạng, phong phú như: dịch vụ vận chuyển hàng về kho doanh nghiệp, dịch vụ chia trách, bóc xếp giữ các chủ hàng, dịch vụ vận chuyển hàng công kênh...

Thứ tư, Đại lý Hải quan thường xuyên cập nhật thông tin liên quan đến những quy định mới của pháp luật về xuất, nhập khẩu, thủ tục khai báo hải quan và thông quan. Đây là hoạt động giúp Đại lý Hải quan luôn cập nhật kiến thức và nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, góp phần tạo niềm tin cho doanh nghiệp xuất nhập khẩu đối với Đại lý Hải quan. Đại lý Hải quan cần phối hợp và được hỗ trợ từ phía cơ quan hải quan trong việc huấn luyện đào tạo nghiệp vụ quan hệ khách hàng để tạo lòng tin cho khách hàng.

Thứ năm, tăng cường quảng bá hình ảnh, hiện nay các doanh nghiệp XNK Việt Nam vẫn còn chưa quen sử dụng dịch vụ của Đại lý Hải quan, mặt khác việc quảng bá tiếp

thị của các doanh nghiệp Đại lý Hải quan còn hạn chế nên số doanh nghiệp XNK Việt Nam sử dụng các đại lý này vẫn còn thấp so với các nước khu vực và thế giới. Chính vì vậy, các Đại lý Hải quan cần tăng cường mở rộng và nâng cấp cơ sở vật chất, kỹ thuật, quảng bá hình ảnh của Đại lý Hải quan trong cộng đồng doanh nghiệp xuất nhập khẩu. Việc tăng cường khâu truyền thông, xây dựng hình ảnh tốt trong mắt khách hàng trên các phương tiện thông tin điện tử trong và ngoài nước như trên các trang website của nước ngoài NCBFAA, alibaba.com...

Tài liệu tham khảo

Bộ Tài chính. (2015). *Thông tư số 12/2015/TT-BTC ngày 30/01/2015 của Bộ Tài chính quy định chi tiết thủ tục cấp chứng chỉ nghiệp vụ khai báo Hải quan; cấp và thu hồi mã nhân viên đại lý làm thủ tục hải quan; trình tự, thủ tục công nhận và hoạt động của đại lý làm thủ tục hải quan.*

Hair, J. F., Black, B., Babin, B., Andersson, R. E. & Tatham, R. L., (1998). *Multivariate data analysis*, Prentice – Hall, International, Inc..

Kotler. P., Armstrong, G. M. (2010). *Principles of Marketing*. Prentice Hall, Pennsylvania State University.

Kotler, P., & Keller, K. L., (2006). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall., USA.

Lê Trần Thiên Ý (2011). *Đánh giá sự hài lòng của khách hàng khi mua sắm tại các siêu thị ở thành phố Cần Thơ*. Trường Đại học Kinh Tế TP. HCM.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: a multiple – item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing, Spring*, pp. 12-40.

Quốc hội. (2014). *Luật Hải quan*, Hà Nội.

Trương Đình Quốc Bảo (2012). *Nghiên cứu các yếu tố của chất lượng dịch vụ tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ truyền hình cáp của công ty Sông Thu*. Luận văn Thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Kinh tế TP. HCM.