

# **CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA DOANH NGHIỆP FDI ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KHU CÔNG NGHIỆP TẠI VIỆT NAM**

NGUYỄN THỊ NGÂN, BÙI HUY KHÔI  
*Trường Đại học Công nghiệp thành phố Hồ Chí Minh*  
*buihuykhoi@iuh.edu.vn*

**Tóm tắt.** Nghiên cứu này nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ khu công nghiệp theo góc nhìn của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Dữ liệu được khảo sát và thu thập từ 301 doanh nghiệp FDI tại các khu công nghiệp Việt Nam – Singapore (VSIP) ở Việt Nam. Mô hình nghiên cứu đề xuất dựa trên nghiên cứu về chất lượng dịch vụ của một số tác giả trong và ngoài nước. Độ tin cậy và giá trị của thang đo được kiểm định bằng hệ số Cronbach's Alpha, Phương sai trích (Pvc) và Độ tin cậy tổng hợp (Pc). Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) cho thấy có bốn yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ khu công nghiệp tại Việt Nam.

**Từ khóa.** Chất lượng dịch vụ, CFA, SEM, KCN.

## **FACTORS AFFECTING FDI FIRMS' SASTISFACTION TO SERVICE QUALITY OF INDUSTRIAL PARKS IN VIETNAM**

**Abstract.** This study aimed to assess the service quality of industrial parks in the view of FDI firms in Vietnam. Data was collected from 301 FDI enterprises in Vietnam - Singapore Industrial Parks (VSIP) in Vietnam. The proposed research model is based on research on the service quality of some authors in domestic and abroad. The reliability and validity of the scale were tested by Cronbach's Alpha, Average Variance Extracted (Pvc) and Composite Reliability (Pc). The analysis results of structural equation model (SEM) showed that there are four factors affecting the quality of industrial zone services in Vietnam.

**Key words.** Service Quality, CFA, SEM, IP.

### **1. GIỚI THIỆU**

Sau khi mở cửa nền kinh tế, trong giai đoạn 1991-1997, Việt Nam đã tiếp nhận làn sóng FDI đầu tiên với 2.230 dự án với tổng vốn đăng ký là 16,2 tỷ USD. Giai đoạn 2007-2009 được coi là khoảng thời gian bùng nổ FDI nhờ tác động của việc Việt Nam tham gia WTO. Năm 2007, vốn đăng ký tăng vọt với 21,3 tỷ USD, vốn thực hiện đạt hơn 8 tỷ USD gấp đôi so với năm 2006. Năm 2008, ngay trong thời kỳ khủng hoảng thế giới nổ ra, vốn đăng ký đạt mức kỷ lục hơn 72 tỷ USD, vốn thực hiện đạt 11,5 tỷ USD. Giai đoạn 2009-2014, Việt Nam vẫn duy trì được ổn định lượng vốn FDI, thu hút từ 10-12,5 tỷ USD vốn thực hiện mỗi năm. Việc ký kết TPP mang tính chất bước ngoặt và hứa hẹn có thể mang đến làn sóng FDI tiếp theo cho Việt Nam (Nguyễn Thị Minh Phương và Phùng Xuân Nhạ, 2016).

Trong bối cảnh Việt Nam từng bước hội nhập, nhiều doanh nghiệp nước ngoài chọn Việt Nam là một trong những điểm đầu tư hấp dẫn thì việc hỗ trợ cho các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước (FDI) vào khu công nghiệp là một yêu cầu cấp bách trong giai đoạn hội nhập TPP với các nền kinh tế lớn. Việt Nam cần nghiên cứu điều chỉnh chính sách ưu đãi để thu hút vào KCN, đặc biệt là thái độ phục vụ của BQL KCN đối với nhà đầu tư nước ngoài. Chúng tôi đã tiến hành một cuộc điều tra 301 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại các KCN Việt Nam-Singapore tại Việt Nam để thu thập dữ liệu. Dựa vào mô hình phân tích CFA và SEM, nhóm tác giả nhận thấy có bốn yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ khu công nghiệp tại Việt Nam.

### **2. LÝ THUYẾT NGHIÊN CỨU**

Theo Luật đầu tư được Quốc hội khóa XIII, kỳ họp thứ 8 thông qua ngày 26 tháng 11 năm 2014 và có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 7 năm 2015 thì “*Khu công nghiệp là khu vực có ranh giới địa lý xác định, chuyên sản xuất hàng công nghiệp và thực hiện dịch vụ cho sản xuất công nghiệp. Nhà đầu tư nước ngoài là cá nhân có quốc tịch nước ngoài, tổ chức thành lập theo pháp luật nước ngoài thực hiện hoạt động đầu tư*

*kinh doanh tại Việt Nam*” (dẫn theo thuvienphapluat, 2016). Khu công nghiệp là khu tách biệt, tập trung những nhà đầu tư vào các ngành công nghiệp mà nhà nước cần khuyến khích và ưu đãi đặc biệt là những nhà đầu tư nước ngoài sẽ được trải thảm đỏ mời gọi. Tại đây, chính phủ nước sở tại sẽ dành cho các nhà đầu tư những ưu đãi cao về thuế, về các biện pháp đối xử phi thuế quan, về quyền chuyển lợi nhuận ra nước ngoài, để họ đưa công nghệ vào rồi tiến tới chuyển giao công nghệ cho nước chủ nhà. Như vậy, KCN có thể xem là sản phẩm của ngành dịch vụ, khách hàng là những doanh nghiệp đầu tư trong KCN. Theo Cronin và cộng sự (1992), chất lượng dịch vụ là tiền tố của sự hài lòng của khách hàng và có ảnh hưởng đến khuynh hướng mua hàng. Do đó các doanh nghiệp có khuynh hướng sẵn sàng đầu tư trong các khu công nghiệp khi họ hài lòng về chất lượng dịch vụ của KCN.

### 2.1. Các khái niệm và thang đo về chất lượng dịch vụ

Dịch vụ là sản phẩm vô hình, chúng không đồng nhất và cũng không thể tách ly chúng được. Trong quá trình tiêu dùng dịch vụ, chất lượng dịch vụ thể hiện trong quá trình tương tác giữa người cung cấp và người sử dụng (Svensson, 2002). Do vậy, việc đánh giá chất lượng của một dịch vụ là không dễ dàng.

Chất lượng dịch vụ là một khái niệm gây nhiều chú ý và tranh cãi trong các tài liệu nghiên cứu bởi vì các nhà nghiên cứu gặp nhiều khó khăn trong việc định nghĩa và đo lường chất lượng dịch vụ mà không hề có sự thống nhất nào.

Trong một thời gian dài, các nhà nghiên cứu đã cố gắng định nghĩa và đo lường chất lượng dịch vụ. Trong các ngành công nghiệp dịch vụ “Chất lượng là sự tuyệt hảo, đến chất lượng là giá trị, đến chất lượng là sự phù hợp đối với các tiêu chuẩn, đến gần đây nhất, chất lượng là đáp ứng hoặc/ và vượt qua sự mong đợi của khách hàng” (Susan E. Pariseau, 1997).

Parasuraman và cộng sự (1988) định nghĩa chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi về dịch vụ của khách hàng và cảm nhận của họ về kết quả của dịch vụ. Cronin và cộng sự (1992) định nghĩa chất lượng dịch vụ chỉ là cảm nhận của khách hàng về kết quả của dịch vụ.

### 2.2. Mô hình năm khoảng cách chất lượng dịch vụ

Parasuraman và cộng sự (1985) đưa ra mô hình năm khoảng cách và năm thành phần chất lượng dịch vụ, gọi tắt là SERVQUAL. Bài nghiên cứu tập trung vào mô hình này và các mô hình điều chỉnh từ nó.

Parasuraman và các cộng sự (1985,1988) là những người tiên phong trong nghiên cứu chất lượng dịch vụ trong ngành tiếp thị một cách cụ thể và chi tiết. Các nhà nghiên cứu này đưa ra mô hình năm khoảng cách chất lượng dịch vụ.

Khoảng cách thứ nhất về cung ứng dịch vụ, xuất hiện khi có sự khác biệt giữa kỳ vọng của khách hàng về chất lượng dịch vụ và nhà quản trị dịch vụ cảm nhận về kỳ vọng này của khách hàng.

Khoảng cách thứ hai về chuyển đổi nhận thức của mình về kỳ vọng của khách hàng thành những đặc tính chất lượng của dịch vụ.

Khoảng cách thứ ba về nhân viên phục vụ, xuất hiện khi nhân viên dịch vụ không chuyển giao dịch vụ cho khách hàng theo những tiêu chí đã được xác định.

Khoảng cách thứ tư xuất hiện do hoạt động quảng cáo và truyền thông.

Khoảng cách thứ năm là chất lượng được kỳ vọng bởi khách hàng và chất lượng mà họ cảm nhận được.

Parasuraman và cộng sự (1985) cho rằng chất lượng dịch vụ là hàm số của khoảng cách thứ năm. Khoảng cách thứ năm này phụ thuộc vào khoảng cách trước đó. Vì thế, để rút ngắn khoảng cách thứ năm, hay làm tăng chất lượng dịch vụ, nhà quản trị dịch vụ phải nỗ lực rút ngắn các khoảng cách này. Như vậy, mô hình chất lượng dịch vụ có thể được biểu diễn như sau:

$$CLDV = F[KC5 = f(KC1, KC2, KC3, KC4)]$$

Trong đó, CLDV là chất lượng dịch vụ và KC1, 2, 3, 4, 5 là khoảng cách chất lượng 1, 2, 3, 4 và 5.

### 2.3. Thành phần chất lượng dịch vụ

Mô hình này cho chúng ta một bức tranh tổng thể về chất lượng dịch vụ. Tuy nhiên, mô hình này mang tính khái niệm nhiều hơn. Các giả thuyết trong mô hình cần hàng loạt các nghiên cứu để kiểm định. Một trong những nghiên cứu này, và cũng là quan trọng nhất, là đo lường chất lượng của dịch vụ cảm nhận bởi khách hàng. Để làm được việc này thì công việc đầu tiên là phải khái niệm hóa thành phần của chất lượng dịch vụ cảm nhận bởi khách hàng để có thể thiết kế một thang đo lường nó.

Parasuraman và cộng sự (1985) ban đầu cho rằng, bất cứ dịch vụ nào, chất lượng của dịch vụ cảm nhận từ khách hàng có 10 thành phần (Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang, 2003) đó là: (1) Tin cậy (reliability) nói lên khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng thời hạn ngay lần đầu tiên; (2) Đáp ứng

(responsiveness) nói lên sự mong muốn và sẵn sàng của nhân viên phục vụ cung cấp dịch vụ cho khách hàng; (3) Năng lực phục vụ (competence) nói lên trình độ chuyên môn để thực hiện dịch vụ; (4) Tiếp cận (access) lên quan đến việc tạo mọi điều kiện dễ dàng cho khách hàng trong việc tiếp cận với dịch vụ; (5) Lịch sự (courtesy) nói lên tính cách phục vụ; (6) Thông tin (communication) liên quan đến việc giao tiếp, thông đạt cho khách hàng bằng ngôn ngữ mà họ hiểu biết dễ dàng và lắng nghe về những vấn đề liên quan đến họ; (7) Tín nhiệm (credibility) nói lên khả năng tạo lên lòng tin cho khách hàng; (8) An toàn (security) liên quan đến khả năng bảo đảm sự an toàn cho khách hàng; (9) Hiểu biết khách hàng (knowing the customer) thể hiện qua khả năng hiểu biết nhu cầu khách hàng thông qua việc tìm hiểu những đòi hỏi khách hàng, quan tâm đến cá nhân họ và nhận dạng được khách hàng thường xuyên; (10) Phương tiện hữu hình (tangible) thể hiện qua ngoại hình, trang phục và các trang thiết bị phục vụ cho dịch vụ.

Mô hình mười thành phần của chất lượng dịch vụ nêu trên có ưu điểm là bao quát hầu hết mọi khía cạnh của một dịch vụ. Tuy nhiên, mô hình này có nhược điểm là phức tạp trong việc đo lường và mang tính lý thuyết, có thể sẽ có nhiều thành phần của mô hình chất lượng dịch vụ này không đạt giá trị phân biệt. Chính vì vậy các nhà nghiên cứu này đã nhiều lần kiểm định mô hình này và đi đến kết luận là chất lượng dịch vụ bao gồm năm thành phần cơ bản, đó là:

- Phương tiện hữu hình (tangibles) : thể hiện bên ngoài của cơ sở vật chất, thiết bị và công cụ truyền thông.
- Tin cậy (reliability): thể hiện qua khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng thời hạn ngay lần đầu tiên.
- Đáp ứng (responsiveness): thể hiện qua sự mong muốn và sẵn sàng của nhân viên phục vụ cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng.
- Năng lực phục vụ (assurance): thể hiện qua trình độ chuyên môn và cung cách phục vụ lịch sử.
- Cảm thông (empathy) : thể hiện sự ân cần, quan tâm đến từng cá nhân khách hàng.

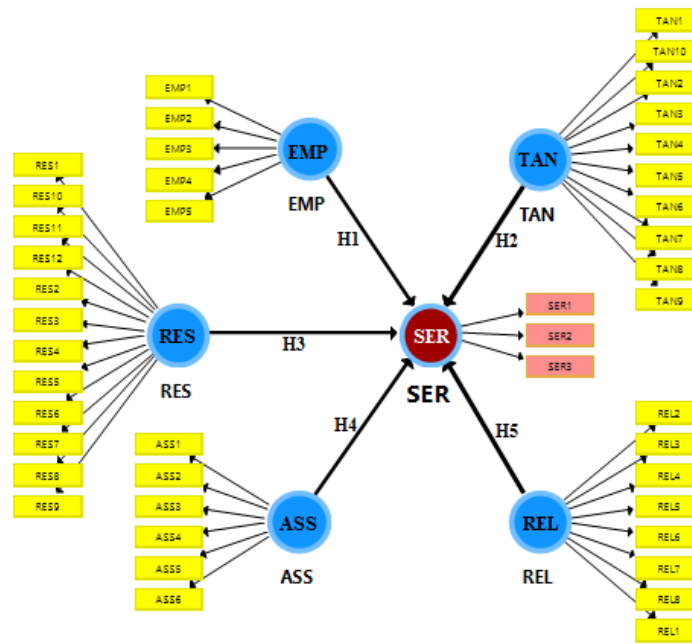
Parasuraman và cộng sự (1988) đã xây dựng và kiểm định thang đo năm thành phần của chất lượng dịch vụ, gọi là thang đo SERVQUAL, bao gồm 22 biến. Thang đo này đã được các tác giả này kiểm nghiệm và điều chỉnh nhiều lần, kết luận rằng nó là thang đo phù hợp cho mọi loại hình dịch vụ Parasuraman và cộng sự, 1991).

Mô hình năm thành phần chất lượng dịch vụ và thang đo SERVQUAL bao phủ khá hoàn chỉnh mọi vấn đề đặc trưng cho chất lượng của một dịch vụ. Parasuraman và cộng sự (1991,1993) khẳng định rằng SERVQUAL là thang đo hoàn chỉnh về chất lượng dịch vụ, đạt giá trị và độ tin cậy và có thể được ứng dụng cho mọi loại hình dịch vụ khác nhau. Tuy nhiên, như đã giới thiệu, mỗi ngành dịch vụ cụ thể có những đặc thù riêng của chúng. Nhiều nhà nghiên cứu khác cũng đã kiểm định mô hình này tại nhiều lĩnh vực dịch vụ.

Lấy ví dụ Bojanic (1991) kiểm định SERVQUAL với dịch vụ kế toán, Cronin và cộng sự với dịch vụ giặt khô, Dabholkar và cộng sự (1995) với dịch vụ bán lẻ, Lassar cộng sự (2000) với dịch vụ ngân hàng. Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2003) với dịch vụ vui chơi giải trí ngoài trời.

Kết quả kiểm định cho thấy chất lượng dịch vụ không thống nhất với nhau ở từng ngành dịch vụ và từng thị trường khác nhau. Lấy ví dụ Mels và cộng sự (1997), trong một nghiên cứu thực tiễn của mình, kết luận rằng chất lượng dịch vụ chỉ bao gồm hai thành phần. Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2003) kiểm định SERVQUAL cho thị trường khu vui chơi giải trí ngoài trời tại TPHCM cho thấy, chất lượng dịch vụ này bao gồm bốn thành phần. Vì vậy, cần phải có những nghiên cứu tiếp tục để mô hình hóa chất lượng dịch vụ trong từng ngành dịch vụ và từng thị trường cụ thể.

Dù là mô hình rất phổ biến trong lĩnh vực học thuật về chất lượng dịch vụ, vẫn có những lời phê bình đối với mô hình SERVQUAL từ Cronin và cộng sự (1992). Và họ đã đưa ra mô hình thứ hai, được đặt tên là SERVPERF. Họ đưa ra 5 thành phần: (1) Tin cậy, (2) Đáp ứng, (3) Năng lực phục vụ, (4) Đồng cảm, (5) Phương tiện hữu hình. Mô hình nghiên cứu đề xuất :



Hình 1: Mô hình nghiên cứu

Nguồn: Tác giả đề xuất

Trong đó :

**SER:** Chất lượng dịch vụ hỗ trợ của khu công nghiệp

**TAN:** Cơ sở vật chất của KCN, **REL:** Sự tin cậy của nhà đầu tư nước ngoài, **ASS:** Năng lực phục vụ của KCN, **RES:** Sự đáp ứng của KCN, **EMP :** Sự cảm thông của nhà đầu tư nước ngoài.

Các giả thuyết của mô hình :

*H1. Sự cảm thông của nhà đầu tư nước ngoài liên quan tích cực với Chất lượng dịch vụ hỗ trợ của khu công nghiệp.*

*H2. Cơ sở vật chất của KCN liên quan tích cực với Chất lượng dịch vụ hỗ trợ của khu công nghiệp.*

*H3. Sự đáp ứng của KCN liên quan tích cực với Chất lượng dịch vụ hỗ trợ của khu công nghiệp*

*H4. Năng lực phục vụ của KCN liên quan tích cực với Cơ sở vật chất của KCN.*

*H5. Sự tin cậy của nhà đầu tư nước ngoài liên quan tích cực với Cơ sở vật chất của KCN.*

### 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Ứng dụng các lý thuyết ở trên, chúng tôi đã tiến hành một cuộc điều tra 301 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài trong các khu công nghiệp VSIP để thu thập dữ liệu. Dựa vào mô hình phân tích CFA và SEM, nhóm tác giả nhận được một hệ thống thang đo đánh giá chất lượng dịch vụ hỗ trợ của khu công nghiệp đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (SER) đối với gồm năm nhân tố: Sự tin cậy của doanh nghiệp đối với ban quản lý khu công nghiệp (REL), Đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp (RES), Năng lực phục vụ của khu công nghiệp (ASS), Sự đồng cảm đối với doanh nghiệp (EMP), Phương tiện hữu hình của khu công nghiệp (TAN). Cuộc khảo sát được tiến hành vào tháng 11 năm 2017. Phần mềm xử lý số liệu Smartpls 3.0 được dùng cho xử lý và phân tích dữ liệu thống kê trên bộ thang đo Likert 5 mức độ. Công cụ phân tích nhân tố khẳng định (CFA) được sử dụng để sàng lọc thang đo các khái niệm nghiên cứu. Tiếp đó mô hình cấu trúc tuyến tính mô mảng (SEM) được sử dụng để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu.

### 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

#### 4.1. Kiểm định nhân tố khẳng định (CFA)

Kết quả CFA của các biến cho thấy mô hình tương thích với dữ liệu nghiên cứu: SRMR = 0.070(<0.08) (Henseler, Hubona, & Ray, 2016).

Bảng 4.1: Cronbach's Alpha, Độ tin cậy tổng hợp (Pc) và Phương sai trích (Pvc)

NHÂN TỐ	Cronbach's Alpha	Phương sai trích (Pvc)	Độ tin cậy tổng hợp (Pc)	Kiểm định P	Kết luận
ASS	0.812	0.521	0.866	0.000	Đạt
EMP	0.864	0.648	0.902	0.000	Đạt
REL	0.812	0.434	0.858	0.000	Đạt
RES	0.885	0.444	0.905	0.000	Đạt
SER	0.812	0.728	0.889	0.000	Đạt
TAN	0.833	0.420	0.872	0.000	Đạt

$$\rho_c = \frac{(\sum_{i=1}^p \lambda_i)^2}{(\sum_{i=1}^p \lambda_i)^2 + \sum_{i=1}^p (1 - \lambda_i^2)}$$

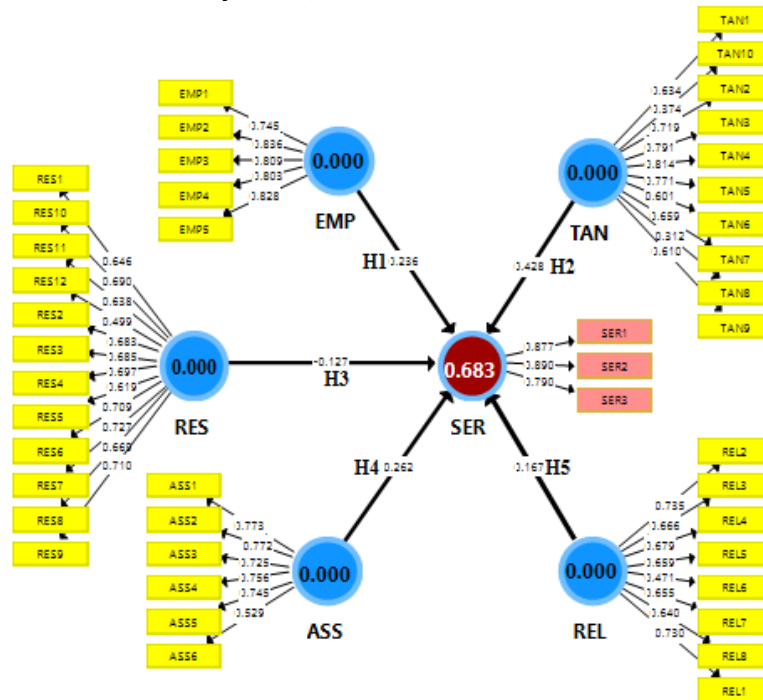
$$\rho_{vc} = \frac{\sum_{i=1}^p \lambda_i^2}{\sum_{i=1}^p \lambda_i^2 + \sum_{i=1}^p (1 - \lambda_i^2)}$$

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Các giá trị của Hệ số Cronbach's Alpha, Độ tin cậy tổng hợp (Pc) và Phương sai trích (Pvc) đều đạt yêu cầu vì có P-value <0.05 nên các thang đo chấp nhận được (Wong, 2013).

**4.2. Kiểm định giả thuyết bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM)**

Kết quả SEM lần đầu cho thấy mô hình tương thích với dữ liệu nghiên cứu: SRMR Composite Model = 0.071(<0.08) (Henseler, Hubona, & Ray, 2016).



Hình 2: Kết quả mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM lần 1)

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Bảng 2: Kết quả kiểm định giá trị phân biệt giữa các thang đo

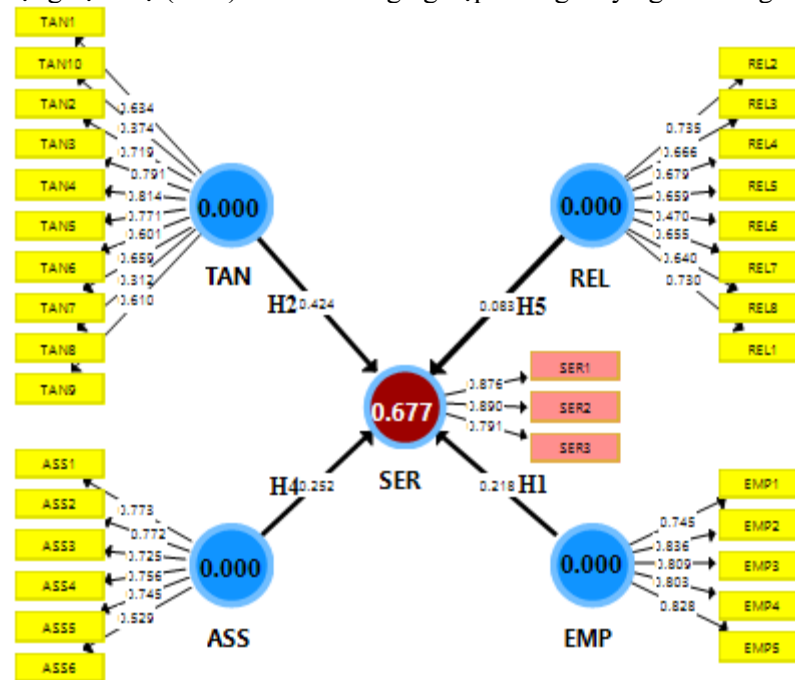
Mối quan hệ	Ước lượng	Độ lệch chuẩn	Thống kê T	P	Kiểm định
ASS -> SER	0.262	0.050	5.251	0.000	Chấp nhận
EMP -> SER	0.236	0.050	4.693	0.000	Chấp nhận
REL -> SER	0.167	0.062	2.699	0.007	Chấp nhận

<b>RES -&gt; SER</b>	-0.127	0.068	1.876	0.061	Không chấp nhận
<b>TAN -&gt; SER</b>	0.428	0.060	7.116	0.000	Chấp nhận

Ghi chú: Estimate (r): hệ số tương quan; SE =  $\sqrt{(1-r^2)/(n-2)}$ ; CR =  $(1-r)/SE$ ; P-value = TDIST(CR, n-2, 2).

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Kết quả thống kê cũng cho thấy khía cạnh mức độ đáp ứng (RES) của KCN với sự đáp ứng yêu cầu của khu công nghiệp được doanh nghiệp đánh giá ở mức không tốt (-0.218). Giữa mức độ đáp ứng (RES) của KCN với sự chất lượng dịch vụ (SER) của khu công nghiệp không có ý nghĩa thống kê (P=0.061>0.05).



Hình 3: Kết quả mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM lần cuối)

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Bảng 3: Kết quả kiểm định giá trị phân biệt giữa các thang đo

Mối quan hệ	Ước lượng	Độ lệch chuẩn	Thống kê T	P	Kiểm định
<b>ASS -&gt; SER</b>	0.252	0.051	4.984	0.000	Chấp nhận
<b>EMP -&gt; SER</b>	0.218	0.050	4.374	0.000	Chấp nhận
<b>REL -&gt; SER</b>	0.083	0.034	2.406	0.017	Chấp nhận
<b>TAN -&gt; SER</b>	0.424	0.062	6.832	0.000	Chấp nhận

Ghi chú: Estimate (r): hệ số tương quan; SE =  $\sqrt{(1-r^2)/(n-2)}$ ; CR =  $(1-r)/SE$ ; P-value = TDIST(CR, n-2, 2).

Nguồn: Tính toán của tác giả.

#### 4.3. Thảo luận về kết quả nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu đã cho ra kết quả tốt, bốn mối quan hệ tác động lên chất lượng dịch vụ của khu công nghiệp là 67.7%. Cụ thể, kết quả thống kê cũng cho thấy khía cạnh cơ sở vật chất (TAN) của khu công nghiệp tác động lên chất lượng dịch vụ của khu công nghiệp được doanh nghiệp đánh giá ở mức cao nhất 0.424. Thứ hai là năng lực phục vụ (ASS) ở mức 0.252. Sự cảm thông (EMP) tác động lên chất lượng dịch vụ của khu công nghiệp được doanh nghiệp đánh giá ở mức 0.218. Cuối cùng là mức độ tin cậy (REL) được đánh giá khá thấp là 0.082. Tất cả mối quan hệ đều có ý nghĩa thống kê vì P nhỏ hơn 0.05. Điểm hạn chế của mô hình là chỉ khảo sát ở các khu công nghiệp Việt Nam – Singapore, cần phải mở rộng điều tra các khu công nghiệp khác. Tác giả sẽ cố gắng hoàn thiện ở các nghiên cứu tiếp theo.

## 5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

Dựa vào kết quả nghiên cứu đối với khu công nghiệp Việt Nam - Singapore, để nâng cao chất lượng dịch vụ của khu công nghiệp, một số gợi ý chính sách cần tập trung như sau:

### 5.1. Cải thiện cơ sở vật chất (TAN) của khu công nghiệp

Cải thiện cơ sở vật chất của khu công nghiệp cũng là yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ khu công nghiệp. Cải thiện cơ sở vật chất của khu công nghiệp thể hiện: (1) Đường giao thông nội bộ và mảng xanh, (2) Hệ thống chiếu sáng, (3) Nhà ở công nhân đáp ứng đầy đủ, (4) Chi phí xử lý nước thải, chất thải hợp lý, (5) Thông tin liên lạc thuận tiện, (6) Giá thuê đất nhà xưởng hợp lý, (7) Trụ sở văn phòng khang trang hiện đại, (8) Điện ổn định, (9) Nước ổn định, (10) Thông tin liên lạc thuận tiện.

### 5.2. Nâng cao mức độ tin cậy (REL) của khu công nghiệp

Nâng cao mức độ tin cậy của khu công nghiệp cũng là yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ khu công nghiệp. Nâng cao mức độ tin cậy khu công nghiệp thể hiện: (1) Khó khăn của doanh nghiệp sẽ được Ban quản lý VSIP và công ty liên doanh VSIP lắng nghe và chia sẻ, (2) Công ty liên doanh VSIP thực hiện đúng những cam kết với nhà đầu tư, (3) Thái độ phục vụ và trình độ chuyên môn của nhân viên công ty VSIP tốt, (4) Ban quản lý VSIP hướng dẫn thủ tục hành chính rõ ràng, nhất quán, (5) Phòng dịch vụ khách hàng của công ty VSIP tư vấn rõ ràng, chính xác, (6) Phòng dịch vụ khách hàng của công ty liên doanh VSIP luôn sẵn sàng trợ giúp nhà đầu tư, (7) Nhân viên lịch sự nhã nhặn, (8) Ban quản lý VSIP có kết quả trả lời đúng hẹn đối với các thủ tục hành chính.

### 5.3. Nâng cao hiệu quả phục vụ (ASS) của khu công nghiệp

Nâng cao năng lực phục vụ của khu công nghiệp cũng là yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ khu công nghiệp. Nâng cao năng lực phục vụ khu công nghiệp thể hiện: (1) Trang phục của nhân viên thanh lịch, gọn gàng, (2) Dịch vụ giải trí, khách sạn, nhà hàng đáp ứng tốt, (3) Dịch vụ y tế đáp ứng tốt, (4) Tình hình an ninh trật tự trong VSIP rất tốt, (5) Nguồn lao động dồi dào, (6) Ban quản lý VSIP giữ đúng hẹn với khách hàng.

### 5.3. Cuối cùng là gia tăng sự cảm thông (EMP) của khu công nghiệp

Gia tăng sự cảm thông của khu công nghiệp đối với nhà đầu tư nước ngoài cũng là yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ khu công nghiệp. Gia tăng sự cảm thông khu công nghiệp thể hiện: (1) Ban quản lý VSIP và công ty liên doanh VSIP thường xuyên tổ chức hội nghị gặp gỡ và đối thoại với doanh nghiệp, (2) Doanh nghiệp dễ dàng gặp gỡ để trao đổi, thảo luận với lãnh đạo Ban quản lý VSIP và lãnh đạo công ty liên doanh VSIP, (3) Khó khăn và vướng mắc của doanh nghiệp được Ban quản lý VSIP lắng nghe và chia sẻ, (4) Ban quản lý VSIP quan tâm giải quyết các đề nghị và yêu cầu của doanh nghiệp, (5) Ban quản lý VSIP luôn hỗ trợ nhà đầu tư, (6) Ban quản lý VSIP chia sẻ những khó khăn mà doanh nghiệp gặp phải.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Nguyễn Thị Minh Phương & Phùng, Xuân Nhạ (2016), Dự báo tác động của Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương tới đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam, *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Kinh tế và Kinh doanh*, Tập 32, Số 1 (2016) 1-10
- Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2003), Nguyên lý marketing, *NXB Đại học Quốc gia TP. HCM*.
- Bojanic, D. C. (1991), Quality measurement in professional services firms, *Journal of Professional Services Marketing*, 7(2), 27-36.
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992), Measuring service quality: a reexamination and extension, *The Journal of Marketing*, 55-68.
- Dabholkar, P. A., Thorpe, D. I., & Rentz, J. O. (1995), A measure of service quality for retail stores: scale development and validation, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 24(1), 3-16.
- Gerhard, M., CHRISTO, B., & Deon, N. (1997), The dimensions of service quality: the original European perspective revisited. *Service Industries Journal*, 17(1), 173-189.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial management & data systems*, 116(1), 2-20.
- <http://thuvienphapluat.vn/van-ban/Dau-tu/Luat-Dau-tu-2014-259729.aspx> truy cập ngày 31/10/2016.
- Lassar, W. M., Manolis, C., & Winsor, R. D. (2000), Service quality perspectives and satisfaction in private

- banking, *Journal of services marketing*, 14(3), 244-271.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985), A conceptual model of service quality and its implications for future research, *The Journal of Marketing*, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 64 No. 1, Spring, pp. 12-40;(1994), *Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research*, *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124.
- Susan E. Pariseau, J. R. M. (1997), Assessing service quality in schools of business, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 14(3), 204-217.
- Svensson, G. (2002), A triadic network approach to service quality, *Journal of Services Marketing*, 16(2), 158-179.
- Wong, K. K.-K. (2013). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) techniques using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1-32.

Ngày nhận bài: 07/03/2018

Ngày chấp nhận đăng: 24/12/2018