

Ảnh hưởng của áp dụng quản lý chất lượng toàn diện (TQM) tới kết quả hoạt động của các công ty dịch vụ ở Việt Nam

TRƯỜNG MINH ĐỨC*

Tóm tắt

Trên cơ sở phân tích và đánh giá các mối quan hệ nhân tố thuộc các thành phần chính của mô hình quản lý chất lượng toàn diện (TQM) các kết quả hoạt động của công ty, nghiên cứu chỉ ra rằng, không phải tất cả 5 nhân tố của mô hình TQM (Các hoạt động về chất lượng của lãnh đạo hàng đầu; Nhân viên quản lý chất lượng; Quản lý quy trình; Kiến thức và giáo dục nhân viên; Tập trung vào khách hàng) đều đóng góp như nhau vào lợi ích kinh doanh của các công ty dịch vụ. Cụ thể là: Hiệu quả hoạt động điều hành và Kết quả thực hiện chất lượng sản phẩm của công ty lại chỉ liên quan đến 2 nhân tố: Kiến thức và giáo dục nhân viên; Tập trung vào khách hàng. Điều này cho thấy rằng, việc đào tạo nhân viên và xem xét các yêu cầu của khách hàng trong việc xây dựng quy trình và cung cấp dịch vụ là 2 thông số quan trọng, mà các công ty cần chú ý cải tiến.

Từ khóa: TQM, công ty dịch vụ, chất lượng dịch vụ

Summary

Based on analyzing and evaluating the relationships between the main elements of total quality management (TQM) and organizational performance, the study indicates that 5 elements of TQM (including Quality practices of top management; Employee involvement in the quality management system; Process management; Employee knowledge and education; Customer focus) do not contribute equally to business interests of service companies. In particular, Operational performance and Product quality of these company are only impacted by Employee knowledge and education, and Customer focus. This finding implies that employee training and consideration of customer requirements in building processes and providing services are two important aspects that service companies need to improve.

Keywords: TQM, service company, service quality

GIỚI THIỆU

Sau thời kỳ đổi mới, Việt Nam chính thức chuyển sang nền kinh tế thị trường, khu vực dịch vụ có điều kiện phát triển nhanh chóng tạo điều kiện thuận lợi cho việc trao đổi hàng hóa và dịch vụ giữa người sản xuất và người tiêu dùng. Hiện nay, ở Việt Nam các công ty dịch vụ xuất hiện ngày càng nhiều, đóng góp không nhỏ vào việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, để nâng cao khả năng cạnh tranh của các công ty dịch vụ, vấn đề quan trọng là phải nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ và quy trình dịch vụ khách hàng. Áp dụng mô hình TQM vào việc quản lý chất lượng sản phẩm dịch vụ là một trong những hướng đi chính của nhiều công ty dịch vụ trên thế giới. Hiện nay, một số công ty dịch vụ của Việt Nam mới bắt đầu tham gia thử nghiệm mô hình này.

Bài viết nghiên cứu về ảnh hưởng của áp dụng quản lý chất lượng toàn diện trong các công ty dịch vụ nhằm đáp ứng yêu cầu này.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

Từ tổng hợp các nghiên cứu trước đó, tác giả nhận thấy, TQM là một mạng lưới tập hợp nhiều thành phần, nhiều đối tác và nhiều yếu tố có quan hệ chặt chẽ và phụ thuộc lẫn nhau, có những yếu tố cụ thể và giữ vai trò nhất định, nhưng không có một mô hình tốt nhất

* TS., Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

Ngày nhận bài: 05/11/2021; Ngày phản biện: 10/11/2021; Ngày duyệt đăng: 20/11/2021

mô hình TQM chung cho tất cả loại hình công ty.

Để phát triển một mô hình TQM cho nghiên cứu, tác giả dựa trên mô hình nghiên cứu thực nghiệm của Fotopoulos và Psomas (2009, 2010), đã áp dụng thành công cho các công ty dịch vụ, làm cơ sở cho việc xây dựng khung lý thuyết của nghiên cứu này.

Khung nghiên cứu này bao gồm tất cả các yếu tố TQM chung đã được các nhà khoa học thừa nhận, như: Lãnh đạo; Hoạch định chiến lược chất lượng; Sự tham gia của nhân viên, quản lý nhà cung cấp; Tập trung vào khách hàng; Quản lý quá trình; Liên tục cải tiến; Dữ liệu thông tin và phân tích, cũng như kiến thức và giáo dục nhân viên.

Cho dù TQM được xem như một chất xúc tác hay một nguồn lực chiến lược, thì tác động của nó lên toàn bộ các hoạt động của một tổ chức không thể đánh giá thấp (Yunis và cộng sự, 2013). Điều này là hiển nhiên trong các nghiên cứu học thuật mà người ta chủ yếu tập trung nhấn mạnh vào mối quan hệ thực tế giữa việc thực hiện TQM với hoạt động công ty. Vì vậy, nhiều nhà nghiên cứu và các chuyên gia tư vấn chất lượng thường khẳng định rằng, cần thực hiện đúng các nguyên tắc TQM/các yếu tố ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả hoạt động của công ty theo nhiều khía cạnh (Mensah và cộng sự, 2012).

Các quy trình hoạt động được cải tiến quay trở lại sẽ làm giảm chi phí sản xuất, nâng cao nhận thức của khách hàng về chất lượng sản phẩm/dịch vụ và cuối cùng là nâng cao thị phần của công ty và hiệu quả tài chính. Theo Dimara và cộng sự (2004), hiệu quả điều hành, kết quả thực hiện chất lượng sản phẩm và kết quả thị phần công ty sẽ xác định một khái niệm rộng hơn về hiệu quả của tổ chức và cuối cùng dẫn đến việc cải thiện hoạt động tài chính. Tương tự, Barnes và cộng sự (2004) cho rằng, chất lượng sản phẩm/dịch vụ được cải thiện dẫn đến tăng sự hài lòng của khách hàng và do đó, tăng thị phần và lợi nhuận.

Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện nghiên cứu, tác giả đưa ra một bảng khảo sát đánh giá những tác động sau khi thực hiện TQM của các công ty dịch vụ ở Việt Nam. Bằng việc xem xét lại các lý thuyết và các công trình khoa học đã được công bố, công cụ bảng hỏi được thiết kế việc thực hiện TQM và các hoạt động của công ty dịch

BẢNG 1: CÁC THÀNH PHẦN CẦU THÀNH TQM (QUA VIỆC PHÂN TÍCH NHÂN TỐ)

Thang đo các nhân tố (các biến)	F1	F2	F3	F4	F5
Các lãnh đạo hàng đầu thường đưa ra các vấn đề chất lượng trong cuộc họp với các quản lý	0,80				
Các lãnh đạo hàng đầu thường tham gia tích cực vào các hoạt động cải tiến chất lượng	0,79				
Các lãnh đạo hàng đầu ủng hộ những nỗ lực cải tiến chất lượng bằng việc cung cấp nguồn lực	0,759				
Các lãnh đạo hàng đầu dành các ưu tiên cho chất lượng quy trình và chất lượng sản phẩm/dịch vụ	0,728				
Các lãnh đạo hàng đầu trao quyền cho nhân viên để quản lý các vấn đề chất lượng	0,662				
Chính sách chất lượng được đưa vào trong các kế hoạch chiến lược công ty	0,641				
Các mục tiêu chất lượng được đặt ra dựa trên nhu cầu và các yêu cầu của khách hàng	0,612				
Nhân viên cải tiến chất lượng là người thường được thưởng		0,792			
Nhân viên là người đánh giá		0,774			
Nhân viên là người được thúc đẩy để cải tiến các hoạt động của họ		0,731			
Các dữ liệu được thu thập từ các nhân viên về sự hài lòng và những đề nghị của họ đối với những hoạt động cải tiến		0,603			
Các nhân viên là người đưa ra sáng kiến		0,560			
Các dữ liệu chất lượng được xem xét từ các công việc thường ngày của các nhân viên		0,504			
Sự không phù hợp về quy trình và sản phẩm được phát hiện qua kiểm tra nội bộ			0,81		
Các dữ liệu về chất lượng quy trình được ghi lại và được phân tích			0,708		
Các quy trình quan trọng được xác định và được đánh giá			0,697		
Các điểm/các vị trí bị lãng phí thời gian được phát hiện để giảm chi phí các quy trình			0,673		
Tất cả các nhân viên đều được hướng dẫn công việc			0,657		
Cơ cấu tổ chức đặc biệt được thiết lập để hỗ trợ cho việc cải tiến chất lượng			0,626		
Các chương trình giáo dục thường được đánh giá lại				0,779	
Các nhân viên có kiến thức và có bí quyết về công nghệ				0,771	
Các nhân viên được dạy về các vấn đề liên quan chuyên môn và công việc thường ngày của họ				0,737	
Các vấn đề dạy đều được các nhân viên tiếp nhận				0,700	
Các nguồn lực đều dành cho giáo dục - đào tạo				0,676	
Khuyến khích khách hàng gửi khiếu nại và đề xuất các cải tiến chất lượng					0,778
Các khiếu nại, mức độ hài lòng và những đề xuất của khách hàng cho việc cải tiến chất lượng được quan tâm chú ý					0,754
Các nhu cầu, yêu cầu, mong ước và kỳ vọng của khách hàng đều được ghi lại và phân tích					0,659
Các nhà quản lý và nhân viên công ty thường hợp tác chặt chẽ với khách hàng					0,657
<i>Giá trị riêng của nhân tố</i>	<i>18,33</i>	<i>1,97</i>	<i>1,54</i>	<i>1,20</i>	<i>1,06</i>
<i>Phương sai tích lũy cộng dồn (%)</i>	<i>55,55</i>	<i>61,51</i>	<i>66,18</i>	<i>69,81</i>	<i>73,03</i>
<i>Hệ số Cronbach's Alpha</i>	<i>0,942</i>	<i>0,920</i>	<i>0,919</i>	<i>0,899</i>	<i>0,921</i>
Trong đó: F1: Các hoạt động về chất lượng của lãnh đạo hàng đầu; F2: Nhân viên quản lý chất lượng; F3: Quản lý quy trình; F4: Kiến thức và giáo dục nhân viên; F5: Tập trung vào khách hàng					

Nguồn: Tính toán của tác giả

BẢNG 2: CÁC KẾT QUẢ SAU KHI THỰC HIỆN TQM (CÁC BIẾN PHỤ THUỘC)

Thang đo các nhân tố (các biến)	R1	R2	R3	R4
Lợi nhuận ròng của công ty	0,931			
Lợi nhuận trước thuế của công ty	0,912			
Dòng tiền công ty từ các hoạt động	0,79			
Xâm nhập thị trường trong và ngoài nước của công ty	0,734			
Chỉ số tài chính của công ty	0,706			
Mức tăng bán hàng của công ty	0,700			
Năng suất của công ty		0,857		
Hiệu quả của công ty		0,843		
Hiệu suất của công ty		0,756		
Sự hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm			0,846	
Lòng trung thành của khách hàng với công ty			0,804	
Sự hài lòng của khách hàng với các dịch vụ sau bán			0,703	
Độ tin cậy về sản phẩm được cung cấp (các đặc trưng chính về chất lượng được giữ trong thời gian dài)				0,868
Sự phù hợp của các sản phẩm đối với các thông số kỹ thuật của khách hàng				0,756
Điểm nổi trội sản phẩm của công ty so với các đối thủ cạnh tranh				0,598
Giá trị riêng của nhân tố	6,56	2,76	1,26	1,01
Phương sai tích lũy cộng dồn (%)	43,73	62,11	70,51	76,11
Hệ số Cronbach's Alpha	0,903	0,878	0,831	0,823
Hệ số KMO				0,861
Trong đó: R1: Hoạt động tài chính; R2: Hoạt động điều hành; R3: Sự hài lòng khách hàng; R4: Kết quả hoạt động chất lượng.				

Nguồn: Tính toán của tác giả

vụ. Bảng hỏi được thiết kế có sự chỉnh sửa, góp ý của các nhà quản lý và các chuyên gia trong ngành. Trước khi đưa vào sử dụng chính thức, bảng hỏi đã được tiến hành thử nghiệm ở 10 công ty để kiểm tra lại tính rõ ràng, tính chặt chẽ của các nhóm câu hỏi.

Mẫu nghiên cứu tập trung vào 3 thành phố lớn là: TP. Hồ Chí Minh; Hà Nội và TP. Đà Nẵng nơi có nhiều công ty dịch vụ vừa và nhỏ ở Việt Nam. Các công ty được chọn nghiên cứu đó là những công ty đã thực hiện quản lý chất lượng theo các tiêu chí của mô hình TQM. 390 bảng khảo sát được gửi các nhà quản lý về chất lượng của các công ty dịch vụ được chọn làm mẫu nghiên cứu thông qua thư điện tử e-mail.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả phân tích EFA đã lập được 5 nhóm nhân tố (được gọi là biến độc lập) và 4 nhân tố tiềm ẩn (được gọi là biến phụ thuộc) mô tả các khía cạnh của các hoạt động. Các nhân tố rút trích từ các biến quan sát có thể đo được và có thể được đặt tên là: F1: Các hoạt động về chất lượng của lãnh đạo hàng đầu; F2: Nhân viên quản lý chất lượng; F3: Quản lý quy trình; F4: Kiến thức và giáo dục nhân viên; F5: Tập trung vào khách hàng (Bảng 1).

Tương tự, các kết quả sau khi thực hiện TQM được rút trích thành các nhóm nhân tố (biến số) (biến phụ thuộc) được đặt thành các tên là: R1: Hoạt động tài chính; R2: Hoạt động điều hành; R3: Sự hài lòng khách hàng; R4: Kết quả hoạt động chất lượng (Bảng 2).

Kết quả cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha của các nhóm phản ánh về hoạt động và phản ánh các kết quả hoạt động đều có hệ số > 0,7. Do đó, các biến quan sát trong các nhóm đều được giữ lại.

Phân tích hồi quy

Mỗi kết quả của hoạt động sau khi thực hiện TQM được coi là 1 biến phụ thuộc, như vậy có 4 kết quả hoạt động sau khi thực hiện TQM lần lượt là R1, R2, R3 và R4 và được lập thành 4 hàm hồi quy tuyến tính để xem xét.

Mô hình hồi quy thứ nhất, với biến phụ thuộc R1 (Kết quả của hoạt động điều hành), chỉ ra mối quan hệ với 2 nhân tố là F4 và F5. Mô hình hồi quy này có có R^2 đã được điều chỉnh = 0,386, chịu tác động bởi 2 nhân tố F4 (Kiến thức và giáo dục nhân viên) có hệ số β_{F4} được chuẩn hóa = 0,311 với giá trị P-value = 0,00 và nhân tố F5 (Tập trung vào khách hàng) có hệ số β_{F5} đã được chuẩn hóa = 0,308 với P-value = 0,0006.

Mô hình hồi quy thứ hai với biến phụ thuộc R4 (Kết quả thực hiện chất lượng sản phẩm/dịch vụ) chỉ mối quan hệ với 3 nhân tố: F4 (Kiến thức và giáo dục nhân viên) có hệ số β_{F4} được chuẩn hóa = 0,317 với P-value = 0,00; F5 (Tập trung vào khách hàng) có hệ số β_{F5} được chuẩn hóa = 0,36 với P-value = 0,00 và R2 (Kết quả

của hoạt động điều hành) có hệ số β_{R2} được chuẩn hóa = 0,193 với P-value = 0,009.

Mô hình hồi quy thứ ba với biến phụ thuộc R3 (Sự hài lòng của khách hàng) chỉ mối quan hệ với 3 nhân tố của TQM là: F1 (Các hoạt động về chất lượng của lãnh đạo hàng đầu) có hệ số β_{F1} được chuẩn hóa = 0,238 với P-value = 0,001; F5 (Tập trung vào khách hàng) có hệ số β_{F5} được chuẩn hóa = 0,208 với P-value = 0,001 và R4 (Kết quả thực hiện chất lượng sản phẩm/dịch vụ) có hệ số β_{R4} được chuẩn hóa = 0,266 với P-value = 0,001.

Mô hình hồi quy thứ tư với biến phụ thuộc R1 (Hiệu quả tài chính) chỉ mối quan hệ với 2 nhân tố F2 và R2 có R^2 đã được điều chỉnh = 0,202 chịu tác động bởi 2 nhân tố của TQM là: F2 (Nhân viên quản lý chất lượng) có hệ số β_{F2} được chuẩn hóa = 0,238 với P-value = 0,001; và R2 (Kết quả hoạt động điều hành) có hệ số β_{R2} được chuẩn hóa = 0,311 với P-value = 0,0012.

KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu cho thấy, khi các công ty dịch vụ triển khai thực hiện TQM có một điểm chung nổi bật là: 4/5 trụ cột chính của TQM, bao gồm: Các hoạt động về chất lượng của lãnh đạo hàng đầu; Nhân viên quản lý chất lượng; Kiến thức và giáo dục nhân viên; Tập trung vào khách hàng đều có bóng dáng của con người trong đó. Nói cách khác, sự tham gia của cán bộ quản lý cấp cao, nhân viên và khách hàng là nền tảng để các công ty xây dựng nên chất lượng chung cho mình. Vì vậy, trong doanh nghiệp, các cán bộ quản lý cấp cao

và các nhân viên là nhân tố chính trong việc hướng dẫn và triển khai thực hiện TQM. Tất cả các nhân tố khác, như: Kế hoạch chiến lược; Quản lý nhà cung cấp; Quản lý quy trình: Truyền đạt thông tin và phân tích dữ liệu; Cải tiến liên tục và Phát triển nguồn nhân lực để thực hiện thành công đều phải dựa trên kiến thức và năng lực của đội ngũ cán bộ quản lý và năng lực của nhân viên.

Mặt khác, khách hàng cũng có vai trò trong việc thực hiện TQM thành công mặc dù nó thuộc môi trường bên ngoài. Điều này có nghĩa là để thực hiện thành công các nhân tố của TQM, thì nhu cầu khách hàng, các yêu cầu của họ cũng cần luôn luôn phải được chú ý xem xét.

So sánh kết quả của nghiên cứu hiện tại đối với các công ty dịch vụ ở Việt Nam với kết quả của các nghiên cứu tương tự trong lĩnh vực sản xuất của các nhà khoa học thế giới đã công bố như nghiên cứu của Fotopoulos và Psomas (2009, 2010) cho thấy, các kết quả có gần tương đồng nhau. Nói cách khác, các mô hình TQM được phát triển trong các dịch vụ và lĩnh vực sản xuất về cơ bản gần giống nhau và của Việt Nam cũng gần tương đồng với thế giới. Điều này cho thấy, mô hình TQM áp dụng trong lĩnh vực dịch vụ và sản xuất gần giống nhau và việc áp dụng ở Việt Nam và trên thế giới không có nhiều khác biệt.

Kết quả nghiên cứu trên cũng cho thấy, mặc dù có 5 nhân tố quan trọng đóng góp vào trụ cột của mô hình TQM áp dụng cho các công ty dịch vụ, nhưng không phải tất cả các nhân tố đó đều đóng góp như nhau vào lợi ích kinh doanh của công ty. Cụ thể là: Hiệu quả hoạt động điều hành và Kết quả thực hiện chất lượng sản phẩm của công ty, thì lại liên quan duy nhất đến 2 nhân tố: Kiến thức và giáo dục nhân viên; Tập trung vào khách hàng. Điều này cho thấy rằng, việc đào tạo nhân viên và xem xét các yêu cầu của khách hàng (trong việc xây dựng quy trình và cung cấp dịch vụ) là 2 thông số quan trọng mà công ty cần chú ý cải tiến. Kết quả hoạt động tài chính của công ty tốt hay xấu phụ thuộc vào chất lượng quản lý nhân viên. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Barnes, B. R., Fox, M. T., and Morris, D. S. (2004). Exploring the linkage between internal marketing, relationship marketing and service quality: a case study of a consulting organization, *Total Quality Management and Business Excellence*, 15(5-6), 593-601
2. Dimara, E., Skuras, D., Tsekouras, K., and Goutsos, S. (2004). Strategic orientation and financial performance of firms implementing ISO 9000, *International Journal of Quality and Reliability Management*, 21(1), 72-89
3. Fotopoulos C., and Psomas, E. (2009). The impact of soft and hard TQM elements on quality management results, *International Journal of Quality and Reliability Management*, 26(2), 150-163
4. Fotopoulos C., and Psomas, E. (2010). The structural relationships between TQM factors and organizational performance, *The TQM Journal*, 22(5), 539-552
5. Mensah, J. O., Copuroglu, G., and Fening, F. A. (2012). The status of total quality management (TQM) in Ghana. A comparison with selected quality awards winners from Turkey, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 29(8), 851-871
6. Yunis, M., Jung, J., and Chen, S. (2013). TQM, strategy, and performance: a firm-level analysis, *International Journal of Quality & Reliability Management*, 30(6), 690-714