BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

ÔNG THUẬN ÁNH

NGHIÊN CỨU CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĐĂNG KÝ KINH DOANH TẠI SỞ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ ĐÀ NẴNG

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 60.34.05

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng - Năm 2015

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học **: PGS.TS. ĐÀO HỮU HÒA**

Phản biện 1: **TS. NGUYỄN THỊ BÍCH THU**

Phản biện 2: **TS. PHẠM THỊ LAN HƯƠNG**

Luận văn đã được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 19 tháng 01 năm 2015.

Có thể tìm hiểu luận văn tại:
Trung tâm Thông tin - Học liệu, Đại học Đà Nẵng
Thư viện trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Thành phố Đà Nẵng với những điều kiện tự nhiên thuận lợi cùng những chủ trương, chính sách khuyến khích phát triển doanh nghiệp của các cấp, các ngành từ Trung Ương đến địa phương trong thời gian qua đã thu hút được nhiều tổ chức, công dân đến đăng ký thành lập doanh nghiệp tại Sở Kế hoạch và Đầu tư (KH & ĐT) Đà Nẵng. Nhu cầu đăng ký kinh doanh (ĐKKD) của khách hàng tại Đà Nẵng là rất lớn. Do đó, để tạo sự hài lòng cho khách hàng thì Sở KH & ĐT Đà Nẵng phải không ngừng cải tiến chất lượng dịch vụ đăng ký kinh doanh. Nhưng dịch vụ đăng ký kinh doanh phải thỏa mãn những tiêu chí nào thì được coi là có chất lượng tốt ?. Vì vậy, tác giả đã lựa chọn vấn đề *"Nghiên cứu chất lượng dịch vụ đăng ký kinh doanh tại Sở Kế hoạch và Đầu tư Đà Nẵng"* để làm đề tài cho luận văn tốt nghiệp thạc sĩ chuyên ngành Quản trị kinh doanh của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Nghiên cứu này nhằm mục tiêu khám phá các thành phần chất lượng dịch vụ ĐKKD tại Sở KH & ĐT Đà Nẵng ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng. Cụ thể là:

- Xây dựng thang đo chất lượng dich vụ ĐKKD
- Xây dựng và kiểm định mô hình lý thuyết về mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng;
- Kiến nghị các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao CLDV ĐKKD.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận văn là các vấn đề liên quan đến CLDV ĐKKD tại Sở KH & ĐT Đà Nẵng.

Phạm vi nghiên cứu là các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

4. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài được thực hiện với sự kết hợp một số phương pháp sau:

- Sử dụng phương pháp tổng hợp và phân tích khoa học để xác định công cụ đánh giá thích hợp, lựa chọn thang đo.

- Sử dụng phương pháp nghiên cứu marketing để thực hiện các công việc phỏng vấn, trao đổi, tiếp thu ý kiến chuyên gia về các thành phần, tiêu chí của CLDV ĐKKD và điều tra, khảo sát đúng đối tượng.

- Sử dụng phương pháp toán thống kê để tổng hợp, đánh giá, phân tích và kiểm định mô hình nghiên cứu với sự hỗ trợ của phần mềm xử lý dữ liệu thống kế SPSS 16.0.

- Sử dụng phép biện chứng để đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao CLDV ĐKKD có hiệu quả, khả thi, phù hợp với điều kiện thực tế tại đơn vị.

5. Bố cục đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục thì nội dung đề tài gồm 4 chương:

Chương 1: Cơ sở lý thuyết và thực tiễn về đo lường chất lượng dịch vụ

Chương 2: Thiết kế nghiên cứu

Chương 3: Kết quả nghiên cứu

Chương 4: Kết luận và hàm ý chính sách

6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

CHƯƠNG 1
CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ THỰC TIỄN VỀ ĐO LƯỜNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ

1.1. TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ VÀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ

1.1.1. Dịch vụ

1.1.2. Chất lượng dịch vụ

a. Khái niệm chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ là mức độ mà một dịch vụ đáp ứng được nhu cầu và sự mong đợi của khách hàng (Lewis & Mitchell, 1990).

Theo Parasuraman & ctg, chất lượng dịch vụ là một hình thức của thái độ, một sự đánh giá toàn diện có tính dài hạn hướng tới sự hoàn hảo của dịch vụ.

b. Đặc điểm của chất lượng dịch vụ:

Chất lượng dịch vụ bao gồm những đặc điểm sau đây: Tính vượt trội; tính đặc trưng của sản phẩm; tính cung ứng; tính thỏa mãn nhu cầu; tính tạo ra giá trị;

c. Các yếu tố phản ánh chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ chịu tác động của các yếu tố: Khách hàng; trình độ, năng lực, kỹ năng, thái độ làm việc của cán bộ và công nhân phục vụ; cơ sở vật chất; chất lượng của quá trình thực hiện và chuyển giao dịch vụ; môi trường hoạt động.

1.1.3. Sự hài lòng của khách hàng

Theo Kano (1993) thì các cấp độ cảm xúc và đặc tính của sản phẩm, dịch vụ có mối liên hệ mật thiết với nhau.

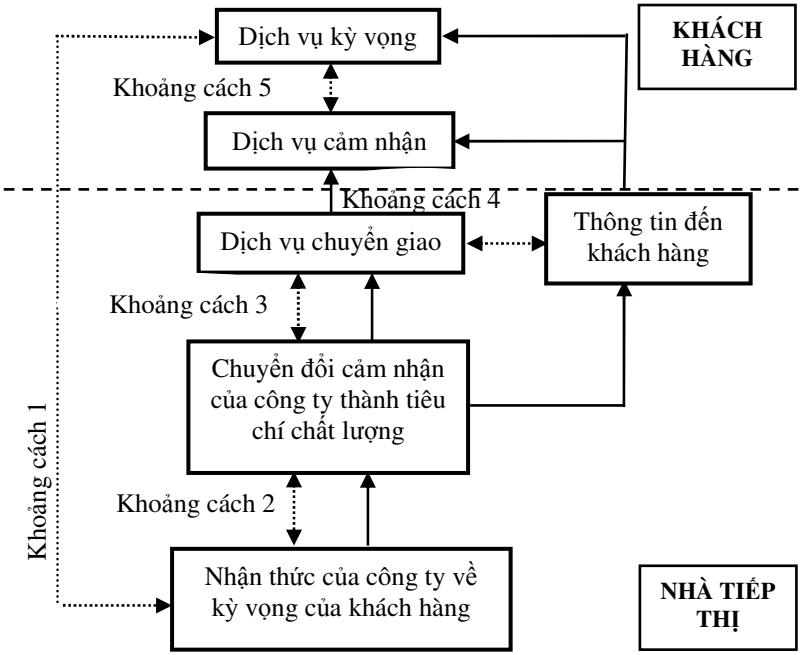
Với mô hình Kano, nhà cung cấp có thể phân tích chi tiết sự kỳ vọng của khách hàng. Qua đó sẽ đưa ra những giải pháp cụ thể nhằm cải tiến các đặc tính của sản phẩm, dịch vụ nhằm gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

1.1.4. Quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng

Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng có quan hệ tương hỗ chặt chẽ với nhau. Trong đó, chất lượng dịch là cái được tạo ra trước và sau đó quyết định đến sự hài lòng của khách hàng.

1.2. MÔ HÌNH LÝ THUYẾT VỀ ĐO LƯỜNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ

1.2.1. Mô hình khoảng cách chất lượng dịch vụ



Hình 1.3: Mô hình CLDV của Parasuraman, Zeithaml và Berry

Nguồn: Parasuraman, Zeithaml và Berry (1985)

Mô hình CLDV: CLDV = f {KC5 = f (KC1, KC2, KC3, KC4)}

Trong đó: KC1, KC2, KC3, KC4, KC5: là các khoảng cách 1, 2...5.

1.2.2. Các thành phần cấu thành chất lượng dịch vụ

Parasuraman và cộng sự (1985) cho rằng, bất kỳ dịch vụ nào cũng được khách hàng cảm nhận dựa trên 10 thành phần.

Sau nhiều lần kiểm định, Parasuraman và cộng sự (1988) đã hiệu chỉnh lại và hình thành thang đo mới gồm 5 thành phần cơ bản.

Bảng 1.1: Quan hệ giữa thang đo gốc (1985) và thang đo hiệu chỉnh (1988)

Thang đo gốc (1985)	Thang đo hiệu chỉnh (1988)
Tin cậy	Tin cậy
Đáp ứng	Đáp ứng
Phương tiện hữu hình	Phương tiện hữu hình
Năng lực phục vụ	Năng lực phục vụ
Lịch sự	
Tín nhiệm	
An toàn	
Tiếp cận	Đồng cảm
Thông tin	
Hiểu biết khách hàng	

1.2.3. Thang đo chất lượng dịch vụ

a. Thang đo SERVQUAL

Dựa trên định nghĩa truyền thống về CLDV, Parasuraman và cộng sự (1988) đã xây dựng thang đo SERVQUAL cuối cùng để đánh giá CLDV gồm 22 tiêu chí thuộc 5 thành phần để đo lường chất lượng kỳ vọng và dịch vụ cảm nhận (Service Quality = Performance – Expectation).

b. Thang đo SERVPERF

Việc đo lường CLDV theo thang đo SERVPERF của Cronin

và Taylor (1992) được xem là một phương pháp thuận tiện và rõ ràng trong việc đo lường CLDV dựa trên đo lường thông qua kết quả thể hiện của CLDV.

Công thức của CLDV như sau:

$$SQi = \sum_{j=1}^{k} \text{Pij}$$

Trong đó: SQ = CLDV khách hàng nhận được; k = Số lượng các thuộc tính; P = Nhận thức của cá nhân i đối với sự thể hiện của dịch vụ đối với thuộc tính j.

Với mô hình này, Cronin và Taylor cho rằng mức độ cảm nhận của khách hàng là phản ánh tốt nhất về CLDV.

1.2.4. Các nghiên cứu ứng dụng SERVQUAL và SERVPERF

1.3. DỊCH VỤ HÀNH CHÍNH CÔNG VÀ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ HÀNH CHÍNH CÔNG

1.3.1. Dịch vụ hành chính công

Dịch vụ hành chính công là những dịch vụ liên quan đến hoạt động thực thi pháp luật, không nhằm mục tiêu lợi nhuận.[1]

Đăng ký kinh doanh là hoạt động doanh nghiệp được cơ quan chức năng có thẩm quyền (Sở Kế hoạch và Đầu tư) cấp giấy phép kinh doanh (Luật doanh nghiệp 2005).

Dịch vụ đăng ký kinh doanh là dịch vụ hành chính công do Nhà nước trực tiếp đảm nhận việc cung ứng nhằm bảo đảm các quyền và nghĩa vụ về hoạt động kinh doanh của các tổ chức, công

[1] Nghị định số 64/2007/NĐ-CP ngày 10 tháng 4 năm 2007 của Chính phủ về việc ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước.

dân.

1.3.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ hành chính công

- Khả năng tiếp cận dịch vụ.
- Một hệ thống hành chính dễ hiểu.
- Khả năng cung cấp linh hoạt và nhanh chóng.
- Công khai minh bạch.
- Năng lực chuyên môn của cán bộ chuyên viên.
- Thái độ lịch sự và nhiệt tình của cán bộ chuyên viên.
- Sự tín nhiệm trong việc cung cấp dịch vụ.

1.4. THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĐĂNG KÝ KINH DOANH TẠI SỞ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ ĐÀ NẴNG

1.4.1. Tổng quan về Sở Kế hoạch và Đầu tư Đà Nẵng

1.4.2. Tình hình các yếu tố chất lượng dịch vụ đăng ký kinh doanh

a. Cơ sở vật chất, trang thiết bị

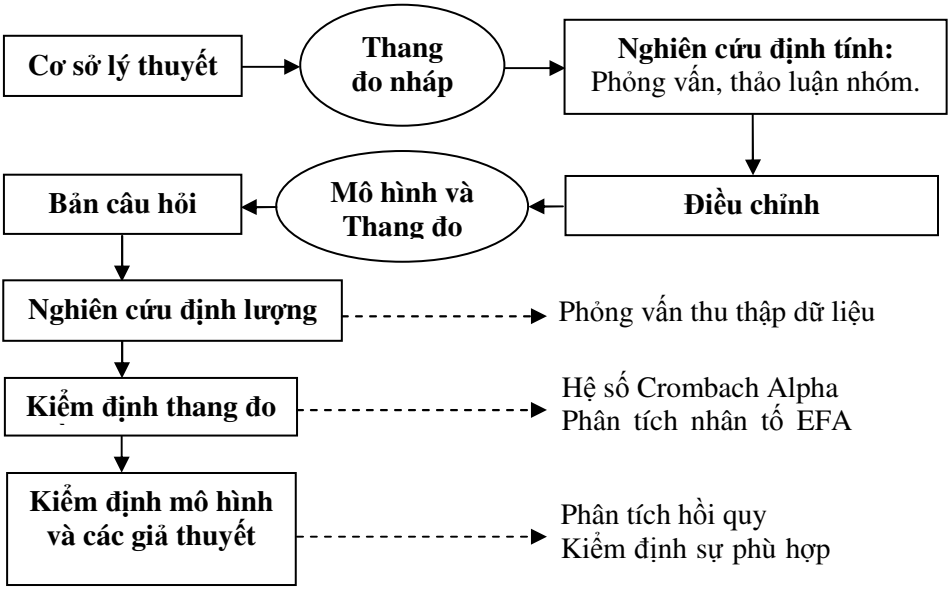
b. Nhân sự

c. Sự tin cậy và công khai minh bạch

d. Chính sách, thủ tục và công tác tổ chức dịch vụ

CHƯƠNG 2
THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU

2.1. QUI TRÌNH NGHIÊN CỨU



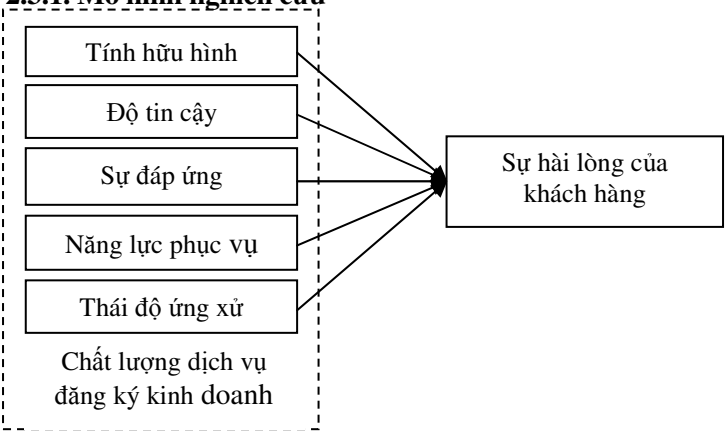
Hình 2.1: Quy trình nghiên cứu

2.2. NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH

Tiến hành họp nhóm, phỏng vấn chuyên gia để xác định lại các thành phần CLDV và bổ sung, lược bỏ, điều chỉnh đối với bảng danh mục các tiêu chí để từ đó chính thức đưa ra các tiêu chí được sử dụng. Kết quả nghiên cứu định tính hình thành nên bảng câu hỏi chính thức với 5 nhân tố và 28 biến quan sát.

2.3. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU, CÁC GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU VÀ XÂY DỰNG THANG ĐO

2.3.1. Mô hình nghiên cứu



Hình 2.2: Mô hình nghiên cứu CLDV ĐKKD

Phương trình biểu diễn mối quan hệ có dạng:

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

Trong đó: Y: Sự hài lòng của khách hàng; X_1,X_2, X_3, X_4, X_5 là các thành phần: (1) Tính hữu hình, (2) Độ tin cậy, (3) Sự đáp ứng, (4) Năng lực phục vụ, (5) Thái độ phục vụ.

2.3.2. Các giả thuyết nghiên cứu

H1: Mức độ cảm nhận tính hữu hình càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

H2: Mức độ cảm nhận về độ tin cậy càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

H3: Mức độ cảm nhận về sự đáp ứng càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

H4: Mức độ cảm nhận về năng lực phục vụ càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

H5: Mức độ cảm nhận về thái ứng xử càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

2.3.3. Xây dựng thang đo

a. Thang đo chất lượng dịch vụ đăng ký kinh doanh

Thang đo cho các khái niệm được cấu trúc, điều chỉnh lại cho phù hợp với dịch vụ ĐKKD dựa trên công trình nghiên cứu của Rodriguez & ctg (2009); P Moura E SÁ, O Sintra (2011) và Cronin & Taylor (1992), có bổ sung thêm một số biến quan sát theo kết quả nghiên cứu định tính, sử dụng thang điểm Liker 5 bậc.

Tổng cộng có 28 biến quan sát, bao gồm " Tính hữu hình", (5 biến); "Độ tin cậy", (8 biến); "Đáp ứng", (6 biến); "Năng lực phục vụ", (4 biến); "Thái độ ứng xử", (5 biến).

b. Thang đo sự hài lòng của khách hàng

Nghiên cứu sử dụng các công cụ được cung cấp bởi Schneider và Bower, (1995) để đánh giá sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ĐKKD. Ký hiệu là "HL", bao gồm 3 biến quan sát. Trong đó, 01 biến quan sát đo lường sự cảm nhận hài lòng về CLDV ĐKKD, 01 biến quan sát đo lường cảm nhận về CLDV nhận được so với sự mong đợi của khách hàng và 01 biến quan sát đo lường tổng quát về sự hài lòng dịch vụ.

2.4. NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG

2.4.1. Thiết kế nghiên cứu định lượng

Đối với khảo sát định lượng, cần thu thập những thông tin sau:

Thông tin về mối quan hệ giữa người được phỏng vấn với Sở KH & ĐT Đà Nẵng.

Thông tin về dịch vụ mà khách hàng đã sử dụng: Chất lượng cảm nhận có được sau khi sử dụng dịch vụ.

Thông tin về CLDV ĐKKD bao gồm: (1) Tính hữu hình; (2) Sự tin cậy (2) Sự đáp ứng, (3) Năng lực phục vụ, (4) Thái độ ứng xử.

Thông tin khác: Trình độ, vị trí công việc, loại hình doanh nghiệp.

2.4.2. Thiết kế mẫu

Khung chọn mẫu là những người trực tiếp nộp hồ sơ và nhận kết quả ĐKKD tại Sở KH & ĐT Đà Nẵng.

Đề tài này thực hiện chọn mẫu ngẫu nhiên phi xác suất.

Phân loại đối tượng cần khảo sát: Trình độ, vị trí công việc, loại hình DN.

Số lượng mẫu cần thiết có thể là 200 mẫu.

2.4.3. Thiết kế bảng câu hỏi

Nội dung bảng câu hỏi gồm 4 phần chính như sau:

Phần I: Giới thiệu mục đích nghiên cứu.

Phần II: Bao gồm những câu hỏi sàng lọc, kiểm tra đối tượng đã sử dụng dịch vụ, mối quan hệ với Sở KH & ĐT Đà Nẵng.

Phần III: Bao gồm những câu hỏi về các tiêu chí chất lượng và đánh giá mức độ hài lòng về CLDV.

Phần IV: Bao gồm những câu hỏi về nhân khẩu học, phân loại khách hàng theo trình độ chuyên môn, vị trí công tác, loại hình doanh nghiệp với thang đo định danh.

2.4.4. Phương pháp thu thập dữ liệu

Thu thập dữ liệu đánh giá các tiêu chí CLDV bằng việc sử dụng bảng câu hỏi chính thức để phỏng vấn khách hàng.

2.4.5. Phương pháp phân tích dữ liệu

Nghiên cứu đã sử dụng nhiều công cụ để phân tích dữ liệu: Thống kê mô tả các yếu tố, tần số và tỉ lệ phân trăm thông tin mẫu. Kiểm định thang đo bằng hệ số tin cây Cronback Alpha. Sử dụng phân tích nhân tố khám phá EFA. Sau đó, sẽ kiểm tra độ thích hợp của mô hình, xây dựng phương trình hồi quy bội, kiểm định các giả thuyết.

CHƯƠNG 3
KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. KHÁI QUÁT VỀ MẪU

3.1.1. Thông tin mẫu

Tổng số bảng câu hỏi phát ra là 200 mẫu, thu về 194 mẫu và các mẫu thu về đều hợp lệ. Đặc điểm mẫu quan sát như sau: Phần lớn các doanh nghiệp đến làm việc với Sở KH & ĐT Đà Nẵng là các công ty TNHH 2 thành viên trở lên (35,6%), công ty cổ phần (27,8%) và công ty TNHH MTV (26,3%). Những người đến làm việc đa số có trình độ đại học (71%) và chủ doanh nghiệp là người đến làm việc lên đến 78%.

3.1.2. Kiểm định phân phối chuẩn về mẫu

Trị trung bình (mean) = 3.5034, trung vị (mediane) = 3.3333 và độ xiên (skewness) = -0.328. Trong phân phối này, trị số trung bình và trung vị gần bằng nhau và độ xiên dao động từ -1 đến +1, vì vậy được coi như có phân phối chuẩn.

3.2. KIỂM ĐỊNH ĐỘ TIN CẬY CỦA THANG ĐO

3.2.1. Cronbach alpha cho thang đo chất lượng dịch vụ đăng ký kinh doanh

Thành phần thang đo tính hữu hình được đưa vào để phân tích EFA bao gồm 4 chỉ báo: HH1, HH2, HH3, HH4 với alpha là .763.

Đối với thành phần đáp ứng (DU) bao gồm 5 chỉ báo: DU14, DU15, DU16, DU17, DU18 với alpha là .674.

Đối với thành phần thái độ ứng xử (UX) bao gồm 3 chỉ báo: UX24, UX25, UX28 với alpha là .791.

Đối với thành phần độ tin cậy (TC) và năng lực phục vụ (PV) không có chỉ báo nào bị loại, cụ thể Cronbach alpha của độ tin cậy là .715 và năng lực phục vụ là .726.

3.2.2. Cronbach alpha cho thang đo sự hài lòng của khách hàng

Thang đo sự hài lòng của khách hàng có Cronbach alpha đạt yêu cầu (.718), vì vậy các chỉ báo của thang đo này đều được sử dụng trong phân tích nhân tố khám phá EFA.

3.3. PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHÁM PHÁ EFA

3.3.1. Phân tích nhân tố khám phá EFA cho thang đo chất lượng dịch vụ

Phân tích nhân tố khám phá được tiến hành với phương pháp rút trích nhân tố được sử dụng là Principal Component và phép quay Varimax.

Kết quả này cho thấy, một số biến quan sát trong 4 thành phần ban đầu được nhóm gộp thành các nhân tố mới hoàn toàn. Trong đó, nhóm nhân tố F1 được đặt tên là "thái độ ứng xử và đúng thời gian", nhóm nhân tố F2 được đặt tên là "tính hữu hình và quy trình", nhóm nhân tố F3 được đặt tên là "tin cậy và đáp ứng", nhóm nhân tố F4 được đặt tên là "khiếu nại".

Bốn nhóm nhân tố này được phân tích độ tin cậy Cronbach Alpha lần thứ 2 để đảm bảo tính chính xác của thang đo sau cùng. Quá trình tính lại độ tin cậy cho thấy kết quả được chấp nhận ở cả bốn nhóm nhân tố.

Như vậy, thang đo CLDV sau khi đánh giá độ tin cậy bao gồm 4 thành phần và 19 chỉ báo.

Bảng 3.11: Tổng hợp các nhóm nhân tố cuối cùng:

Stt	Chỉ báo	Nội dung
Thành phần "thái độ ứng xử và đúng thời gian" gồm 6 chỉ báo sau:		
1	PV20	Chuyên viên có khả năng giải quyết hồ sơ nhanh chóng, chính xác, đúng thời gian qui định.

Stt	Chỉ báo	Nội dung
2	DU15	Hồ sơ của khách hàng luôn được giải quyết đúng hẹn.
3	TC8	Đảm bảo thời gian làm việc đúng quy định.
4	UX24	Chuyên viên có thái độ cư xử lịch sự, tôn trọng khách hàng.
5	UX25	Chuyên viên nhiệt tình với khách hàng.
6	UX28	Khách hàng thường không phải trả thêm các khoản chi phí không chính thức khi giao dịch.
Thành phần "tính hữu hình và quy trình" gồm 5 chỉ báo sau:		
7	TC7	Quy trình xử lý hồ sơ nhanh gọn.
8	TC6	Thực hiện đúng quy trình đã được công khai.
9	HH1	Nơi làm thủ tục ĐKKD được bố trí thuận tiện, sạch sẽ, thoáng mát.
10	HH2	Nơi đậu xe và chỗ ngồi chờ được bố trí đầy đủ, tạo sự thoải mái.
11	HH3	Thiết bị văn phòng, bàn ghế, máy móc hiện đại, đầy đủ.
Thành phần "Tin cậy và đáp ứng" gồm 5 chỉ báo sau:		
12	DU16	Thời gian chờ đến lượt chấp nhận được.
13	DU14	Thời gian tư vấn cho một thủ tục ĐKKD nhanh chóng.
14	TC11	Thông báo nhanh chóng bằng văn bản cho khách hàng nếu hồ sơ bị bổ sung, sửa đổi.
15	TC10	Các thông báo, thủ tục hành chính được công bố công khai, đầy đủ, rõ ràng, dễ dàng tiếp cận tìm hiểu.
16	TC12	Khi hồ sơ chưa đầy đủ, hợp lệ, chuyên viên sẽ hướng dẫn đầy đủ, rõ ràng bằng phiếu hướng dẫn.
Thành phần "khiếu nại" gồm 3 chỉ báo sau:		
17	DU18	Chuyên viên không bao giờ tỏ ra quá bận rộn để không đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

Stt	Chỉ báo	Nội dung
18	DU17	Sẵn sàng đáp ứng, giải quyết mọi khiếu nại, thắc mắc của khách hàng
19	TC9	Quan tâm và giải quyết thỏa đáng khi khách hàng có khiếu nại

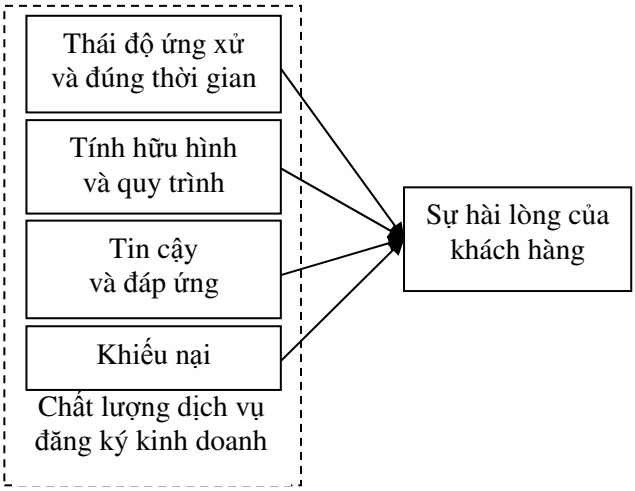
3.3.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA cho thang đo sự hài lòng của khách hàng

Kết quả kiểm định KMO và Bartlett's trong phân tích nhân tố cho thấy hệ số KMO là 0.652 (>0.5) với mức ý nghĩa bằng 0 (sig = 0.000). Điều này cho thấy rằng phân tích nhân tố EFA là rất thích hợp với mẫu nghiên cứu này.

Phương pháp rút trích nhân tố Principal Component và phép quay Varimax đã trích được 1 nhân tố với hệ số tải factor loading của các nhân tố đều cao, eigenvalue 1.928 với phương sai trích 64.264%.

3.4. MÔ HÌNH HIỆU CHỈNH

Mô hình nghiên cứu ban đầu được hiệu chỉnh lại như sau:



Hình 3.1: Mô hình nghiên cứu được hiệu chỉnh

Các giả thiết ban đầu cũng được phát biểu lại như sau:

H1: Mức độ cảm nhận thái độ ứng xử và đúng thời gian càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

H2: Mức độ cảm nhận về tính hữu hình và quy trình càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

H3: Mức độ cảm nhận về tin cậy và đáp ứng càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

H4: Mức độ cảm nhận về khiếu nại càng cao thì sẽ làm gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

3.5. PHÂN TÍCH HỒI QUY ĐA BIẾN

3.5.1. Xem xét ma trận tương quan giữa các nhân tố

Dựa vào bảng phân tích kết quả tương quan ta thấy sự hài lòng của khách hàng có tương quan đến tất cả các nhân tố F1, F2, F3, F4.

3.5.2. Hệ số hồi quy

Kết quả phân tích hồi quy bội cho thấy chỉ có ba nhóm nhân tố F1, F2, F3 là có ảnh hưởng đến sự hài lòng. F4 có Sig. là .088 (>.05) nên không có ảnh hưởng đến sự hài lòng. Phương trình hồi quy được viết như sau:

SHL = .915 +.207 F1 + .185 F2 + .200 F3

Các hệ số Beta chuẩn hóa đều dương cho thấy các biến độc lập tác động thuận chiều với sự hài lòng. Kết quả này cũng khẳng định các giả thuyết nêu ra trong mô hình nghiên cứu được chấp nhận và được kiểm định phù hợp.

3.5.3. Kiểm định các giả thuyết của mô hình

Từ kết quả của hồi quy bội, có thể thấy ba giả thuyết ban đầu là H1, H2 và H3 được kiểm định thành công. Riêng H4, kết quả hồi quy bội cho thấy giả thuyết này bị bác bỏ.

3.5.4 Kiểm định sự phù hợp của mô hình

Đánh giá độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính bội

R^2 điều chỉnh là 0.3 cho thấy bốn biến "thái độ ứng xử và đúng thời gian", "tính hữu hình và quy trình", "tin cậy và đáp ứng", "khiếu nại" giải thích được 30% biến Sự hài lòng (SHL).

R^2 điều chỉnh bằng 0.3 là tương đối thấp. Điều này cho thấy mô hình giải thích chưa được đầy đủ, chắc rằng có nhiều yếu tố khác tác động mạnh đến cảm nhận về sự hài lòng của khách hàng.

Kiểm định độ phù hợp của mô hình

Căn cứ bảng phân tích phương sai ta thấy rằng trị thống kê F = 21.673 và giá trị sig. = 0.000 < 0.05 (α=0.05). Vì vậy, ta bác bỏ Ho và chấp nhận H1 điều này có nghĩa rằng mô hình hồi quy bội vừa xây dựng là phù hợp với tổng thể nghiên cứu và có thể được sử dụng; các biến đều đạt được tiêu chuẩn chấp nhận (Tolerance > 0,0001) (Xem bảng 3.15).

3.5.5 Kiểm định sự tự tương quan và đa cộng tuyến

Dựa vào kết quả phân tích hồi quy ở tiêu chí Collinearity diagnostics (chuẩn đoán hiện tượng đa cộng tuyến) với hệ số phóng đại phương sai VIF (Variance inflation factor) của các biến độc lập trong mô hình đều bé (VIF > 10 thì có đa cộng tuyến) thể hiện tính đa cộng tuyến của các biến độc lập là không đáng kể và các biến trong mô hình được chấp nhận.

Sau cùng, hệ số Durbin Watson dùng để kiểm định tương quan chuỗi bậc nhất cho thấy mô hình không vi phạm khi sử dụng phương pháp hồi quy bội vì giá trị d đạt được là 1,884 (gần bằng 2) và chấp nhận giả thuyết không có sự tương quan chuỗi bậc nhất trong mô hình.

3.6. PHÂN TÍCH KẾT QUẢ THỐNG KÊ MÔ TẢ SAU PHÂN TÍCH HỒI QUY

3.6.1. Phân tích thống kê mô tả thang đo chất lượng dịch vụ sau phân tích hồi quy

Kết quả thống kê mô tả các biến quan sát về CLDV ĐKKD cho thấy đa số các tiêu chí được khách hàng đánh giá ở mức bình thường (3) đến đồng ý (4).

Giá trị trung bình thấp nhất là 3.2835 và cao nhất là 3.8557 cho thấy giá trị trung bình của tất cả các biến đ57ều rơi vào vùng đánh giá chỉ ở mức độ trung bình.

Độ lệch chuẩn nằm từ 0.7 đến 0.9 cho thấy đánh giá của khách hàng đối với các tiêu chí của CLDV tương đối đồng nhất.

Thành phần "thái độ ứng xử và đúng thời gian"

Phân tích mô tả các chỉ báo của thành phần "thái độ ứng xử và đúng thời gian" cho thấy: Khách hàng đánh giá trung bình khá thành phần này của Sở KH & ĐT Đà Nẵng với giá trị trung bình đạt 3.7603. Trong thành phần này, khách hàng vẫn chưa hài lòng với Sở KH & ĐT Đà Nẵng ở thời gian giải quyết hồ sơ và thái độ phục vụ cũng không được đánh giá tốt, chỉ ở mức trung bình khá. Ngoài ra, yếu tố đặc biệt UX28 về khoản phí trả thêm khi thực hiện giao dịch cũng bị đánh giá không cao từ phía khách hàng. Trước tiên, ta cần làm rõ nguyên nhân của những sự hạn chế này:

Thứ nhất, số lượng giao dịch quá đông và hồ sơ quá nhiều, trong khi lực lượng nhân sự lại không đảm bảo được số lượng để phục vụ liên tục khách hàng.

Thứ hai, về việc phải trả các khoản phí không chính thức có thể do nhiều nguyên nhân như: Công tác tuyên truyền phổ biến về biểu phí mới chưa thực sự rộng rãi trên các phương tiện thông tin khiến cho

nhiều khách hàng dễ hiểu nhầm Sở KH & ĐT thu thêm phí. Ngoài ra, xuất phát từ tâm lý muốn nhanh, muốn sớm của khách hàng, nên có trường hợp khách hàng đưa thêm các khoản phí không chính thức cho hồ sơ của mình được nhanh hơn.

Thứ ba, về thời gian làm việc, do lượng hồ sơ quá lớn, chuyên viên nhiều khi không tiếp kịp trong ngày, vì vậy các khách hàng đến vào lúc giờ muộn, gần tan sở thì giao dịch sẽ trễ hoặc phải chờ đến ngày mai.

Thành phần "tính hữu hình và quy trình"

Kết quả thống kê mô tả cho thấy thành phần này đạt giá trị trung bình là 3.5990. Trong nhân tố này, hai chỉ báo thấp nhất đều thuộc về quy trình hồ sơ.

Đối với nhóm chỉ báo về tính hữu hình, khách hàng đánh giá cao hơn. Đây có thể xuất phát từ việc Sở KH & ĐT Đà Nẵng chuyển sang làm việc tại Trung tâm Hành chính mới của thành phố với cơ sở vật chất và trang thiết bị hiện đại hơn.

Thành phần "tin cậy và đáp ứng"

Kết quả thống kê mô tả cho thấy thành phần này đạt giá trị trung bình là 3.3856 thấp nhất trong 4 thành phần thang đo CLDV ĐKKD. Trong thành phần này ở nhóm đáp ứng, chỉ báo "thời gian chờ đến lượt chấp nhận được" được đánh giá ở mức thấp là 3.3814. Kết quả này cho thấy khả năng đáp ứng dịch vụ với số lượng người đến làm việc đông tại Sở KH & ĐT Đà Nẵng là chưa đảm bảo yêu cầu. Khách hàng còn phải chờ đợi lâu. "Thời gian tư vấn cho một thủ tục đăng ký kinh doanh" cũng chỉ được đánh giá ở mức trung bình là 3.4175, như vậy có thể thấy mô hình kết hợp chuyên viên của Sở đảm nhận cả hai quy trình tư vấn trực tiếp, tiếp nhận hồ sơ và trả kết quả vẫn chưa phải là một mô hình có hiệu quả cao.

Ở nhóm tin cậy thì chỉ báo "khi hồ sơ chưa đầy đủ, hợp lệ, chuyên viên sẽ hướng dẫn đầy đủ, rõ ràng bằng phiếu hướng dẫn" bị đánh giá thấp nhất với mức trung bình đạt 3.2835. Vì vậy, chuyên viên Sở KH & ĐT Đà Nẵng nên trợ giúp và hướng dẫn khách hàng khi hồ sơ có thiếu sót, chưa đầy đủ. Chỉ báo "Các thông báo, thủ tục hành chính được công bố công khai, đầy đủ, rõ ràng, dễ dàng tiếp cận tìm hiểu" được đánh giá trung bình ở mức 3.3814, đây cũng không phải là mức cao, như vậy các kênh và phương pháp thông báo các thủ tục đến khách hàng vẫn chưa phát huy được hiệu quả. Vì vậy, Sở nên có kế hoạch để tìm kiếm các kênh, cách thức truyền thông tốt hơn, để khách hàng dễ tiếp cận hơn.

Thành phần "khiếu nại"

Đây là thành phần duy nhất không ảnh hưởng đến sự hài lòng, đây có thể xuất phát từ tâm lý "ngại khiếu nại" khi làm việc với cơ quan công quyền ở Việt Nam. Trên thực tế các vụ việc khiếu nại tại Sở KH & ĐT Đà Nẵng cũng rất thấp, vì vậy yếu tố này tuy là thành phần của thang đo CLDV, tuy nhiên không ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng.

Kết quả thống kê mô tả 3 chỉ báo của thành phần này có mức đánh giá trung bình đạt khoảng 3.6. Đây cũng chỉ là mức trung bình khá, trong đó chỉ báo "Chuyên viên không bao giờ tỏ ra quá bận rộn để không đáp ứng yêu cầu của khách hàng", tuy là số lượng khách hàng đông, dẫn đến việc đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách hàng đối với chuyên viên gặp nhiều khó khăn, tuy nhiên chuyên viên cũng nên tỏ thái độ quan tâm đến khách hàng.

3.6.2 Phân tích kết quả thống kê mô tả về mức độ hài lòng của khách hàng

Kết quả thống kê mô tả mức độ hài lòng của khách hàng

không cao, chỉ ở mức trung bình khá, ba chỉ báo đều có giá trị trung bình gần nhau lần lượt là HL29 (3.5206), HL30 (3.4381), HL 31 (3.5515).

3.6.3 Ảnh hưởng của các yếu tố mẫu

Giả thuyết Ho: Có sự khác biệt giữa các nhóm "loại hình doanh nghiệp", "trình độ khách hàng" và "vị trí công tác" trong việc đánh giá về sự hài lòng của khách hàng đối với CLDV ĐKKD.

Kết quả phân tích Anova cho thấy giả thuyết Ho bị bác bỏ (sig. > .05). Do đó, ta có thể kết luận không có sự khác biệt trong việc đánh giá sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ ĐKKD ở các nhóm loại hình doanh nghiệp, trình độ khách hàng và vị trí công tác khác nhau.

CHƯƠNG 4
KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

4.1. KẾT LUẬN

Về mặt nghiên cứu, nghiên cứu này góp phần khẳng định các thành phần CLDV không ổn định, tùy thuộc vào lĩnh vực nghiên cứu.

Về mặt ý nghĩa thực tiễn, nghiên cứu này giúp Sở KH & ĐT Đà Nẵng có cái nhìn cụ thể và toàn diện hơn về quá trình cung cấp dịch vụ của mình.

Ngoài ra, nghiên cứu này còn là cơ sở cho Sở KH & ĐT Đà Nẵng xây dựng một công cụ hoàn chỉnh hơn để đo lường định kỳ mức độ hài lòng của khách hàng.

4.2. HÀM Ý CHÍNH SÁCH NHẰM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĐĂNG KÝ KINH DOANH TẠI SỞ KẾ HOẠCH VÀ ĐẦU TƯ TP. ĐÀ NẴNG

4.2.1 Kiến nghị chung

❖ Thay đổi từ tư duy về chất lượng tốt thành chất lượng tuyệt vời.

❖ Chất lượng không chỉ thể hiện ở kết quả dịch vụ mà chất lượng có trong mọi thứ liên quan.

❖ Quản trị chất lượng không nên là sự biệt lập mang tính chức năng, mà nên là nhiệm vụ chung của tập thể.

❖ Không nên coi khắc phục dịch vụ là một vấn đề mà nên xem đó là một cơ hội để đáp ứng vượt quá mong đợi của khách hàng và rút kinh nghiệm.

❖ Tuyệt đối không được để sai sót xảy ra, cần phải cung cấp dịch vụ đúng như đã hứa, có độ tin cậy cao.

❖ Cần phải thiết kế hệ thống dịch vụ phù hợp và tập trung vào quá trình cung ứng dịch vụ.

❖ Xây dựng chiến lược chăm sóc khách hàng thành công.

4.2.2 Kiến nghị cụ thể

Kiến nghị nâng cao "thái độ ứng xử và đúng thời gian"

Đối với thành phần này mấu chốt để cải thiện chính là năng lực và kỹ năng của chuyên viên.

Thứ nhất, phải có chuyên viên lâu năm, có kinh nghiệm được bố trí thường trực tại khu vực một cửa, điều này sẽ giúp giám sát cũng như hỗ trợ kịp thời các chuyên viên trẻ trong công tác.

Thứ hai, các chuyên viên trẻ phải được thường xuyên trao dồi, nâng cao năng lực chuyên môn.

Ngoài ra, cần phải hiện tại hóa hơn nữa trong hệ thống thông

tin để giảm thời gian giải quyết hồ sơ của khách hàng đúng hẹn.

Kiến nghị nâng cao "tính hữu hình và quy trình"

Đối với quy trình xử lý hồ sơ, cần phải nghiên cứu các kênh khác để thông tin về quy trình đến được với khách hàng nhiều nhất có thể. Cách thức trình bày quy trình phải dễ hiểu, dễ tiếp cận để tất các các khách hàng có thể hiểu và dễ nắm bắt.

Nhóm các chỉ báo về tính hữu hình được đánh giá cao cũng là điều dễ hiểu vì trung tâm hành chính mới được khánh thành và đưa vào sử dụng không lâu nên trang thiết bị hiện đại và sạch sẽ. Tuy nhiên, do tập trung tất cả các sở ban ngành nên số lượng khách hàng rất đông, khoản cách từ khu vực để xe đến phòng một cửa cũng xa nên yếu tố này chưa được đánh giá cao.

Kiến nghị nâng cao "độ tin cậy và đáp ứng"

Thời gian chờ đợi là công đoạn "ngán ngẩm" nhất của khách hàng, để khách hàng hài lòng hơn khi chờ, có thể bố trí thêm sạp báo, các văn bản quy phạm pháp luật mới, máy vi tính kết nối mạng để khách hàng có thể tra cứu thông tin cần thiết; ngoài ra nên bố trí thêm nước uống, bánh kẹo để khách hàng có cảm giác dễ chịu hơn khi ngồi chờ. Nên ứng dụng hệ thống xếp hàng trực tuyến để khách hàng có thể bốc số thứ tự tại nhà và đến lúc hẹn khách hàng chỉ việc đến nộp hồ sơ.

Kiến nghị thành phần "khiếu nại"

Tâm lý ngại khiếu nại có lẽ là nguyên nhân chính cho việc nhân tố này không ảnh hưởng đến sự hài lòng, tuy nhiên một điều nên lưu ý là khi phát sinh khiếu nại, chuyên viên phải được đào tạo kỹ lưỡng trong cách ứng xử đầu tiên với khách. Chuyên viên nên được trang bị các khóa huấn luyện kỹ năng giao tiếp.

4.3. NHỮNG ĐÓNG GÓP, HẠN CHẾ VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO

4.3.1 Các đóng góp của nghiên cứu

- Góp phần bổ sung vào hệ thống lý thuyết về đo lường chất lượng dịch vụ công;

- Mô hình này trở thành công cụ quan trọng đối với Sở KH & ĐT Đà Nẵng trong việc xác định các yếu tố cấu thành nên CLDV ĐKKD, đồng thời đo lường được mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ ĐKKD đang cung cấp hiện nay;

- Nghiên cứu đã mạnh dạn ứng dụng mô hình SERVPERF – một biến thể của mô hình SERVQUAL – để đánh giá chất lượng dịch vụ, mặc dù mô hình này vẫn chưa phổ biến lắm vì sức ảnh hưởng của mô hình SERVQUAL quá lớn.

4.3.2 Các hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

- Nghiên cứu được kế thừa từ các nghiên cứu khác về phương pháp nghiên cứu và các thành phần chất lượng dịch vụ công, vì vậy, việc sai sót bỏ qua các yếu tố cần thiết cho việc đánh giá CLDV ĐKKD là điều không thể tránh khỏi. Hơn nữa, nghiên cứu chỉ đánh giá thang đo bằng phương pháp hệ số tin cậy Cronbach Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA. Ở các nghiên cứu tiếp theo, các phương pháp phân tích hiện đại nên được áp dụng như mô hình cấu trúc tuyến tính SEM…

- Cuối cùng, nghiên cứu này chỉ xem xét, đánh giá CLDV thông qua sự thỏa mãn của khách hàng, trong khi đó có nhiều yếu tố khác có thể giải thích cho sự hài lòng của khách hàng. Vấn đề này đưa ra một hướng nghiên cứu nữa cho các nghiên cứu tiếp theo.