

PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI DÂN ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN CỦA ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH THỪA THIÊN HUẾ

● NGUYỄN QUỐC KHÁNH

TÓM TẮT:

Nghiên cứu xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ (CLDV) công trực tuyến của Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế thông qua khảo sát trực tiếp người dân. Các thang đo được xây dựng bằng kiểm định hệ số Cronbach's Alpha, phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA và hồi quy tương quan. Kết quả cho thấy CLDV, nhận thức của người dân, tính bảo mật ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến. Dựa trên kết quả này, tác giả đưa ra một số bàn luận và hàm ý quản trị cho các nhà nghiên cứu, cũng như các nhà làm chính sách trong việc nâng cao sự hài lòng của người dân cũng như thu hút thêm sự tham gia của người dân.

Từ khóa: sự hài lòng của người dân, chất lượng dịch vụ công trực tuyến, Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế.

1. Đặt vấn đề

Trước yêu cầu của cuộc cách mạng 4.0, Chính phủ Việt Nam đang tăng cường công tác cải cách hành chính, đặc biệt là dịch vụ công trực tuyến nhằm nâng cao hiệu quả, hiệu lực quản lý nhà nước, tại Nghị quyết số 36 của Bộ Chính trị đã nêu rõ đến năm 2020: “Triển khai có hiệu quả chương trình cải cách hành chính, gắn kết chặt chẽ với việc xây dựng chính phủ điện tử và cung cấp dịch vụ công trực tuyến ở mức độ cao vào trong nhiều lĩnh vực”.

So với việc thực hiện dịch vụ hành chính công truyền thống, việc sử dụng dịch vụ công trực tuyến

có những lợi ích sau: cung cấp các dịch vụ công trực tuyến là một nội dung quan trọng trong tiến trình cải cách hành chính triển khai Chính phủ điện tử. Điều đó không những tạo điều kiện cho nhân dân và doanh nghiệp mà còn giảm áp lực giấy tờ công việc lên các cơ quan quản lý nhà nước. Với sự phát triển của công nghệ thông tin, việc cung cấp thông tin về trạng thái hiện tại của quy trình là hoàn toàn có thể. Với tính ưu việt nêu trên, chứng tỏ việc cung cấp các dịch vụ công trực tuyến được xem là khâu quan trọng trong tiến trình cải cách hành chính và triển khai Chính phủ điện tử.

Tuy nhiên, để có thể so sánh, xác định được khoảng cách đó cần phải có những tiêu chí đánh giá cụ thể, cách thức thu thập thông tin và đo lường kết quả một cách khoa học, hợp lý. Thông qua việc thu thập, tổng hợp những cảm nhận và đánh giá của tổ chức, công dân đã trực tiếp sử dụng dịch vụ và hỗ trợ công tác nghiên cứu thông qua việc cung cấp những dữ liệu, thông tin khách quan về những thành công và hạn chế trong việc cung ứng dịch vụ hành chính công, từ đó có thể nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ công một cách hiệu quả.

Xuất phát từ những lý do nêu trên, tác giả quyết định thực hiện nghiên cứu đề tài: “Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ công trực tuyến của Ủy ban Nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế”.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng

CLDV và sự hài lòng khách hàng là hai yếu tố quan trọng quyết định đến sự thành công của một doanh nghiệp. Hai yếu tố này tưởng chừng như khác nhau nhưng lại có mối quan hệ gắn bó, tác động qua lại lẫn nhau.

CLDV là nhân tố tác động nhiều nhất đến sự hài lòng của khách hàng (Cronin & Taylor, 1992). Nếu nhà cung cấp dịch vụ đem đến cho khách hàng những sản phẩm có chất lượng thỏa mãn nhu cầu của họ thì doanh nghiệp đó bước đầu đã làm khách hàng hài lòng.

Hài lòng của khách hàng xem như kết quả, CLDV xem như là nguyên nhân, hài lòng có tính chất dự báo, mong đợi, CLDV là một chuẩn lý tưởng. Sự thỏa mãn khách hàng là một khái niệm tổng quát, thể hiện sự hài lòng của họ khi tiêu dùng một dịch vụ. Trong khi đó, CLDV chỉ tập trung vào các thành phần cụ thể của dịch vụ (Zeithalm & Bitner, 2000). Tuy giữa CLDV và sự hài lòng có mối liên hệ với nhau nhưng có ít nghiên cứu tập trung vào việc kiểm định mức độ giải thích của các thành phần CLDV đối với sự hài lòng, đặc biệt đối với từng ngành dịch vụ cụ thể (Lassar et. al., 2000).

Cronin & Taylor (1992) đã kiểm định mối quan hệ này và kết luận cảm nhận CLDV dẫn đến sự thỏa mãn khách hàng. Các nghiên cứu đã kết luận, CLDV là tiền đề của sự thỏa mãn và là nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến sự thỏa mãn (Nguyễn Thị Mai Trang, 2006).

Tóm lại, CLDV là nhân tố tác động nhiều đến sự hài lòng của khách hàng. Nếu nhà cung cấp dịch vụ đem đến cho khách hàng những sản phẩm có chất lượng thỏa mãn nhu cầu của họ thì họ đã bước đầu làm cho khách hàng hài lòng. Do đó, muốn nâng cao sự hài lòng khách hàng, nhà cung cấp dịch vụ phải nâng cao CLDV.

2.2. Dịch vụ công trực tuyến

Theo Điều 3, Luật Thương mại năm 2005 thì cung ứng dịch vụ là hoạt động thương mại, theo đó một bên (gọi là bên cung ứng dịch vụ) có nghĩa vụ thực hiện dịch vụ cho một bên khác và nhận thanh toán; bên sử dụng dịch vụ (sau đây gọi là khách hàng) có nghĩa vụ thanh toán cho bên cung ứng dịch vụ và sử dụng dịch vụ theo thỏa thuận.

Có thể khái quát hiểu chung về cung ứng dịch vụ công trực tuyến tại địa bàn cấp tỉnh là hoạt động thường xuyên của cơ quan nhà nước địa bàn cấp tỉnh, nhằm cung cấp các dịch vụ công thông qua môi trường mạng cho các cá nhân, tổ chức có nhu cầu và nhận các khoản lệ phí nộp vào ngân sách nhà nước theo quy định pháp luật, cá nhân, tổ chức sử dụng dịch vụ theo quy trình, thủ tục của cơ quan nhà nước và có nghĩa vụ thanh toán lệ phí theo quy định của pháp luật.

2.3. Mô hình nghiên cứu lý thuyết

Kế thừa nghiên cứu trong lĩnh vực hành chính công trực tuyến tại Jordan của Ali et. al. (2013) và tại Việt Nam của Phương Thảo và Văn Anh (2020) để đánh giá chất lượng dịch vụ công trực tuyến tại tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu với mong muốn đánh giá hiệu quả chất lượng dịch vụ công trực tuyến đã mang lại sự hài lòng của người dân như thế nào và đáp ứng được mục tiêu Chính phủ đề ra hay chưa.

Mô hình chú ý có 5 yếu tố có ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ công trực tuyến: an toàn và riêng

tư, lòng tin, khả năng tiếp cận, nhận thức về dịch vụ công trực tuyến, chất lượng dịch vụ công trực tuyến. (Sơ đồ 1)

2.4. Phương pháp nghiên cứu

Xác định các biến đo lường: nghiên cứu sơ bộ nhằm xác định các yếu tố và các thuộc tính đo lường. Nghiên cứu sử dụng phương pháp thu thập thông tin thứ cấp, kết hợp với kỹ thuật phỏng vấn các cán lãnh đạo, quản lý và đặc biệt là các cán bộ thuộc Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế để xác định các yếu tố trong mô hình nghiên cứu. Tiếp theo, nghiên cứu tiến hành tiến hành thảo luận nhóm mục tiêu (focus group) gồm 5 người dân đã từng sử dụng dịch vụ công trực tuyến. Cuối cùng, để hiệu chỉnh thang đo và hoàn chỉnh bảng câu hỏi chính thức cho bước sau, nghiên cứu đã phỏng vấn trực tiếp 133 người dân đã từng sử dụng dịch vụ công trực tuyến.

Mẫu và thông tin mẫu: được chọn theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện trên địa bàn Thừa Thiên Huế. Theo Hair et. al. (1998) để có thể phân tích nhân tố khám phá cần thu thập dữ liệu với kích thước mẫu là ít nhất 5 mẫu trên một biến quan sát. Mô hình nghiên cứu có số biến quan sát là 22. Nếu theo tiêu chuẩn 5 mẫu cho một biến quan sát thì kích thước mẫu cần thiết là $n = 5 \times 22 = 110$. Nghiên cứu quyết định phát 150 bảng hỏi để đạt được kích thước mẫu mong muốn và kết quả thu được 133 mẫu hợp lệ được sử dụng làm dữ liệu nghiên cứu.

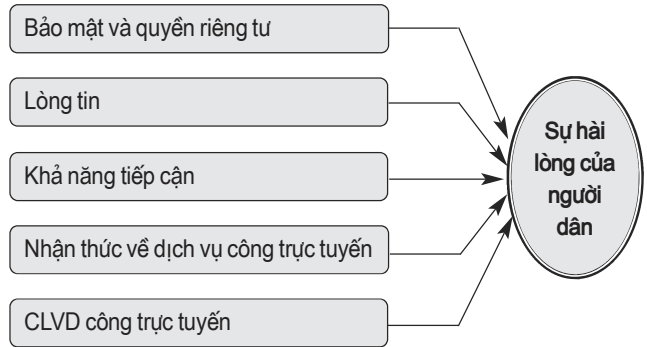
Thu thập và phân tích dữ liệu: nghiên cứu tiến hành thu thập số liệu và phân tích số liệu bằng phần mềm SPSS 20.0, tiến hành kiểm định thang đo thông qua các bước: hệ số tin cậy Cronbach’s Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích hồi quy.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Đặc điểm của mẫu nghiên cứu

Bảng 1 cho thấy tất cả người dân đều đang sử dụng dịch vụ công trực tuyến tại Thừa Thiên Huế

Sơ đồ 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả tổng hợp và đề xuất

Bảng 1. Đặc điểm của mẫu nghiên cứu

Thông tin	Các tiêu chí	Tần số (Người)	Phần trăm (%)
Giới tính	Nam	63	47,4
	Nữ	70	52,6
Độ tuổi	Dưới 22	14	10,5
	Từ 22 đến dưới 40	33	24,8
	Từ 40 đến dưới 60	53	39,8
	Trên 60	33	24,8
Trình độ học vấn	Từ PTTH trở xuống	14	10,5
	Trung cấp, cao đẳng	39	29,3
	Đại học	53	39,8
	Sau Đại học	27	20,3

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2024

có trình độ cao đủ để thực hiện các dịch vụ công trực tuyến.

3.2. Kiểm định độ tin cậy của các biến số phân tích

Nghiên cứu tiến hành kiểm định hệ số tin cậy Cronbach’s Alpha với các thành phần thuộc 3 thang đo. Kết quả kiểm định cho thấy (Bảng 2): tất cả các thành phần trong các thang đo đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 nên được chấp nhận. Ngoài ra, các hệ số Cronbach Alpha đều lớn hơn 0,7 nên các thành phần trong các thang đo đều có độ tin cậy cao, là những thang đo lường tốt.

Bảng 2. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Thang đo	Mã hóa	Số biến quan sát	Hệ số tương quan biến tổng		Cronbach's Alpha
			Lớn nhất	Nhỏ nhất	
Tính bảo mật và quyền riêng tư	BM	4	0,642	0,489	0,741
Lòng tin	LT	5	0,520	0,460	0,738
Nhận thức về dịch vụ công	TTNT	4	0,662	0,490	0,772
Khả năng tiếp cận	KNTC	5	0,770	0,721	0,789
Chất lượng dịch vụ công	TTCLDV	4	0,623	0,481	0,755
Sự hài lòng	SHL	3	0,681	0,626	0,791

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2024

3.3. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Kết quả EFA đối với thang đo các biến độc lập: có hệ số KMO là 0,750 và kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (sig. = 0,000 < 0,05) và phương sai rút trích là 62,302% (> 50%) đạt yêu cầu (Hair et. al., 1998). Thang đo bao gồm 5 thành phần (nhận thức, lòng tin, khả năng tiếp cận, chất lượng dịch vụ và bảo mật) và 22 biến quan sát (Bảng 3).

Kết quả EFA đối với thang đo sự hài lòng: kiểm định KMO và Bartlett's Test trong phân tích nhân tố có hệ số KMO phù hợp (bằng 0,705 lớn hơn 0,5) và kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (sig. = 0,000 < 0,05) cho thấy phân tích nhân tố EFA đối với thang đo này là phù hợp (Hair et al, 1998).

3.4. Phân tích hồi quy

Tác giả đã sử dụng mô hình quy tuyến tính bội với phương pháp Regression Stepwise. Kết quả cho thấy thống kê F =28,916 giá trị Sig = 0.000 (<0.05). Như vậy, mô hình hồi quy tuyến tính bội xây dựng phù hợp với dữ liệu. Đồng thời, hệ số xác định R bình phương hiệu chỉnh bằng 0,388 chứng minh cho sự phù hợp của mô hình, tức là 3 nhân tố (Bảng 4) giải thích được

Bảng 3. Kết quả phân tích nhân tố khám phá

Biến quan sát	Thành phần				
	1	2	3	4	5
NT4	0,747				
NT2	0,745				
NT1	0,710				
NT5	0,695				
NT3	0,575				
LT4		0,790			
LT5		0,747			
LT1		0,639			
LT3		0,635			
LT2		0,559			
KNTC2			0,813		
KNTC3			0,774		
KNTC4			0,747		
KNTC1			0,669		
CLDV2				0,849	
CLDV4				0,789	
CLDV1				0,656	
CLDV3				0,616	
BM3					0,832
BM1					0,694
BM2					0,691
BM4					0,600

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2024

Bảng 4. Kết quả phân tích hồi quy nhóm yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig
	B	Độ lệch chuẩn	Beta		
(Constant)	0,295	0,428	-	0,690	0,492
NT	0,368	0,078	0,344	4,721	0,000
CLDV	0,436	0,089	0,350	4,877	0,000
KNTC	0,191	0,073	0,185	2,608	0,010

Nguồn: Số liệu điều tra năm 2024

38,8% biến động sự hài lòng của người dân khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến. Trong đó, yếu tố chất lượng dịch vụ thể hiện sự tác động mạnh nhất với hệ số beta chuẩn hóa là 0,350.

4. Kết luận

Nghiên cứu cũng đã xác định được 3 yếu tố tạo tác động sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ công trực tuyến tại Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế: chất lượng dịch vụ, nhận thức và khả năng tiếp cận. Qua mô hình nghiên cứu cho thấy nhân tố chất lượng dịch vụ và nhận thức là 2 nhân

tố có tác động quan trọng nhất trong việc nâng cao đến sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ công trực tuyến. Do đó, Ủy ban nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế cần quan tâm hơn nữa đến 2 nhân tố này, vì mỗi người dân khi sử dụng dịch vụ đều mong muốn thực hiện các thủ tục một cách tiện lợi và nhanh chóng, để thực hiện, cũng như tiếp cận đầy đủ các thông tin và tiện ích từ dịch vụ công trực tuyến. Do đó, nhân tố chất lượng dịch vụ và nhận thức về dịch vụ có sự tác động lớn hơn các nhân tố khác ■

Lời cảm ơn:

Chúng tôi chân thành cảm ơn Ban giám hiệu Trường Đại học Kinh tế - Đại học Huế, Ban chủ nhiệm cùng toàn thể giáo viên khóa Quản trị Kinh doanh; lãnh đạo, cán bộ nhân viên của Ủy ban nhân dân Thừa Thiên Huế; gia đình và bạn bè đã tạo mọi điều kiện để tôi có thể hoàn thành nghiên cứu này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Thị Mai Trang (2006). Chất lượng dịch vụ, sự thỏa mãn và lòng trung thành của khách hàng siêu thị tại Thành phố Hồ Chí Minh. Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ, 9(10), 57-70.
2. Nguyễn Thị Phương Thảo và Nguyễn Văn Anh (2021). Đánh giá sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ công trực tuyến - Góc nhìn từ những người đã sử dụng dịch vụ. Tạp chí Khoa học Thương mại - Trường Đại học Thương mại, 149+150, 156-160.
3. Ali Alawneh, Hasan Al-Refai, Khaldoun Batiha (2013). Measuring user satisfaction from e- Government services: Lessons from Jordan. Government Information Quarterly, 30, 277-288.
4. Cronin J. & A. Taylor (1992). Measuring Service Quality - A Reexamination And Extension. Journal of Marketing, 56, 55-68.
5. Gronroos, C. (1990). Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition. Lexington Books, Lexington, Kentucky, USA.
6. Hair, Jr. J.F, Anderson, RE., Tatham, R.L. & Black, W.C. (1998). Multivariate Data Analysis. Prentical-Hall International, Inc., USA.

7. Lassar, W., Mittal, B. and Sharma, A. (1995). Measuring Customer-Based Brand Equity. *Journal of Consumer Marketing*, 12, 11-19.
8. Zeithalm, V.A & Bitner (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Irwin McGraw-Hill, USA.

Ngày nhận bài: 18/3/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 31/3/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 21/4/2024

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN QUỐC KHÁNH

Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế - Đại học Huế

**ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING LOCAL PEOPLE'S
SATISFACTION ON THE QUALITY OF ONLINE PUBLIC
SERVICES QUALITY OF THE PEOPLE'S COMMITTEE
OF THUA THIEN HUE PROVINCE, VIETNAM**

● Master. **NGUYEN QUOC KHANH**
Faculty of Business Administration,
University of Economics - Hue University

ABSTRACT:

The study examines factors affecting local people's satisfaction on the quality of online public services quality of the People's Committee of Thua Thien Hue Province. Scales were assessed the reliability of scales (Cronbach's Alpha coefficient) and designed by Exploratory Factor Analysis (EFA) and correlation regression. Results suggested that service quality, people's awareness, and security have positive impacts on local people's satisfaction.

Key words: local people's satisfaction, online public service quality.