CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KIỂM ĐỊNH CÔNG TẠI TỈNH BÌNH DƯƠNG

TS. Nguyễn Minh Hà[1]
ThS. Bùi Thanh Việt[2]

TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm tìm ra các thành phần của chất lượng dịch vụ kiểm định cỏ ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi họ vào kiểm định tại trung tâm kiểm định ở Tỉnh Bình Dương, từ đó kiến nghị các chính sách để cải tiến chất lượng dịch vụ kiểm định nhằm mang lại sự hài lòng của chủ phương tiện về chất lượng dịch vụ kiểm định, nâng cao chất lượng phương tiện tham gia giao thông, giảm thiểu tai nạn giao thông đường bộ do chất lượng kiểm định gây ra. Nghiên cứu được thực hiện bằng thiết kế bảng câu hỏi và điều tra trực tiếp khách hàng. Mẫu nghiên cứu gồm 353 khách hàng trả lời hợp lệ. Nghiên cứu khám phá (EFA) cho thấy một số biến trong yếu tố năng lực và thái độ phục vụ, một số yếu tố trong biến cơ sở vật chất, một số yếu tố trong biến trang thiết bị và một số yếu tố trong biến tiêu chuẩn và quy trình thẩm định có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ kiểm định. Kết quả hồi quy cho thấy biến năng lực và thái độ phục vụ của Trung tâm và biến tiêu chuẩn và quy trình thẩm định có ý nghĩa thống kê và có mối quan hệ cùng chiều với sự hài lòng khách hàng.

ABSTRACT

This research aims at finding out the components of accreditation service quality influencing the satisfation of customers when they use the service at the accreditation center in Binh Duong province. Then, the research recommends some policies to improve accreditation service quality in order to satify the customers, advance the quality of means of transportation, minimize traffic accidents caused by the accreditation service quality. The research used questionnaires and direct investigation. Study samples include 353 customers whose answers are appropriate. Exploring research (EFA) shows that some features involving ability and serving attitude, ones related to facilities and materials, and some in standard vatiables and accreditation process influence on the satisfation of the customers. The regression results show that capacities and attitudes of the center and standard variables and assessment procedures have statistical significance and have a positive relationship with the satisfaction of customers.

1. Giới thiệu.

Cùng với sự tăng trưởng kinh tế của cả nước, tốc độ gia tăng các phương tiện cơ giới đường bộ tại các địa phương cũng tăng lên rất nhanh. Song song với việc gia tăng số lượng phương tiện, nhu cầu kiểm định phương tiện cơ giới đường bộ cũng tăng theo. Theo thống kê của Cục đăng kiểm Việt Nam thì số lượng phương tiện vào kiểm định trên cả nước là 1.137.933 xe/năm 2009 và hàng năm tăng thêm từ 10-15% (Chủ yếu là ở các địa phương như: Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Đồng Nai, Bình Dương), trong khi đó trên cả nước chỉ có 88 trung tâm kiểm định xe cơ giới với 161 dây chuyền kiểm định (Báo cáo công tác đăng kiểm xe cơ giới, 2009). Đặc biệt do lượng

[1]*Trưởng Khoa Đào tạo sau Đại học Trường Đại học Mở TPHCM*

[2]*Phó Trưởng phòng Nghiệp Vụ đăng kiểm, Trung tâm đăng kiểm xe cơ giới tỉnh Bình Dương*

phương tiện tập trung hoạt động chủ yếu ở các tỉnh, thành lớn, nên có những thời điểm lượng xe vào kiểm định rất cao, vượt quá mức kiểm định cho phép dẫn đến hiện tượng phải xếp hàng chờ đợi. Đây chính là cơ hội cho các hành vi tiêu cực nhằm hạ thấp tiêu chuẩn hoặc bỏ qua các khiếm khuyết của phương tiện. Nhằm đáp ứng nhu cầu kiểm định xe cơ giới một ngày càng tăng, ngày 16/05/2005 Bộ trưởng Bộ giao thông vận tải ban hành Quyết định số 1658/QĐ-BGTVT về việc phê duyệt đề án "Xã hội hoá công tác đăng kiểm xe cơ giới đang lưu hành" với mục đích phá thế độc quyền trong lĩnh vực đăng kiểm xe cơ giới, nhằm tạo ra sự cạnh tranh lành mạnh và đem lại sự thuận lợi, hài lòng của khách hàng về công tác đăng kiểm.

Hiện tại đã có 9 trung tâm tư nhân với 18 dây chuyền trên cả nước được thành lập và đi vào hoạt động (Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương, Bà Rịa Vũng Tàu, Buôn Mê Thuộc, Gia Lai) và đã góp phần giảm bớt tình trạng quá tải như hiện nay. Như vậy khách hàng sẽ có sự chọn lựa khác nhau khi vào kiểm định và các Trung tâm ở những địa phương được xã hội hóa sẽ có sự cạnh tranh để thu hút lượng phương tiện vào kiểm định nhằm tối đa hóa doanh thu.

Chất lượng dịch vụ là yếu tố quan trọng giúp thỏa mãn khách hàng tốt hơn. Do đó, mục tiêu của nghiên cứu này nhằm khám phá các thành phần của chất lượng dịch vụ kiểm định cỏ ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi họ vào kiểm định, từ đó kiến nghị các chính sách để cải tiến chất lượng dịch vụ kiểm định nhằm mang lại sự hài lòng của chủ phương tiện về chất lượng dịch vụ kiểm định, nâng cao chất lượng phương tiện tham gia giao thông, giảm thiểu tai nạn giao thông đường bộ do chất lượng kiểm định gây ra. Các phần tiếp theo của bài viết này gồm: (1) cơ sở lý thuyết, (2) phương pháp và kết quả nghiên cứu, (3) kiến nghị giải pháp.

2. Cơ sở lý thuyết.

2.1. Dịch vụ công.

Theo Nguyễn Hữu Hải (2010), thuật ngữ dịch vụ công (public service) được sử dụng rộng rãi ở các nước phát triển từ những năm 1980, song mới được sử dụng rộng rãi ở Việt Nam trong những năm gần đây. Có nhiều quan điểm khác nhau về dịch vụ công, tuy nhiên có thể hiểu "dịch vụ công là hoạt động phục vụ các nhu cầu chung thiết yếu, quyền và nghĩa vụ cơ bản của công dân do các cơ quan nhà nước thực hiện hoặc ủy nhiệm cho các tổ chức phi nhà nước". Với khái niệm này, dịch vụ công bao gồm dịch vụ hành chính công và dịch vụ công cộng. Dịch vụ hành chính công liên quan đến việc phục vụ các quyền và nghĩa vụ cơ bản của công dân và phục vụ hoạt động quản lý nhà nước, nên về cơ bản dịch vụ này do cơ quan nhà nước các cấp thực hiện. Còn dịch vụ công cộng là hoạt động phục vụ các nhu cầu chung thiết yếu của công dân (cá nhân, tổ chức) nên có thể do các cơ quan nhà nước thực hiện hoặc ủy nhiệm cho các tổ chức phi nhà nước thực hiện.

Hiện nay, khái niệm dịch vụ công ở nước ta vẫn còn nhiều ý kiến khác nhau. Tuy nhiên, nhiều văn bản quy phạm pháp luật đã quy định vấn đề dịch vụ công trong chức năng, nhiệm vụ của các cơ quan trong bộ máy hành chính nhà nước, như Luật Tổ chức Chính phủ 2001, Điều 8 ghi các nhiệm vụ của Chính phủ mục 4 viết "Thống nhất quản lý việc xây dựng, phát triển kinh tế quốc dân, phát triển văn hoá, giáo dục, y tế, khoa học và công nghệ, các dịch vụ công…"; hoặc Điều 22 viết "Bộ, cơ quan ngang bộ là cơ quan của Chính phủ, thực hiện chức năng quản lý nhà nước đối với ngành hoặc lĩnh vực công tác trong phạm vi cả nước; quản lý nhà nước các dịch vụ công thuộc ngành, lĩnh vực.

Như vậy có thể khẳng định, dịch vụ công là một hoạt động thuộc phạm vi chức năng, nhiệm vụ của bộ máy hành chính

nhà nước. Nói chung, mặc dù có nhiều cách tiếp cận khái niệm, thuật ngữ dịch vụ công dưới các góc độ khác nhau, nhưng về cơ bản đều thống nhất tương đối ở các đặc điểm sau của dịch vụ công:

• Là một loại dịch vụ do Nhà nước (cơ quan hành chính, đơn vị sự nghiệp của Nhà nước) trực tiếp thực hiện hoặc ủy quyền cho các tổ chức, đơn vị ngoài Nhà nước thực hiện dưới sự giám sát của Nhà nước.

• Nhằm đáp ứng nhu cầu xã hội, nhân dân (những nhu cầu tối thiểu, thiết yếu).

• Nhà nước là người chịu trách nhiệm đến cùng trước nhân dân, xã hội về chất lượng dịch vụ cũng như số lượng dịch vụ. Trách nhiệm ở đây thể hiện qua việc hoạch định chính sách, thể chế pháp luật, quy định tiêu chuẩn chất lượng, thanh tra, kiểm tra giám sát việc thực hiện.

• Không nhằm mục tiêu lợi nhuận.

• Đối tượng thụ hưởng dịch vụ công không trực tiếp trả tiền (đã trả qua hình thức thuế), tuy nhiên có những trường hợp phải trả lệ phí theo quy định chặt chẽ của pháp luật.

Tóm lại, dịch vụ công là dịch vụ do Nhà nước trực tiếp đảm nhận việc cung ứng hay ủy nhiệm cho các cơ sở ngoài Nhà nước thực hiện nhằm bảo đảm trật tự và công bằng xã hội phục vụ các lợi ích chung thiết yếu, các quyền và nghĩa vụ cơ bản của các tổ chức và công dân.

Ở Việt Nam, khái niệm dịch vụ công bao hàm ba nhóm dịch vụ chủ yếu. Một là, nhóm dịch vụ hành chính công, các dịch vụ thuộc nhóm này hầu hết là dịch vụ công cộng thuần túy; hai là, nhóm dịch vụ xã hội cơ bản hay dịch vụ xã hội thiết yếu, đây là những dịch vụ công cộng không thuần túy, phần lớn chỉ thỏa mãn tiêu chí không cạnh tranh trong tiêu dùng (ví dụ: giáo dục, đào tạo, y tế, văn hóa…); ba là, nhóm dịch vụ công ích bao gồm những dịch vụ công cộng không thuần túy, phần lớn chỉ thỏa mãn tiêu chí không loại trừ trong tiêu dùng (ví dụ: vệ sinh môi trường, cấp thoát nước, giao thông công cộng, đăng kiểm …).

2.2. Sự hài lòng của khách hàng.

Có rất nhiều quan điểm khác nhau về sự hài lòng của khách hàng. Theo Oliver (1997), sự hài lòng của khách hàng là sự mong đợi trước và sau khi mua một sản phẩm hay một dịch vụ. Còn Kotler (2001), cho rằng sự thoả mãn của khách hàng là mức độ trạng thái cảm giác của khách hàng khi so sánh giá trị nhận được từ sản phẩm mà khách hàng cảm nhận được với kỳ vọng của họ về sản phẩm đó. Nói một cách khác, có thể hiểu sự thoả mãn của khách hàng là sự phản ứng của người tiêu dùng với việc được đáp ứng những mong muốn của họ (Oliver,1997). Định nghĩa này có ý rằng sự thỏa mãn chính là hài lòng của khách hàng khi tiêu dùng một sản phẩm đáp ứng trên và dưới mức mong muốn. Sự thỏa mãn của khách hàng mang tính quyết định đến thành công và thất bại của một tổ chức kinh doanh.

Theo Kotler & Keller (2006), sự thỏa mãn là mức độ của trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh nhận thức về một sản phẩm so với mong đợi của người đó. Theo đó, sự thỏa mãn có ba cấp độ sau: i) Nếu nhận thức của khách hàng nhỏ hơn kỳ vọng thì khách hàng cảm nhận không thỏa mãn. ii) Nếu nhận thức bằng kỳ vọng thì khách hàng cảm nhận thỏa mãn. iii) Nếu nhận thức lớn hơn kỳ vọng thì khách hàng cảm nhận là thỏa mãn hoặc thích thú.

2.3. Chất lượng dịch vụ và chất lượng dịch vụ công.

Đánh giá chất lượng dịch vụ không dễ dàng, cho đến nay còn rất nhiều tranh cãi giữa các nhà lý thuyết cũng như các nhà nghiên cứu trong việc định nghĩa, đánh giá chất lượng dịch vụ. Tuy nhiên, sau đây là định nghĩa và phương pháp đánh giá chất lượng được các nhà nghiên cứu hay đề cập trong các nghiên cứu của mình.

Chất lượng dịch vụ được xem như khoảng cách giữa mong đợi về dịch vụ và nhận thức của khách hàng khi sử dụng dịch vụ (Parasurman, Zeithaml and Berry, 1985 và 1988). Nhiều nhà nghiên cứu đã cố gắng định nghĩa và đo lường chất lường dịch vụ. Lehtinen & Lehtinen (1982) cho rằng chất lượng dịch vụ phải được đánh giá trên hai khía cạnh: (1) quá trình cung cấp dịch vụ và (2) kết quả của dịch vụ. Gronroos (1984) cũng đề nghị hai thành phần của chất lượng dịch vụ: (1) chất lượng kỹ thuật, là những gì mà khách hàng nhận được và (2) chất lượng chức năng, diễn giải dịch vụ được cung cấp như thế nào.

Parasuman & ctg (1988) là những người đi tiên phong trong nghiên cứu chất lượng dịch vụ bằng sử dụng nghiên cứu định tính và định lượng để xây dựng và kiểm định thang đo các thành phần của chất lượng dịch vụ (thang đo SERVQUAL). Thang đo SERVQUAL được điều chỉnh và kiểm định ở nhiều loại hình dịch vụ khác nhau và được kết luận là phù hợp cho mọi loại hình dịch vụ. Cuối cùng thang đo SERVQUAL bao gồm 22 biến để đo lường năm thành phần của chất lượng dịch vụ. Đây là mô hình phổ biến nhất trong việc nghiên cứu về chất lượng dịch vụ, vì vậy nghiên cứu tập trung vào mô hình này và các mô hình hiệu chỉnh từ nó.

Việc đánh giá chất lượng dịch vụ công thường dựa trên các qui định, qui chế của các đơn vị công đưa ra. Điều này dẫn đến việc kết quả mang tính chủ quan, không chính xác và không mang tính khoa học. Nghiên cứu của Nguyễn Quang Thu & ctg (2008) cho thấy chất lượng dịch vụ hành khách công cộng gồm 6 yếu tố chính đó là: thái độ phục vụ của tài xế và tiếp viên, phương tiện xe buýt, năng lực phục vụ , sự an toàn, trạm dừng, bố trí, khai thác trạm dừng và có 4 yếu tố của thang đo chất lượng dịch vụ xe buýt ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đó là: phương tiện xe buýt, thái độ phục vụ, trạm dừng, sự an toàn. Nghiên cứu của Lê Xuân Mỹ (2008) đánh giá sự thỏa mãn của khách hàng về chất lượng dịch vụ hành chính công trong lĩnh vực hải quan cho thấy sự thỏa mãn của khách hàng gồm 5 yếu tố: Mức độ tin cậy, mức độ đáp ứng, năng lực phục vụ, mức độ đồng cảm và mức độ hiện đại, trong đó 2 yếu tố mức độ đồng cảm và mức độ hiện đại có ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng dịch vụ. Theo Nguyễn Thị Nhàn (2006) có 5 yếu tố của chất lượng dịch vụ hành chính công ảnh hưởng đến sự thỏa mãn của người dân gồm: Cơ sở vật chất, năng lực nhân viên, thái độ phục vụ, sự tin cậy và môi trường làm việc. Trong đó yếu tố năng lực và thái độ phục vụ của nhân viên làm việc tại các dịch vụ hành chính công có ảnh hưởng nhiều nhất đến mức độ thỏa mãn của người dân.

2.4. Mô hình nghiên cứu đề nghị và các giả thuyết.

Parasuraman & ctg (1994) liên tục kiểm định thang đo và xem xét các lý thuyết khác nhau và cho rằng thang đo SERVQUAL là thang đo đạt độ tin cậy và giá trị. Thang đo này được điều chỉnh và kiểm định ở nhiều loại hình dịch vụ khác nhau và được kết luận là phù hợp cho mọi loại hình dịch vụ. Do đó thang đo SERVQUAL có thể áp dụng để đánh giá sự hài lòng của khách hàng trong khu vực công, cụ thể là khu vực có thu như lĩnh vực kiểm định xe cơ giới.

Mô hình nghiên cứu đề nghị dựa vào và kế thừa mô hình nghiên cứu của Nguyễn Thị Nhàn (2006) và Lê Xuân Mỹ (2008), vì cả hai mô hình này phản ánh cơ bản chất lượng dịch vụ hành chính công của Việt Nam ở từng lĩnh vực cụ thể. Tuy nhiên việc kế thừa không hoàn toàn mà cần phải có những điều chỉnh và bổ sung thêm các thành phần cấu thành chất lượng dịch vụ kiểm định tại Việt Nam do chất lượng dịch vụ khác nhau ở từng loại dịch vụ, từng thị trường, môi trường văn hóa, điều kiện phát triển ở từng nước. Sử dụng

phương pháp kết hợp, khám phá trong quá trình thảo luận nhóm. Thông qua việc thảo luận nhóm sẽ đánh giá chất lượng dịch vụ kiểm định bao gồm những thành phần nào. Nghiên cứu định tính thông qua việc thảo luận nhóm tập trung.

Kết quả nghiên cứu định tính và kế thừa các nghiên cứu trước cho thấy chất lượng dịch vụ kiểm định gồm các thành phần sau:

1. *Cơ sở vật chất*: Đáp ứng được yêu cầu về nhà xưởng, bãi đỗ xe, thiết bị và dụng cụ kiểm định, có trang bị các phòng làm thủ tục trước khi đăng ký kiểm định và sau kiểm định. Có sách báo và nước uống phục vụ cho khách hàng trong khi chờ kết quả kiểm định.

2. *Năng lực phục vụ*: Trình độ, kinh nghiệm của nhân viên nghiệp vụ, đăng kiểm viên có khả năng đáp ứng được các tiêu chuẩn chuyên môn, nghiệp vụ. Kiến thức chuyên môn của đăng kiểm viên, nhân viên nghiệp vụ làm cho khách hàng tin tưởng.

3. *Thái độ phục vụ*: Thái độ giao tiếp và cách ứng xử của cán bộ công nhân viên tại Trung tâm đối với khách hàng. Thể hiện sự quan tâm và sẵn sàng phục phục khách hàng.

4. *Sự chính xác*: Thực hiện việc kiểm định một cách chính xác, kịp thời, phù hợp, kịp thời, theo các qui trình, qui phạm của Cục đăng kiểm Việt Nam.

5. *Thông tin chung*: Các thông tin về nội dung, quy trình, tiêu chuẩn, quy định, phí, lệ phí và thời gian làm việc.

Từ đó đưa ra các giả thuyết được phát biểu như sau :

H1 - Cơ sở vật chất: Cơ sở vật chất có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng. Cơ sở vật chất của Trung tâm càng tốt thì sự hài lòng của khách hàng càng cao và ngược lại.

H2 - Năng lực phục vụ: Năng lực phục vụ có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng. Năng lực phục vụ của Trung tâm càng cao thì sự hài lòng của khách hàng càng cao và ngược lại.

H3 - Thái độ phục vụ: Thái độ phục vụ có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng. Thái độ phục vụ của Trung tâm càng tốt thì sự hài lòng của khách hàng càng cao và ngược lại.

H4 - Sự chính xác: Sự chính xác có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng. Kết quả kiểm định tại Trung tâm kịp thời, chính xác thì sự hài lòng của chủ khách hàng càng cao và ngược lại.

H5 - Thông tin chung: Thông tin chung có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng. Các thông báo về nội dung, quy trình, tiêu chuẩn, quy định, phí, lệ phí và thời gian làm việc rõ ràng, làm cho khách hàng dễ hiểu, dễ nắm bắt thì sự hài lòng của khách hàng càng cao và ngược lại.

3. Phương pháp và kết quả nghiên cứu.

3.1. Thang đo.

Thang đo chất lượng dịch vụ kiểm định theo mô hình SERVQUAL sau khi hiệu chỉnh bao gồm 5 thành phần với 36 biến quan sát như sau: (1) Cơ sở vật chất (có 14 biến quan sát), (2) Năng lực phục vụ (có 4 biến quan sát), (3)Thái độ phục vụ (có 8 biến quan sát), (4) Sự chính xác (có 5 biến quan sát), (5) Thông tin chung (có 5 biến quan sát). Thang đo mức độ hài lòng của khách hàng gồm 3 biến quan sát.

Thang đo Linkert 5 bậc được sử dụng: bậc 1 tương ứng với mức độ hoàn toàn không đồng ý và bậc 5 tương ứng với mức độ hoàn toàn đồng ý.

3.2. Mẫu nghiên cứu.

Thông tin được thu thập thông qua bảng câu hỏi điều tra các khách hàng khi họ vào kiểm định tại 02 cơ sở của Trung tâm (6101S và 6102S). Kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp các khách hàng khi họ đang chờ nhận kết quả kiểm định để thu thập số liệu. Mẫu được chọn theo phương pháp thuận tiện. Tổng số bảng câu hỏi phát ra

là 400 bảng, thu về được 380 bảng (chiếm 95%). Sau khi sàng lọc các bảng câu hỏi qua hai bước thì có 27 bảng bị loại (chiếm 6.75%), còn lại 353 bảng (chiếm 88,25%) được trả lời phục vụ cho quá trình nghiên cứu. Về giới tính cho thấy: khách hàng nam là 304 người (chiếm 86,1%), nữ là 13,9 người (chiếm 13,9%). Tỷ lệ nam và nữ cho thấy có sự chênh lệch giới tính rõ ràng trong tổng số mẫu điều tra. Về độ tuổi cho thấy các khách hàng được điều tra nhiều nhất nằm trong nhóm tuổi từ 36-45 tuổi có 145 khách hàng (chiếm 41,1%), nhóm tuổi từ 26-35 tuổi có 138 khách hàng (chiếm 39,1%), nhóm tuổi 46-60 tuổi có 45 khách hàng (chiếm 12,7%), còn lại nhóm tuổi 18-25 tuổi chỉ có 25 khách hàng (chiếm 7,1%). Về nơi cư trú cho thấy khách hàng ở ngoài tỉnh Bình Dương chiếm nhiều nhất có 75 khách hàng (chiếm 21.2 %), ở thị xã TDM có 67 khách hàng (chiếm 19,0%), Thuận An có 44 khách hàng (chiếm 12.5%), Bến Cát có 42 khách hàng (chiếm 11.9%), Dĩ An có 39 khách hàng (chiếm 11.0%), Tân Uyên có 38 khách hàng (chiếm 10.8%), Dầu Tiếng có 27 khách hàng (chiếm 7.6%), Phú Giáo có 21 khách hàng (chiếm 5.9%). Về trình độ khách hàng: nhóm có trình độ phổ thông trung học gồm 182 khách hàng (chiếm 51,6%), nhóm có trình độ trung cấp, cao đẳng gồm 77 khách hàng (chiếm 21,8%), nhóm có trình độ dưới trung học phổ thông gồm 55 khách hàng (chiếm 15,6%), nhóm có trình độ đại học gồm 28 khách hàng (chiếm 7,9%), nhóm có trình độ trên đại học gồm 11 khách hàng (chiếm 3,1%).

3.3. Phân tích số liệu và kết quả nghiên cứu.

Kết quả kiểm định sơ bộ thang đo chất lượng dịch vụ kiểm định bằng hệ số Cronbach Alpha và phân tích nhân tố cho thấy: có 1 biến quan sát thuộc thành phần cơ sở vật chất bị loại (hệ số tương quan biến tổng bằng 0.274 nhỏ hơn so 0.3). Sau khi loại biến không đạt yêu thì hệ số Cronbach Alpha của thành phần cơ sở vật chất tăng lên từ 0.855 lên 0.857. Như vậy tất cả các thang đo đều phù hợp để tiến hành phân tích nhân tố tiếp theo. Việc biến thuộc thành phần cơ sở vật chất bị loại (Nhân viên Trung tâm được trang bị đồng phục, phù hợp với công tác kiểm định) có thể được giải thích, khi vào kiểm định khách hàng không quan tâm lắm đến việc đồng phục của các nhân viên Trung tâm.

a) Phân tích nhân tố khám phá.

Kết quả phân tích nhân tố khám khá các thành phần của chất lượng dịch vụ kiểm định cho thấy: Với 35 biến quan sát sau 3 vòng phân tích nhân tố có 9 biến bị loại bỏ, còn lại 26 biến và được rút gọn thành 4 nhân tố: (1) Năng lực và thái độ phục vụ, (2) Cơ sở vật chất, (3) Trang thiết bị phục vụ, (4) Tiêu chuẩn và qui trình kiểm định. 4 nhân tố được trích tại Eigenvalue là 1.215 và phương sai trích được là 55.69%.

Bảng 1: Ma trận nhân tố đã xoay trong kết qủa EFA

Mã biến	Diễn giải	Hệ số tải nhân tố			
		1	2	3	4
Nhân tố 1	**Năng lực và thái độ phục vụ**				
NLPV3	Nhân viên trong Trung tâm luôn lịch sự, nhã nhặn với khách hàng	.744			
TDPV6	Khi khách hàng gặp khó khăn khi vào kiểm định, Trung tâm sẵn sàng hướng dẫn, giúp đỡ	.701			
NLPV4	Nhân viên trong Trung tâm có đủ trình độ chuyên môn, nghiệp vụ trả lời các câu hỏi của khách hàng	.688			

TDPV2	Khi vào kiểm định nhân viên của Trung tâm luôn sẵn sàng giúp đỡ cho khách hàng	.679			
TDPV1	Nhu cầu kiểm định của khách hàng được nhân viên của Trung tâm đáp ứng một cách tận tình	.669			
TDPV4	Nhân viên Trung tâm hướng dẫn cho khách hàng về thủ tục, qui trình kiểm định tận tình, vui vẻ.	.669			
TDPV3	Nhân viên Trung tâm phục vụ chu đáo ngay cả vào thời điểm có nhiều phương tiện đến kiểm định	.660			
TDPV5	Nhân viên của Trung tâm hiểu được những nhu cầu đặc biệt và lợi ích của khách hàng	.658			
TDPV8	Phong cách phục vụ của nhân viên Trung tâm chuyên nghiệp, tận tình làm hài lòng khách hàng	.611			
NLPV2	Khách hàng cảm thấy an toàn khi kiểm định phương tiện tại Trung tâm	.597			
Nhân tố 2	**Cơ sở vật chất**				
CSVC2	Mặt bằng Trung tâm có hệ thống thoát nước bảo đảm Trung tâm không bị ngập úng		.795		
CSVC3	Các công đoạn được bố trí hợp lý, thuận tiện cho các đăng kiểm viên thực hiện công việc kiểm định		.686		
CSVC1	Trung tâm có nhà xưởng kiểm tra đảm bảo các yêu cầu kiểm định xe cơ giới		.673		
CSVC5	Nhà văn phòng được bố trí hợp lý, bảo đảm thực hiện tốt việc giám sát công tác kiểm định và thuận tiện cho giao dịch của khách hàng		.635		
CSVC6	Trung tâm có đầy đủ dụng cụ kiểm tra phù hợp với các loại phương tiện khác nhau		.557		
TDPV7	Khi khách hàng có khiếu nại hoặc thắc mắc vấn đề gì thì Trung tâm giải quyết nhanh chóng và kịp thời		.529		
Nhân tố 3	**Trang thiết bị phục vụ**				
CSVC10	Trung tâm có trang bị điện thoại "đường dây nóng" để khách hàng phản ánh những việc làm không đúng theo qui định của Trung tâm			.698	
CSVC12	Trung tâm cung cấp sách báo và nước uống cho khách hàng trong khi chờ nhận kết quả kiểm định			.684	
CSVC14	Trung tâm có thùng thư góp ý đặt tại vị trí thuận tiện cho khách hàng góp ý			.647	
CSVC8	Trung tâm có trang bị máy phát điện để cung cấp điện cho các thiết bị kiểm tra khi có sự cố về điện			.601	
CSVC9	Trung tâm có các dụng cụ phòng cháy chữa cháy được đặt ở vị trí thuận tiện cho việc xử lý khi có sự cố xảy ra			.584	
TTC2	Trung tâm có trang bị các bảng biểu về phí, lệ phí kiểm định theo qui định của Bộ tài chính			.522	
Nhân tố 4	**Tiêu chuẩn và qui trình kiểm định**				
SCX3	Phụ trách dây chuyền cấp chu kỳ kiểm định chính xác theo đúng qui định của Cục đăng kiểm				.681
SCX2	Các đăng kiểm viên thực hiện việc kiểm định không để ra sai sót về mặt kỹ thuật				.622
SCX1	Trung tâm cung cấp dịch vụ kiểm định đúng theo qui trình, qui định của Cục Đăng kiểm				.593
TTC3	Trung tâm có các bảng biểu về tiêu chuẩn kỹ thuật của các hạng mục kiểm tra				.574

Kết quả phân tích EFA cho thấy khái niệm về sự hài lòng chất lượng dịch vụ kiểm định bao gồm 4 nhân tố được rút trích chứ không phải 5 nhân tố như mô hình nghiên cứu đề nghị ban đầu. Vì vậy mô hình nghiên cứu phải được điều chỉnh lại cho phù hợp để thực hiện các bước kiểm định tiếp theo.

Giả thuyết H1': Nhân tố F1 (Năng lực và thái độ phục vụ) có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng.

Giả thuyết H2': Nhân tố F2 (Cơ sở vật chất) có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng.

Giả thuyết H3': Nhân tố F3 (Trang thiết bị phục vụ) có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng.

Giả thuyết H4': Nhân tố F4 (Tiêu chuẩn và qui trình kiểm định) có quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng.

b) Phân tích hồi qui.

Việc xem xét các nhân tố F1,F2,F3,F4 nhân tố nào thực sự tác động đến sự hài lòng của khách hàng sẽ được thực hiện bằng phương pháp hồi qui tuyến tính bội:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 F1 + \beta_2 F2 + \beta_3 F3 + \beta 4 F4 + \varepsilon$$

Trong đó: Y : Sự hài lòng của khách hàng (Biến phụ thuộc)

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Hệ số hồi qui

F1, F2, F3, F4 : Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng (Biến độc lập).

ε : Sai số.

Các biến đưa vào phân tích hồi qui được tính nhân số bằng cách tính trung bình cộng (Mean) của các biến quan sát thuộc nhân tố đó.

Phân tích hồi qui được thực hiện bằng phương pháp hồi qui tổng thể các biến. Kết quả hồi qui của sự hài lòng của khách hàng cho ở bảng 2 như sau:

Bảng 2: Phân tích hồi qui sự hài lòng của khách hàng

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.747	.240		3.115	.002
	F1- Năng lực và thái độ phục vụ	.509	.064	.454	7.981	.000
	F2 - Cơ sở vật chất	-.036	.050	-.039	-.715	.475
	F3 - Trang thiết bị phục vụ	-.095	.058	-.076	-1.627	.105
	F4 - Tiêu chuẩn và qui trình kiểm định	.446	.061	.377	7.316	.000
R						.697[a]
R Square						.486
Adjusted R Square						.480
Std. Error of the Estimate						.46939
Change Statistics	R Square Change					.486
	F Change					82.282
	df1					4
	df2					348
	Sig. F Change					.000

a. Predictors: (Constant), F1: Năng lực và thái độ phục vụ, F2: Cơ sở vật chất, F3:Trang thiết bị phục vụ, F4: Tiêu chuẩn và qui trình kiểm định

Có hai biến độc lập F2 (Cơ sở vật chất) và F3 (Trang thiết bị phục vụ) có giá trị Sig > 0.05, ta có một số nhận xét sau:

- Về cơ sở vật chất và trang thiết bị phục vụ của các Trung tâm đều phải tuân thủ qui định về "Điều kiện đối với Trung tâm đăng kiểm phương tiện giao thông cơ giới đường bộ" tại thông tư số 11/2009/ TT-BGTVT ngày 24 tháng 6 năm 2009 của Bộ giao thông vận tải. Do vậy sự khác biệt giữa các Trung tâm đăng kiểm trên cả nước về cơ sở vật chất và trang thiết bị phục vụ không nhiều.

- Mặt khác kết quả phân tích tương quan cho thấy hệ số tương quan giữa hai biến cơ sở vật chất và trang thiết bị phục vụ và sự hài lòng của khách hàng khá thấp (0.408 và 0.264).

Hai biến độc lập F1 (Năng lực và thái độ phục vụ) và F4 (Tiêu chuẩn và qui trình kiểm định) trong mô hình có quan hệ với biến phụ thuộc Y (Sự hài lòng của khách hàng).

- Hệ số hồi qui (B) thể hiện đúng giả thuyết kỳ vọng, trong đó các biến F1(Năng lực và thái độ phục vụ) , F4 (Tiêu chuẩn và qui trình kiểm định) đều mang dấu (+) thể hiện sự tương quan cùng chiều với biến phụ thuộc (Sự hài lòng của khách hàng), nghĩa là:

+ Khi năng lực và thái độ phục vụ của Trung tâm ngày càng tăng thì sự hài lòng của khách hàng càng tăng.

+ Khi Trung tâm cung cấp dịch vụ kiểm định đúng với những tiêu chuẩn và qui trình kiểm định, các bảng biểu, thông báo rõ ràng thì sự hài lòng của khách hàng càng tăng.

Mô hình sau khi phân tích hồi qui với các biến có ý nghĩa như sau:

$$Y = 0.533 + 0.457*F1 + 0.420*F4$$

hay được viết lại:

Sự hài lòng của khách hàng = 0.533 +0.457 (Năng lực và thái độ phục vụ) +0.420 (Tiêu chuẩn và qui trình kiểm định)

Kết quả từ bảng 2 cho thấy hệ số R^2 hiệu chỉnh là 0.476 nên có thể kết luận mô hình là phù hợp để giải thích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng. Ý nghĩa của hệ số này cho biết, 47,6% sự thay đổi của biến phụ thuộc (Sự hài lòng của khách hàng) được giải thích bởi các biến F1 (Năng lực và thái độ phục vụ) và F4 (Tiêu chuẩn và qui trình kiểm định) trong mô hình hồi qui.

Kiểm tra sự phù hợp của mô hình:

Giả thuyết H_0: $\beta_1 = \beta_4 = 0$ (với β_i lần lượt là hệ số hồi qui của các biến độc lập F1, F4 trong mô hình hồi qui). Bảng 3 phân tích phương sai ANOVA thấy trị thống kê F của mô hình có giá tri Sig =0.00<0.01 nên giả thuyết H_0 bị bác bỏ với độ tin cậy 99%.

Như vậy có thể kết luận rằng, trong mô hình hồi qui các biến độc lập F1(Năng lực và thái độ phục vụ) và F4 (Tiêu chuẩn và qui trình kiểm định) có liên hệ với biến phụ thuộc (Sự hài lòng của khách hàng) và giải thích được sự thay đổi của biến phụ thuộc.

4. Kết luận và một số kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ kiểm định và tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

4.1. Kết luận.

Kết quả nghiên cứu khám phá (EFA) cho thấy các yếu tố trong các biến có tác động đến sự hài lòng của khách hàng gồm:

i) Về năng lực và thái độ phục vụ: Nhân viên trong Trung tâm luôn lịch sự, nhã nhặn với khách hàng; Sẵn sàng hướng dẫn và giúp đỡ khi khách hàng gặp khó khăn khi vào kiểm định; Nhân viên trong Trung tâm có đủ trình độ chuyên môn, nghiệp vụ trả lời các câu hỏi của khách hàng; Khi vào kiểm định nhân viên của Trung tâm luôn sẵn sàng giúp đỡ cho khách hàng; Nhu cầu kiểm định của khách hàng được nhân viên của Trung tâm đáp ứng một cách tận tình; Nhân viên Trung tâm hướng dẫn cho khách hàng về thủ tục, qui trình kiểm định

tận tình, vui vẻ; Nhân viên Trung tâm phục vụ chu đáo ngay cả vào thời điểm có nhiều phương tiện đến kiểm định; Nhân viên của Trung tâm hiểu được những nhu cầu đặc biệt và lợi ích của khách hàng; Phong cách phục vụ của nhân viên Trung tâm chuyên nghiệp, tận tình làm hài lòng khách hàng; Khách hàng cảm thấy an toàn khi kiểm định phương tiện tại Trung tâm.

ii) Về cơ sở vật chất: Mặt bằng Trung tâm có hệ thống thoát nước bảo đảm Trung tâm không bị ngập úng; Các công đoạn được bố trí hợp lý, thuận tiện cho các đăng kiểm viên thực hiện công việc kiểm định; Trung tâm có nhà xưởng kiểm tra đảm bảo các yêu cầu kiểm định xe cơ giới; Nhà văn phòng được bố trí hợp lý, bảo đảm thực hiện tốt việc giám sát công tác kiểm định và thuận tiện cho giao dịch của khách hàng; Trung tâm có đầy đủ dụng cụ kiểm tra phù hợp với các loại phương tiện khác nhau; Khi khách hàng có khiếu nại hoặc thắc mắc vấn đề gì thì Trung tâm giải quyết nhanh chóng và kịp thời.

iii) Về trang thiết bị phục vụ: Trung tâm có trang bị điện thoại "đường dây nóng" để khách hàng phản ánh những việc làm không đúng theo qui định của Trung tâm; Trung tâm cung cấp sách báo và nước uống cho khách hàng trong khi chờ nhận kết quả kiểm định; Trung tâm có thùng thư góp ý đặt tại vị trí thuận tiện cho khách hàng góp ý; Trung tâm có trang bị máy phát điện để cung cấp điện cho các thiết bị kiểm tra khi có sự cố về điện; Trung tâm có các dụng cụ phòng cháy chữa cháy được đặt ở vị trí thuận tiện cho việc xử lý khi có sự cố xảy ra; Trung tâm có trang bị các bảng biểu về phí, lệ phí kiểm định theo qui định của Bộ tài chính.

iv) Về tiêu chuẩn và quy trình thẩm định: Phụ trách dây chuyền cấp chu kỳ kiểm định chính xác theo đúng qui định của Cục đăng kiểm; Các đăng kiểm viên thực hiện việc kiểm định không để ra sai sót về mặt kỹ thuật; Trung tâm cung cấp dịch vụ kiểm định đúng theo qui trình, qui định của Cục Đăng kiểm; Trung tâm có các bảng biểu về tiêu chuẩn kỹ thuật của các hạng mục kiểm tra.

Kết quả hồi quy cho thấy biến năng lực và thái độ phục vụ của Trung tâm và biến tiêu chuẩn và quy trình thẩm định có ý nghĩa thống kê và có mối quan hệ cùng chiều với sự hài lòng khách hàng.

4.2. Một số kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ kiểm định và tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

Về năng lực và thái độ phục vụ.

- CBCNV Trung tâm phải luôn lịch sự nhã nhặn khi tiếp xúc với khách hàng khi vào kiểm định. Thái độ phục vụ tuân thủ qui định về văn hóa công sở nơi làm việc.

- Các khách hàng kiểm định luôn được giúp đỡ, hướng dẫn về các thủ tục, qui trình kiểm định một cách tự nguyện, tận tình, vui vẻ, đặc biệt đối với các khách hàng đi kiểm định lần đầu hay các khách hàng chưa nắm bắt được về các qui trình, thủ tục kiểm định. Các CBCNV phải hiểu được nhu cầu của từng đối tượng khách hàng khác nhau (ví dụ: các khách hàng muốn phương tiện được kiểm định nhanh để họ còn phải làm công việc khác), làm cho họ cảm thấy an toàn và tin tưởng khi vào kiểm định.

- Đặc biệt những thời điểm có nhiều phương tiện vào kiểm định, việc kiểm định phải nhanh gọn, chu đáo, cố gắng không xảy ra ùn tắt các phương tiện trên dây chuyền kiểm định gây khó khăn cho các khách hàng.

- Để thực hiện tốt các việc trên, Ban giám đốc phải quán triệt tinh thần làm việc đến toàn thể CBCNV Trung tâm. Có hình thức khen thưởng và kỷ luật nghiêm minh để tạo động lực trong công việc. Làm cho CBCNV hiểu "Phục vụ cho khách hàng tốt nhất là phục vụ cho chính mình" vì khi đó sẽ thu hút càng nhiều lượng khách vào kiểm định.

- Các CBCNV phải có trình độ chuyên môn, nghiệp vụ để phục vụ công tác kiểm định. Các nhân viên mới sau khi trải qua khóa đào tạo về chuyên môn nghiệp vụ, cần phải có thời gian kèm cặp, thử thách trước khi giao công việc. Đối với các nhân viên cũ, nếu trình độ chuyên môn không phù hợp thì cơ quan có thể cho đi đào tại với việc hỗ trợ một phần kinh phí, hoặc có thể chuyển sang bộ phận khác phù hợp hơn.

- Có các hình thức khen thưởng, kỷ luật nhằm khuyến khích, động viên các nhân viên hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao.

Về tiêu chuẩn và qui trình kiểm định

- Phụ trách dây chuyền soát xét kết quả kiểm định và cấp chu kỳ cho phương tiện phải thật chính xác, đúng theo qui định của Cục đăng kiểm VN.

- Các đăng kiểm viên luôn không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ để thực hiện việc kiểm định chính xác, không xảy ra các sai sót về kỹ thuật trong việc kiểm định.

- Bố trí các đăng kiểm viên có kinh nghiệm phụ trách các công đoạn trọng yếu như: phanh, lái, gầm.

- Công khai các nội dung, qui trình tiêu chuẩn, qui định để cho các khách hàng hiểu và giám sát được quá trình kiểm định phương tiện của mình.

- Thường xuyên duy trì việc kiểm tra, bảo dưỡng, sửa chữa để duy trì độ chính xác, tình trạng hoạt động của thiết bị, dụng cụ kiểm định theo quy định. Báo cáo Cục Đăng kiểm Việt Nam và Sở Giao thông vận tải Bình Dương khi dây chuyền kiểm định ngừng hoạt động để có hướng xử lý cho phù hợp.

- Phối hợp với Sở GTVT và Cục đăng kiểm Việt Nam có kế hoạch kiểm tra năng lực, trình độ chuyên môn định kỳ đối với các nhân viên để giúp họ hoàn thiện những phần còn hạn chế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Báo cáo công tác đăng kiểm xe cơ giới (2009), Cục đăng kiểm Việt Nam.

Báo cáo Số liệu kiểm định xe cơ giới trong giai đoạn 2000-2010 (6/2010), Trung tâm đăng kiểm xe cơ giới tỉnh Bình Dương.

Báo cáo tổng hợp số liệu về phương tiện giao thông trên cả nước (12/2009), Cục đăng kiểm Việt Nam.

Gronroos, C. (1984), *A Service Quality Model and Its Marketing Implications*, European Journal of Marketing, 18 (4): 36-44.

Kotler,P. (2001*), Framework for Marketing Management*, Prentice Hall, Inc.

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

Lehtinen, U & J. R. Lehtinen (1982), *Service Quality: A Study of Quality Dimension,* Working Paper, Service Management Institute, Helsinki, Finland.

Oliver, R.L. (1997), *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer,* McGrawHill, New York.

Lê Xuân Mỹ (2008) *"Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ công tại Cục Hải quan TP Hồ Chí Minh",* Luận văn thạc sĩ kinh tế,Trường Đại học kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.

Luật tổ chức chính phủ (2001).

Nguyễn Hữu Hải (2010*),* Tiêu chí đánh giá chất lượng cung ứng dịch vụ công tạ các cơ quan hành chính nhà nước, *Tạp chí nhà nước*, số 3/2010.

Nguyễn Quang Thu & ctg (2008), *"Đánh giá chất lượng dịch vụ vận tải hành khách công cộng bằng xe buýt và sựu hài lòng của người dân thành phố sử dụng xe buýt trên các tuyến nội thành thành phố Hồ Chí Minh"* Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, mã số B2007-09-27.

Nguyễn Thị Nhàn (2006), *"Đánh giá chất lượng dịch vụ hành chính công trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh"* Luận văn thạc sĩ kinh tế , Trường Đại học kinh tế thành phố Hồ Chí Minh .

Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. & Berry, L. L.(1985), *A conceptual model of service quality and its implication for future reasearch,* Journal of Makerting.

Parasuraman, A. Zeithaml, V.A. & Berry, L. L.(1988), *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing, 64(1):12-40.

Quyết định số 1658/QĐ-BGTVT của Bộ giao thông vận tải về việc phê duyệt đề án "Xã hội hoá công tác đăng kiểm xe cơ giới đang lưu hành (2005).

Quyết định số 134/QĐ-ĐK của Cục đăng kiểm Việt Nam qui định về việc "Đào tạo và bổ nhiệm đăng kiểm viên, nhân viên nghiệp vụ Đăng kiểm xe cơ giới*"*.

Thông tư số 11/2009/TT-BGTVT ngày 24 tháng 6 năm 2010 của Bộ giao thông vận tải qui định điều kiện đối với Trung tâm đăng kiểm phương tiện giao thông cơ giới đường bộ.