

PHÂN TÍCH SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI DÂN ĐỐI VỚI DỊCH VỤ HÀNH CHÍNH CÔNG TẠI ỦY BAN NHÂN DÂN HUYỆN CÀNG LONG, TỈNH TRÀ VINH

● ĐOÀN PHẠM QUANG LÝ

TÓM TẮT:

Dựa vào số liệu khảo sát của 150 quan sát hợp lệ, phương pháp phân tích định lượng EFA và hồi qui được sử dụng. Kết quả đã đem đến một bằng chứng về sự tác động ý nghĩa của các yếu tố: sự tin cậy, sự kính trọng, năng lực phục vụ, cơ sở vật chất, sự đồng cảm có chi phối đến sự hài lòng dịch vụ công của người dân, trong đó, thứ tự ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân tham gia dịch vụ công: Cơ sở vật chất, sự kính trọng, sự tin cậy, năng lực phục vụ và sự đồng cảm. Kết quả nghiên cứu đã mang đến một hàm ý chính sách quan trọng, góp phần tăng thêm tài liệu tham khảo cho các tổ chức công và nhà hoạch định chính sách có liên quan, hướng đến hoàn thiện dịch vụ công phục vụ hiệu quả người dân.

Từ khóa: Dịch vụ công, hài lòng, sự kính trọng, dịch vụ hành chính công.

1. Giới thiệu

Trong những năm gần đây, những nhà hoạch định chính sách đã đẩy mạnh cải cách quản lý nhà nước trên nhiều lĩnh vực, trong đó lĩnh vực hành chính nhà nước là một nhiệm vụ vừa cấp bách vừa lâu dài, để từng bước xây dựng môi trường "nền hành chính nhà nước" trong sạch, vững mạnh, phục vụ đắc lực và thúc đẩy mạnh mẽ công cuộc đổi mới và phát triển đất nước. Vì thế, bên cạnh việc nâng cao chất lượng dịch vụ, Ủy ban nhân dân (UBND) huyện Càng Long cần phải xác định các yếu tố và đo lường được mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ, trong đó có chất lượng dịch vụ hành chính công tại UBND

huyện Càng Long. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất các hàm ý quản trị nhằm giúp nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ, cũng như sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ hành chính công, từ đó tạo sự tin tưởng của người dân đối với cơ quan hành chính nhà nước.

2. Một số khái niệm liên quan dịch vụ công

Theo Zeithaml (2000) giải thích chất lượng dịch vụ là sự đánh giá của khách hàng về tính ưu việt của một dịch vụ. Nó là một dạng của thái độ và các hệ quả từ sự so sánh giữa những gì được mong đợi và nhận thức về những khách hàng nhận được. Theo Wisniewski và Donnelly (2001) chất lượng dịch vụ được định nghĩa bằng nhiều cách khác nhau tùy thuộc vào đối tượng nghiên

cứu, nó thể hiện mức độ mà một dịch vụ đáp ứng được nhu cầu và mong đợi của khách hàng.

Việc cung cấp các dịch vụ công không phải là đặc ân của Nhà nước mang lại cho xã hội, mà nó mang tính chất pháp lý. Dịch vụ công sẽ được đánh giá dựa theo tiêu chí quan trọng là hiệu quả trong việc cung ứng các dịch vụ, đáp ứng nhu cầu của tất cả công dân trong xã hội.

Sự hài lòng của khách hàng

Theo Brown (1992), sự hài lòng của khách hàng là một trạng thái trong đó những gì khách hàng cần, muốn và mong đợi ở sản phẩm và gói dịch vụ được thỏa mãn hay vượt quá sự thỏa mãn, kết quả là có sự mua hàng lặp lại, lòng trung thành của khách hàng với nhà cung cấp dịch vụ.

Sower và cộng sự (2001) đã nghiên cứu chất lượng dịch vụ của bệnh viện công, trong mô hình nghiên cứu, tác giả đã đề xuất về lòng kính trọng phục vụ. Với kết quả phân tích số liệu từ 663 đáp viên tham gia dịch vụ công tại Texas, New York và Pennsylvania ở Mỹ. Tác giả đã khẳng định vai trò của sự kính trọng tác động để hành vi hướng đến tham gia sử dụng dịch vụ công. Mặc dù nghiên cứu của Sower và cộng sự (2001) liên quan đến vấn đề sức khỏe trong sử dụng dịch vụ công, nhưng việc xây dựng thang đo về lòng kính trọng của tác giả sẽ liên quan rất nhiều đến chủ đề của nghiên cứu này. Do vậy, thang đo này là một tham khảo rất quan trọng phục vụ cho nghiên cứu.

Theo Kotlor (2011), sự thỏa mãn hay hài lòng của khách hàng là mức độ của trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh kết quả thu được từ việc tiêu dùng sản phẩm/dịch vụ với những kỳ vọng của khách hàng. Mức độ hài lòng phụ thuộc vào sự khác biệt kết quả thu được từ sản phẩm với những kỳ vọng. Tóm lại, sự hài lòng của khách hàng đối với một dịch vụ là sự phản ứng của khách hàng đối với việc được dịch vụ đó đáp ứng những mong muốn của họ.

Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng

Zenthaun & Bitner (2000), cho rằng sự hài lòng của khách hàng là một khái niệm tổng quát nói lên sự hài lòng của họ khi tiêu dùng một dịch

vụ, trong khi chất lượng dịch vụ chỉ tập trung vào các thành phần cụ thể của dịch vụ. Kết quả nghiên cứu này cho thấy chất lượng dịch vụ chỉ tập trung phản ánh nhận thức của khách hàng về các thành phần cụ thể của chất lượng dịch vụ. Sự hài lòng của khách hàng bao gồm nhiều hơn, nó bị ảnh hưởng bởi nhận thức của khách hàng về chất lượng dịch vụ, chất lượng sản phẩm, giá cả, những nhân tố bên ngoài, và những nhân tố cá nhân. Vậy, chất lượng là nguyên nhân chính tác động đến sự hài lòng của khách hàng.

Theo Cronin và Taylor (1992), Yavas et al (1997), Ahmad và Kamal (2002), chất lượng dịch vụ là nhân tố tác động nhiều nhất 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, doanh nghiệp đó đã bước đầu làm cho khách hàng hài lòng.

Xuất phát từ những luận giải dựa trên các nghiên cứu trước đó được công bố, mô hình nghiên cứu đề xuất được mô phỏng ở Hình 1. Theo mô hình, có 6 giả thuyết được quan tâm trong trường hợp này. Chi tiết các giả thuyết được chỉ ra theo sau.

Các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết H1: Có mối quan hệ tuyến tính giữa sự tin cậy và sự hài lòng dịch vụ công của người dân.

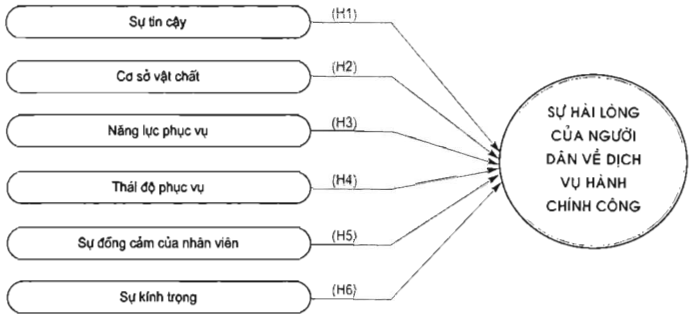
Giả thuyết H2: Có mối quan hệ tuyến tính giữa cơ sở vật chất (bao gồm nơi cung cấp dịch vụ, thiết bị, công cụ thông tin và các phương tiện kỹ thuật khác) và sự hài lòng dịch vụ công của người dân.

Giả thuyết H3: Có mối quan hệ tuyến tính giữa năng lực phục vụ (bao gồm kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ để hoàn thành nhiệm vụ được giao, thái độ phục vụ của cán bộ công chức) và sự hài lòng dịch vụ công của người dân.

Giả thuyết H4: Có mối quan hệ tuyến tính giữa thái độ phục vụ và sự hài lòng dịch vụ công của người dân.

Giả thuyết H5: Có mối quan hệ tuyến tính giữa sự đồng cảm (nói đến sự quan tâm của cán bộ công chức) và sự hài lòng dịch vụ công của người dân.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Giả thuyết H6: Có mối quan hệ tuyến tính giữa sự kính trọng của nhân viên và sự hài lòng dịch vụ công của người dân.

Mô hình được xây dựng ở Hình 1, dựa vào sự kết hợp giữa mô hình nghiên cứu Parasuraman (1985) với mô hình nghiên cứu của Sower và công sự (2001) và mô hình các công trình nghiên cứu của các nghiên cứu trước và kết quả định tính.

3. Kết quả phân tích số liệu

Sau khi tiến hành phỏng vấn 10 chuyên gia trong lĩnh vực hành chính công, kết quả cho thấy, các chuyên gia đều đồng ý với các biến quan sát mà tác giả đã đề cập trong bảng câu hỏi đã được chuẩn bị trước, gồm 6 nhân tố với 28 biến quan sát có ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân. Sau đó khảo sát sơ bộ 30 người dân đã sử dụng dịch vụ hành chính công tại UBND huyện Cần Long, mô hình nghiên cứu đã được xác định. Tiếp theo là khảo sát chính thức phỏng vấn trực tiếp 260 người dân đã sử dụng dịch vụ hành chính công tại UBND huyện Cần Long, số quan sát sau cùng là 250 phiếu khảo sát hợp lệ.

Dựa vào kết quả phân tích hệ số Cronbach's Alpha của các biến độc lập, kết quả sử dụng EFA là 26 biến quan sát của 06 biến độc lập. Qua phân tích nhân tố khám phá EFA có trị số KMO là 0,835 > 0,5 và < 1; giá trị Sig. = 0,000 < 0,05. Với

tổng phương sai trích TVE = 61,272% > 50%, và eigenvalue = 1,381 > 1. Như vậy, theo kết quả của phân tích EFA đối với mô hình này là phù hợp và ma trận xoay của mô hình.

Tiếp theo tiến hành phân tích EFA cho biến phụ thuộc (sự hài lòng người dân). Kết quả phân tích EFA đối với thang đo sự hài lòng cũng được quan tâm. Tiếp theo đó, việc kiểm định giả thuyết được sử dụng hàm hồi quy, kết quả phương trình hồi quy sau khi ước lượng như sau:

$$Y = 0,258 \cdot X1 + 0,281 \cdot X2 + 0,009 \cdot X3 + 0,524 \cdot X4 + 0,105 \cdot X5 + 0,091 \cdot X6$$

$$\begin{aligned} (\text{Sự hài lòng} = & 0,258 \cdot \text{Sự tin cậy} \\ & + 0,281 \cdot \text{Sự kính trọng} \\ & + 0,009 \cdot \text{Thái độ phục vụ} \\ & + 0,524 \cdot \text{Cơ sở vật chất} \\ & + 0,105 \cdot \text{Năng lực phục vụ} \\ & + 0,091 \cdot \text{Sự đồng cảm}). \end{aligned}$$

Kết quả hồi qui cho thấy, các yếu tố độc lập có hệ số dương và có ý nghĩa ở mức 5%, trừ yếu tố X3 (Thái độ phục vụ). Điều này có nghĩa, một khi sự tin cậy của người dân, sự kính trọng của nhân viên trong dịch vụ công, cơ sở vật chất, năng lực phục vụ của nhân viên và sự đồng cảm của nhân viên tăng theo chiều hướng tích cực trong hành vi ứng xử, sẽ cho những ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng dịch vụ công của người dân trong vùng.

4. Thảo luận kết quả

Điểm mới của nghiên cứu:

Kết quả nghiên cứu cho thấy các giả thuyết H1, H2, H4, H5, và H6 được chấp nhận, tức là có 5 yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của người dân là: (1) Sự tin cậy, (2) Cơ sở vật chất, (3) Sự đồng cảm, (4) Khả năng phục vụ, (5) Sự kính trọng. Kết quả nghiên cứu cho thấy cơ sở vật chất có ảnh hưởng lớn nhất, tiếp theo là yếu tố sự kính trọng, sự tin cậy, năng lực phục vụ và cuối cùng là yếu tố sự đồng cảm. Điểm mới trong nghiên cứu này là yếu tố sự kính trọng có tác động đến sự hài lòng của người dân khi tham gia dịch vụ công, trong khi yếu tố này không được đưa vào trong mô hình của Parasuraman (1985).

Kết quả tìm được trong nghiên cứu có tính phù hợp với Sower và công sự (2001) cho thấy mô hình được xây dựng từ sự kết hợp giữa mô hình nghiên cứu Parasuraman (1985) với mô hình nghiên cứu của Sower và công sự (2001) đã cho một kết quả phù hợp với thực tế tại dịch vụ công của Việt Nam. Điều này có thể được giải thích thêm, những năm gần đây, các tổ chức công đã rất quan tâm trong chủ trương phục vụ người dân với một thái độ kính trọng. Tuy nhiên, một điều cũng như đã thảo luận trước đó, không đủ cơ sở, minh chứng để kết luận sự tác động của thái độ phục vụ tác động ý nghĩa đến sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ công. Kết quả này khác với những gì Parasuraman đã tìm thấy. Đây có thể là do, dịch vụ công tại Việt Nam là một đặc thù riêng biệt, mọi thứ đều phụ thuộc vào chủ trương, cơ chế và chính sách của Nhà nước

5. Kết luận và hàm ý chính sách

5.1. Kết luận

Dựa vào số liệu khảo sát của 150 quan sát hợp lệ, phương pháp phân tích định lượng của EFA và hội qui được sử dụng cho thấy mối quan hệ giữa dịch vụ công và sự hài lòng của người dân trong vùng. Kết quả là bằng chứng về sự tác động ý nghĩa của các yếu tố: sự tin cậy, sự kính trọng, năng lực phục vụ, cơ sở vật chất, sự đồng cảm có chi phối đến sự hài lòng dịch vụ công của người dân, trong đó, thứ tự ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân tham gia dịch vụ công, là: Cơ sở

vật chất, sự kính trọng, sự tin cậy, năng lực phục vụ và sự đồng cảm.

5.2. Hàm ý chính sách

(1) Đối với cơ sở vật chất

+ UBND Huyện cần chú trọng đến việc bố trí nơi làm việc của tổ tiếp nhận và hoàn trả kết quả ở một nơi thuận tiện, rộng rãi, thoáng mát và luôn được dọn vệ sinh sạch sẽ.

+ Bố trí hệ thống camera kiểm soát, trang bị đầy đủ máy photo, máy tính có nối mạng, hệ thống quét mã vạch kiểm tra kết quả giải quyết hồ sơ.

+ Tăng cường hơn nữa việc sử dụng phần mềm Zalo trong thực hiện tiếp nhận cũng như hoàn trả kết quả.

Ngoài ra, Ban chỉ đạo cải cách hành chính của huyện cần thường xuyên kiểm tra, giám sát việc cập nhật và niêm yết các thông tin hướng dẫn, biểu mẫu một cách chính xác, đầy đủ để người dân tiện theo dõi và thực hiện một cách dễ dàng để tiết kiệm thời gian đi lại. UBND huyện có thể xây dựng một đường dây nóng để tư vấn, giúp đỡ cho người dân về mọi thủ tục cần thiết khi họ cần thực hiện các dịch vụ hành chính.

(2) Đối với sự tin cậy

+ Cần chú trọng hơn nữa việc tạo dựng niềm tin, sự tin cậy và sự đồng cảm với người dân khi cung ứng dịch vụ và luôn luôn sẵn sàng hỗ trợ người dân khi cần thiết.

+ Đào tạo đội ngũ nhân viên luôn có tinh thần trách nhiệm cao và lòng kính trọng đối với người dân.

+ Cần xây dựng chế độ khen thưởng hợp lý, và phải xử lý ngay đối với các cán bộ có biểu hiện tiêu cực, không để tái diễn những tiêu cực đó trong tương lai.

(3) Đối với sự kính trọng

+ Trong giao tiếp công việc với người dân cần phải giữ thái độ niềm nở, đúng mực; đảm bảo mỗi lời nói là một lời cam kết với người dân, phải biết lắng nghe và giải quyết khó khăn cho người dân.

+ Do người dân đến Phòng tiếp nhận và trả kết quả từ nhiều thành phần khác nhau, nên phải nhân thức được đối tượng tiếp xúc sẽ có hưởng dẫn cho phù hợp với sự hiểu biết, đảm bảo

hướng dẫn luôn dễ thực hiện đối với người dân, thực hiện đúng nội quy, giờ giấc làm việc của cơ quan; tuyệt đối không được gây phiền nhiễu, vói vỉnh đối với người dân.

(4) Đối với năng lực phục vụ

+ Cải thiện kỹ năng giao tiếp tốt hơn cho cán bộ, công chức. Tổ chức các khóa tập huấn nâng cao kỹ năng giao tiếp cho cán bộ công chức như kỹ năng mềm.

+ Bồi dưỡng kiến thức, chuyên môn và kỹ năng giải quyết công việc cho cán bộ, công chức. Đồng thời xây dựng kế hoạch đào tạo ngắn hạn và dài hạn cho cán bộ.

+ Đảm bảo cán bộ đưa ra những chỉ dẫn đúng đắn cho người dân. Thực hiện văn hóa "Thư xin lỗi" đối với người dân trong trường hợp xác định cán bộ đã tư vấn sai quy trình để kéo dài, cán bộ cấp dưới không giải quyết thỏa đáng cho người dân.

+ Tăng cường kỷ cương, kỷ luật hành chính gắn với nâng cao đạo đức công vụ, đạo đức nghề nghiệp của đội ngũ cán bộ, công chức;

+ Tăng cường công khai, minh bạch trong hoạt động của các cơ quan nhà nước và trách nhiệm giải trình của cán bộ, công chức; hoàn thiện cơ chế giám sát của người dân, tổ chức đối với hoạt động của cán bộ, công chức.

(5) Đối với sự đồng cảm

+ Cán bộ biết lắng nghe một cách hiệu quả, biết kiềm chế cảm xúc, khi tiếp xúc với người dân phải biết hướng về phía người dân, luôn vui vẻ trong giao tiếp.

+ Biết tiếp nhận thông tin phản hồi từ người dân để việc trao đổi tiếp nhận mang thông tin hai chiều, giúp cho cán bộ giao dịch nắm bắt thông tin kịp thời, linh hoạt xử lý hồ sơ, đưa ra những cái tiến và cách làm tốt nhất, và giảm bớt thủ tục hành chính không cần thiết trong giao dịch ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Trần Quốc Cường (2017). *Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ hành chính công tại UBND huyện Càng Long - tỉnh Trà Vinh*, luận văn Thạc sĩ Quản lý Kinh tế, Đại học Trà Vinh
2. Phạm Đình Huế, Lê Đình Hải (2018). "Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ hành chính công trên địa bàn huyện Cẩm Mỹ, tỉnh Đồng Nai". *Tạp chí khoa học và Công nghệ Lâm nghiệp* (3).
3. Ngô Hồng Lan Thảo (2016). *Đánh giá sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ hành chính công tại UBND thị xã Dĩ An, tỉnh Bình Dương*, luận văn thạc sĩ Kinh tế, Đại học Quốc tế Hồng Bàng, TP. Hồ Chí Minh.
4. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS NXB Thống kê*
5. Kotler, P. and Keller, K. L. (2006). *Marketing management*, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
6. Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, & L. L. Berry (1985). "A conceptual model of service quality and its implications for future research", *journal of marketing*.
7. Sower, V., J. Duffy, W. Kilbourne, G. Koher, and P. Jones (2001). "The dimensions of service quality for hospitals: Development and use of the KQCAH scale," *Health Care Management Review* 26 (2): pp 47-59
8. Winsmiewski, M & Donnelly (2001). *Using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector service*. *Managing Service Quality*, Vol 11, No 6: 380-388
9. Zeithaml, V. A. (2000). *E-Service quality: Definition, dimensions and conceptual model*. Cambridge, MA: Marketing Science Institute.

Ngày nhận bài: 4/2/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 14/2/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 24/2/2020

Thông tin tác giả

ĐOÀN PHẠM QUANG LÝ

UBND Thị trấn Càng Long, huyện Càng Long, tỉnh Trà Vinh

ANALYSING THE SATISFACTION OF PEOPLE WITH PUBLIC SERVICES PROVIDED BY PEOPLE'S COMMITTEE OF CANG LONG DISTRICT, TRA VINH PROVINCE

● **DOAN PHAM QUANG LY**

People's Committee of Cang Long town
Cang Long district, Tra Vinh province

ABSTRACT:

This study was conducted by using the exploratory factor analysis and regression analysis with the survey data of 150 valid observations. The study's results show that these following factors including trust, respect, service capacity, facilities and empathy (listed in descending order of impact level) affect the satisfaction of people with public services. The study brings an important policy implication, helping public organizations and policy makers to improve the quality of public services to better serve people.

Keywords: Public service, satisfaction, respect, public administration service.