

ĐIỂM HÀI LÒNG VÀ TRỌNG SỐ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI DÂN - MỘT SỐ GỢI MỞ ĐỐI VỚI VIỆT NAM

Nguyễn Thị Ngọc Mai *

Tóm tắt: Sử dụng các biến đo lường sự hài lòng của người dân để đánh giá chức năng phục vụ của chính phủ có một ý nghĩa thực tiễn vô cùng to lớn. Tuy nhiên, đánh giá sự hài lòng của người dân cần thông qua các dữ liệu nào? những dữ liệu đo lường nào được coi là những trọng số trong đánh giá sự hài lòng? là những vấn đề được chính phủ các nước quan tâm. Bài viết làm rõ điểm hài lòng của người dân để đánh giá chức năng phục vụ của chính phủ của một số quốc gia trên thế giới và đề xuất những gợi mở để Việt Nam có thể tham khảo.

Từ khóa: sự hài lòng của người dân; trọng số hài lòng

Abstract: Using people's satisfaction measures to assess the function of government service has a tremendous practical significance. However, what data should the satisfaction of citizens be passed through? What measurement data are considered to be weighted in satisfaction assessment? And issues that are of interest to governments. The article clarifies the satisfaction of the people to evaluate the service function of the government of some countries in the world and recommends open letters so that Vietnam can refer.

Keywords: people's satisfaction; satisfied measure

Ngày nhận bài: 19/12/2018

Ngày sửa bài: 28/12/2018

Ngày duyệt đăng: 15/01/2019

1. Nội hàm sự hài lòng của người dân

Trên thế giới đã có nhiều nghiên cứu tiếp cận khái niệm “hài lòng” dưới những góc độ khác nhau. Cardozo là người đầu tiên nghiên cứu về mong đợi và sự hài lòng của khách hàng vào năm 1965. Sau đó, có rất nhiều nghiên cứu bắt đầu khai thác và đi sâu vào vấn đề này với những phương pháp đo lường và giải thích khác nhau về sự hài lòng, nhưng vẫn không đưa ra được một định nghĩa thống nhất. Ban đầu, quan niệm về sự hài lòng được

tiếp cận chủ yếu trong lĩnh vực kinh doanh với khái niệm trung tâm là sự hài lòng của khách hàng. Cùng với sự phát triển của kinh tế và xu hướng toàn cầu hóa, quá trình cải cách hành chính với mục tiêu xây dựng nền “hành chính phục vụ”, người dân trở thành người thụ hưởng dịch vụ, là khách hàng của nền hành chính đã mở ra cách tiếp cận về sự hài lòng ở góc độ rộng hơn. Đó là sự hài lòng đối với các dịch vụ công do các cơ quan công quyền cung ứng. Theo đó, sự hài lòng

* TS, Trường Đại học Nội vụ Hà Nội

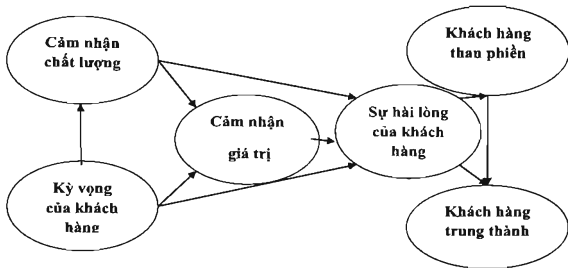
là sự khác biệt giữa kỳ vọng của khách hàng và cảm nhận thực tế mà họ nhận được [1]. Oliver (1997) cho rằng sự hài lòng là mức độ của trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh kết quả thu được từ sản phẩm với những kỳ vọng của người đó. Nó được xem xét ở ba mức độ: (1) Nếu kết quả nhận được ít hơn mong đợi thì chủ thể sử dụng dịch vụ sẽ cảm thấy không hài lòng; (2) Nếu kết quả dịch vụ bằng mức mong đợi thì chủ thể sử dụng dịch vụ sẽ hài lòng và hơn nữa; (3) nếu kết quả dịch vụ nhận được nhiều hơn mong đợi thì chủ thể sử dụng dịch vụ sẽ rất hài lòng và thích thú với dịch vụ đó [2].

Nghiên cứu đến mối quan hệ giữa sự hài lòng và chất lượng dịch vụ, Ferh và Russell (1984) cho rằng sự hài lòng là sự phản ứng của chủ thể sử dụng dịch vụ đối với việc được đáp ứng những mong muốn mà họ đã định hình từ đầu [3]. Quan điểm này phần nào trùng với Kang và Jeffrey (2004) khi cho rằng sự hài lòng của chủ thể sử dụng dịch vụ chính là trạng thái, cảm nhận của họ đối với nhà cung cấp dịch vụ sau khi đã sử dụng chúng. Theo đó, sự hài lòng là cảm giác vui thích hoặc kỳ vọng của một người bắt nguồn từ sự so sánh cảm nhận với mong đợi về một sản phẩm. Do đó, sự hài lòng của khách hàng có ba cấp độ: nếu nhận thức nhỏ hơn kỳ vọng thì khách hàng cảm nhận không hài lòng; nếu nhận thức bằng kỳ vọng thì khách hàng cảm nhận hài lòng; nếu nhận thức lớn hơn kỳ vọng thì khách hàng cảm nhận hài lòng hoặc thích thú. Sự hài lòng của khách hàng được định nghĩa như là kết quả của sự đánh giá cảm tính và nhận thức. Hài lòng là hàm số của mong đợi,

cảm nhận cùng với khoảng cách giữa cảm nhận và mong đợi. Từ những quan điểm trên, có thể nhận thấy: sự hài lòng của khách hàng là việc họ căn cứ vào những hiểu biết đối với dịch vụ mà hình thành nên những đánh giá hoặc phán đoán chủ quan của mình về dịch vụ đó. Đó là một dạng cảm giác về tâm lý sau khi nhu cầu của khách hàng đã được thỏa mãn. Sự hài lòng của khách hàng được hình thành dựa trên cơ sở những trải nghiệm đặc biệt, được tích lũy sau khi sử dụng dịch vụ, khách hàng sẽ có sự so sánh giữa hiện thực và kỳ vọng, từ đó hình thành sự đánh giá vừa lòng hay không vừa lòng.

2. Mối quan hệ giữa trọng số đánh giá và mức độ hài lòng của người dân

Đối với chính phủ nhiều nước, phục vụ người dân và thỏa mãn nhu cầu của người dân là tôn chỉ hoạt động. Do đó người dân vừa là khách hàng, vừa là đối tượng quản lý của các cơ quan công quyền, lòng tin và sự trung thành của khách hàng (người dân) đối với chính phủ được quyết định bởi sự hài lòng của người dân đối với chính phủ. Vì vậy, sử dụng các đo lường sự hài lòng của người dân để đánh giá chức năng phục vụ của chính phủ có một ý nghĩa thực tiễn vô cùng to lớn. Phương thức đánh giá sự hài lòng của người dân hiện nay ở một số quốc gia trên thế giới đều tập trung vào đánh giá sự hài lòng của người dân nhằm đo lường năng lực cung ứng dịch vụ công và chất lượng cung ứng dịch vụ công của chính phủ. Chất lượng dịch vụ công của chính phủ được đo lường bằng mỗi lần công chúng tiếp nhận các dịch vụ của chính phủ thì dịch vụ đó có thể đáp ứng được kỳ

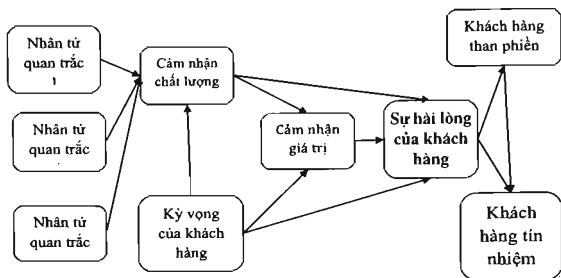


Hình 2.1: Mô hình kết cấu chỉ số hài lòng người dân nước Mỹ (ACSI)

vọng và nhu cầu của người dân tìm kiếm hay không. Do đó, cần đo lường được “chất lượng toàn diện”, quản lý chất lượng toàn diện chính là đo lường bằng phương pháp khoa học trên các phương diện của cả quá trình cung ứng và sử dụng dịch vụ và đương nhiên, sự hài lòng của người dân là trung tâm của toàn bộ quá trình đo lường đó.

Đưa số liệu đánh giá sự hài lòng của người dân làm trọng số để đo lường chất lượng dịch vụ công của chính phủ là một trong những vấn đề được nhiều quốc gia trên thế giới quan tâm. Mô hình chỉ số đo lường sự hài lòng của người dân (customer satisfaction index, CSI) đã được sử dụng để đo lường sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ hoặc sản phẩm được cung ứng. Năm 1989, Thụy Điển là quốc gia đầu tiên trên thế giới xây dựng chỉ số hài lòng của người dân mang quy mô

quốc gia. Sau đó, 20 quốc gia khác: Mỹ, Đức, Canada, Hàn Quốc... cũng đã lần lượt xây dựng chỉ số CSI, chỉ số sự hài lòng người dân của nước Mỹ được xây dựng dựa trên chỉ số hài lòng người dân của Thụy Điển. Mô hình chỉ số hài lòng người dân của Mỹ (ACSI) được áp dụng ở nhiều quốc gia khác trên thế giới, vì nó căn cứ vào Lý thuyết hài lòng để khám phá và xác định các yếu tố ảnh hưởng đến chỉ số hài lòng của người dân, cũng như chỉ số hài lòng của người dân và cơ chế tác động giữa các yếu tố này [4]. Lý thuyết hài lòng không chỉ là cơ sở để xây dựng mô hình chỉ số hài lòng của người dân, mà còn là cơ sở để phân tích và đánh giá kết quả đo lường chỉ số hài lòng của người dân. Lý thuyết hài lòng tin rằng sự hài lòng của người dân liên quan đến kỳ vọng trước khi sử dụng dịch vụ và hiệu suất sau bán hàng của các sản phẩm



Hình 2.2: Mô hình kết cấu chỉ số hài lòng người dân Trung Quốc

hoặc dịch vụ có liên quan.

Trong hình 2.1, tổng thể sự hài lòng của người dân được đặt ở trong hệ thống nhân quả tương tác lẫn nhau và chịu ảnh hưởng của nhau, do 6 biến định lượng cấu thành: kỳ vọng của khách hàng sẽ ảnh hưởng đến sự cảm nhận của khách hàng đối với chất lượng. Hai nhân tố này lại cùng ảnh hưởng đến sự cảm nhận giá trị, sau đó cả 3 biến định lượng này đồng thời tác động đến mức độ bằng lòng của khách hàng. Mức độ hài lòng của khách hàng từ đó được chia thành: khách hàng trung thành và khách hàng than phiền (khách hàng không hài lòng).

Trung Quốc, với mô hình Chính phủ phục vụ người dân, đã xây dựng mô hình đo lường sự hài lòng người dân theo cách riêng của mình. Theo đó, biến định lượng lòng trung thành của người dân được thay thế bằng độ tin nhiệm của người dân, đồng thời gia tăng nhiều hơn các nhân tố chất lượng ảnh hưởng đến cảm nhận của người dân [5]

Như vậy, có thể thấy các nhân tố chất lượng là yếu tố ảnh hưởng đến sự cảm nhận chất lượng sản phẩm, cũng là những quan trọng đo lường sự cảm nhận. Kỳ vọng của khách hàng với hàm ý là khách hàng mong đợi nhận được loại sản phẩm hoặc dịch vụ chất lượng tốt, đặc biệt là chất lượng cung ứng dịch vụ công của Chính phủ. Do đó, mỗi sự kỳ vọng của khách hàng lại tương ứng với một biến lượng quan trọng. Sự hài lòng của khách hàng chịu ảnh hưởng của 3 yếu tố: cảm nhận chất lượng, kỳ vọng khách hàng và cảm nhận giá trị. Mức độ hài lòng của khách hàng sẽ chi phối đến độ tin nhiệm và than phiền của khách hàng, đặc biệt mức độ than phiền của khách hàng cũng chi phối đến mức độ tin nhiệm của khách hàng đối với chất lượng cung ứng dịch vụ công của Chính phủ. Hơn nữa, trong quá trình phân tích điều tra các nhân tố chất lượng ảnh hưởng đến cảm nhận chất lượng dịch vụ của người dân, Trung Quốc đã chỉ ra được 6 nhân tố có ảnh

hường lớn đến sự cảm nhận chất lượng của người dân, bao gồm: hiệu quả quản lý xã hội của Chính phủ; hiệu suất dịch vụ hành chính của Chính phủ; tổ chức của công chức; hiệu quả dịch vụ của Chính phủ; tiêu chí dịch vụ; hành vi của Chính phủ. Tùy theo các công cụ đánh giá và mục đích đo lường, mỗi một nhân từ quan trắc lại tương ứng với rất nhiều biến lượng quan trắc khác nhau.

Trọng số đánh giá mức độ hài lòng của người dân sẽ căn cứ theo mục đích và các công cụ đánh giá mà quốc gia đó lựa chọn. Mỹ và một số quốc gia khác coi người dân như là một khách hàng nên để trọng số vào sự trung thành của khách hàng, Trung Quốc lại coi sự hài lòng của người dân là mục đích để phục vụ, lấy tôn chỉ phục vụ nhân dân làm kim chỉ nam nên trọng số sự hài lòng của người dân được đặt vào sự tín nhiệm của người dân dành cho các hoạt động cung ứng dịch vụ công của Chính phủ.

Xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá sự hài lòng của người dân là cơ sở để điều tra và phân tích số liệu, khiến cho đặc tính phản ánh của các yếu tố tương quan sẽ ảnh hưởng đến mức độ đo lường sự hài lòng của người dân. Vì vậy, thiết kế nội dung các câu hỏi trắc nghiệm cần dựa trên sự đánh giá và chứng minh trọng số nào ảnh hưởng nhiều nhất đến sự hài lòng của người dân. Ngoài ra, cần căn cứ vào sự khác nhau về thể chế kinh tế, chính trị, sự khác nhau giữa các vùng, miền, khu vực để thiết kế các nội dung đánh giá và tìm trọng số. Ví dụ, đối với các cơ quan hành chính thuộc các khu vực thành phố công nghiệp được thành lập từ lâu đời thì cần thiết

kế trọng tâm vào các tiêu chí: mức độ thay đổi diện mạo thành phố, diện tích bình quân nhà ở của dân cư, tỷ lệ người có việc làm... Đối với các thành phố mới thành lập lại cần xây dựng các tiêu chí đánh giá: tỷ lệ cây xanh trong thành phố; mức độ thị trường hóa; sự gia tăng của tỷ lệ người có việc làm... Đặc biệt, trước tiên cần trọng tâm đo lường sự kỳ vọng của người dân (đây chính là trọng số quan trọng ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân), từ đó đánh giá sự cảm nhận chất lượng dịch vụ công của họ. Từ sự kỳ vọng đến sự cảm nhận sẽ hình thành nên mức độ hài lòng của người dân. Giáo sư Mark H. Mooer cho rằng: trong quá trình người dân tiếp nhận các dịch vụ công mà chính phủ cung ứng, các giá trị mà họ cảm nhận được chính là các lợi ích về xã hội, thủ tục hành chính... và các chi phí phải bỏ ra trong quá trình hưởng thụ dịch vụ [5]. Người dân luôn mang một ý thức chủ quan cá nhân rất mạnh trong việc được đánh giá các loại hình dịch vụ công mà chính phủ cung ứng có thỏa mãn hay không. Do đó, mỗi một người dân lại có sự cảm nhận khác nhau về chất lượng dịch vụ. Các nhà khoa học đã chỉ ra mức độ cảm nhận khác nhau của người dân về các loại hình dịch vụ. Người dân không chú trọng nhiều vào việc chính phủ đã đầu tư bao nhiêu tiền vào các loại hình dịch vụ công và khối lượng các loại hình dịch vụ công nhiều thế nào, họ chỉ đánh giá mức độ thỏa mãn, sự phù hợp của các loại hình dịch vụ đó và chi phí phải bỏ ra.

3. Một vài gợi mở cho hệ thống đánh giá sự hài lòng của người dân Việt Nam hiện nay

Để thực hiện mục tiêu xây dựng Chính phủ liêm chính, kiến tạo, hành động Chính phủ Việt Nam đã có rất nhiều giải pháp nhằm nâng cao chất lượng hoạt động và cơ cấu tổ chức của bộ máy các cơ quan công quyền. Một trong những nhiệm vụ trọng tâm là xây dựng, hoàn thiện thể chế pháp luật, cải cách hành chính, cải thiện môi trường kinh doanh, tạo điều kiện thuận lợi nhất cho người dân. Hiện nay, có 3 kênh đánh giá sự hài lòng của người dân, doanh nghiệp đối với hoạt động chính quyền. Đó là chỉ số đánh giá năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI), chỉ số hiệu quả về hành chính công (PAPI), chỉ số hài lòng về sự phục vụ hành chính (SIPAS). PCI được xây dựng trên cơ sở đánh giá của các doanh nghiệp. Do vậy, chỉ số này phản ánh về môi trường đầu tư và kinh doanh của địa phương. Qua PCI có thể thấy được một số thực trạng điều hành kinh tế của chính quyền các tỉnh, các điểm mạnh điểm yếu, cũng như xác định được chính quyền địa phương nào có chất lượng điều hành kinh tế tốt và các doanh nghiệp hài lòng. Từ đó, giúp chính quyền các tỉnh, thành phố nhận biết được môi trường kinh doanh của mình hiện đang còn những yếu kém gì cần phải khắc phục để đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp. Tuy nhiên, PCI mới chỉ áp dụng khảo sát doanh nghiệp tại các tỉnh, thành phố theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên phân tổ. Điều này dẫn đến nếu doanh nghiệp đánh giá cao thái quá hoặc tiêu cực thái quá sẽ ảnh hưởng đến sự phát triển môi trường kinh doanh thực tế của tỉnh đó [6]. PAPI là công cụ đánh giá mức độ hiệu quả điều hành, quản lý nhà nước, thực thi chính sách và cung

ứng dịch vụ công của chính quyền các cấp dựa trên trải nghiệm, đánh giá của người dân khi tương tác với các cấp chính quyền địa phương. PAPI được đánh giá qua 6 trục nội dung: sự tham gia của người dân ở cấp cơ sở; công khai, minh bạch; trách nhiệm giải trình với người dân; kiểm soát tham nhũng trong khu vực công; thủ tục hành chính công; cung ứng dịch vụ công, trong đó, có 22 nội dung thành phần và 92 chỉ số về hiệu quả quản trị và hành chính công. Tuy nhiên, trong đó chưa có đánh giá nào liên quan đến sự kỳ vọng của người dân nhằm so sánh sự đánh giá của người dân trước và sau khi sử dụng các dịch vụ. SIPAS (Chỉ số hài lòng về sự phục vụ hành chính) được xác định trên cơ sở khảo sát sự hài lòng của người dân, tổ chức đối với việc cung ứng dịch vụ hành chính công tại 63 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, ở cả 3 cấp hành chính tại địa phương. Ngoài ra, Bộ Nội vụ còn ban hành Quyết định 2640 về việc phê duyệt Đề án “Đo lường sự hài lòng của người dân, tổ chức đối với sự phục vụ của cơ quan hành chính nhà nước giai đoạn 2017 - 2020”. Văn bản này thay thế Quyết định 1383 ban hành cuối năm 2012. Ở văn bản ban hành năm 2012, sự hài lòng của người dân với cơ quan hành chính nhà nước được đánh giá dựa trên 13 tiêu chí. Còn theo quy định mới, các yếu tố đo lường sự hài lòng của người dân, tổ chức bao gồm 5 yếu tố cơ bản với 22 tiêu chí cụ thể [7]. Theo đó, có thể thấy được Việt Nam đang đặt trọng tâm vào tiêu chí đánh giá sự hài lòng của người dân vào: sự cảm nhận của người dân mà chưa có tiêu chí liên quan đến sự kỳ vọng của người dân.

Căn cứ vào những luận giải về cơ chế hình thành nên sự hài lòng của người dân và những chỉ số đo lường về sự hài lòng của người dân mà Việt Nam đang áp dụng hiện nay, có thể thấy Chính phủ Việt Nam mặc dù đã rất nỗ lực cố gắng trong vấn đề nâng cao hiệu quả dịch vụ công nhằm thỏa mãn nhu cầu của người dân, hướng tới một chính phủ phục vụ, phát triển nhưng trong các tiêu chí đánh giá về sự hài lòng của người dân, Việt Nam đã bỏ qua một phần vô cùng quan trọng. Đó chính là sự kỳ vọng của người dân. Qua thực tế kinh nghiệm của các quốc gia cũng như các nghiên cứu của các học giả trên thế giới có thể nhận thấy: một trong những thành công của việc nâng cao hiệu quả chất lượng dịch vụ công (đặc biệt là chất lượng đội ngũ cán bộ công chức) không thể bỏ qua yếu tố “sự kỳ vọng”. Bởi vì sự kỳ vọng của người dân tác động trực tiếp đến sự cảm nhận của người dân dẫn đến mức độ hài lòng của người dân.

Do đó, nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả của đề án đo lường sự hài lòng của người dân, Việt Nam cần chú ý những vấn đề liên quan đến đánh giá sự kỳ vọng của người dân như sau:

Thứ nhất, đo lường mức độ hài lòng của người dân không chỉ là việc tiếp thu ý kiến đóng góp đánh giá của người dân để giám sát và đánh giá lại cán bộ công chức, mà phải coi đây là một khâu quan trọng trong quy trình thực hiện cải cách hành chính nhà nước, hướng tới nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ công. Vì vậy, cần phải có cơ chế giám sát việc đánh giá sự hài lòng của người dân. Khâu giám sát đánh giá này phải được các

đơn vị trung gian, độc lập, khách quan thực hiện, tránh việc vừa “đánh trống - vừa thổi còi”. Khâu giám sát, đánh giá có chính xác và khách quan thì kết quả khảo sát mức độ hài lòng mới công bằng và minh bạch, góp phần hoàn thiện kế hoạch cải cách hành chính, đồng thời có những điều chỉnh về mặt thủ tục ngày một tốt hơn.

Thứ hai, ngoài phương pháp phỏng vấn trực tiếp người dân về các thủ tục, quy trình và thái độ phục vụ của đội ngũ cán bộ công chức, cần thực hiện đánh giá từ góc nhìn đối tượng được phục vụ là người dân, nhằm nghiên cứu về sự kỳ vọng trước và sau khi thụ hưởng các loại bình dịch vụ công, đặc biệt là dịch vụ hành chính công. Từ đó, có thể thấy được một cách khách quan nhất mức độ đáp ứng của khu vực công đối với người dân. Đó chính là kỳ vọng thực tế của người dân khi được hỏi về sản phẩm, dịch vụ có đáp ứng được kỳ vọng ban đầu của họ không. Bởi vì sự kỳ vọng của người dân là tiêu chí không thể áp đặt (do đó rất khách quan), cũng là tiêu chí mục tiêu để các cơ quan nhà nước phục vụ người dân ở địa phương đó một cách hiệu quả nhất. Ví dụ, trước khi đi làm thủ tục hành chính, người dân sẽ có những kỳ vọng riêng của mình về nơi mà mình sắp tới (cơ sở vật chất, thái độ phục vụ...), sau khi đã làm xong thủ tục họ sẽ có những đánh giá chính xác nhất về sự hài lòng của mình đối với dịch vụ vừa được cung ứng.

Thứ ba, trong các tiêu chí đánh giá cần có thêm tiêu chí về “khả năng giới thiệu sản phẩm dịch vụ cho bạn bè, người thân”. Đây cũng là một trong những tiêu chí đánh giá

khách quan nhất sự hài lòng của người dân. Càng có nhiều người biết đến sản phẩm dịch vụ đó thông qua sự giới thiệu thì càng chứng tỏ người dân đã rất bằng lòng với sản phẩm được cung ứng. Bởi người dân có bằng lòng thì mới có khả năng giới thiệu các sản phẩm dịch vụ đã sử dụng cho những người khác. Tiêu chí này là một trong những phương pháp marketing “truyền miệng” hữu hiệu nhất được các doanh nghiệp sử dụng trong công tác quảng bá, tuyên truyền sản phẩm.

Thứ tư, để đánh giá rõ hơn kỳ vọng của người dân đối với chất lượng của sản phẩm dịch vụ cần hướng tới đánh giá trải nghiệm về một dịch vụ lý tưởng của người dân, cũng chính là mục tiêu mà cải cách hành chính hướng tới nhằm phục vụ tốt hơn, thỏa mãn hơn các yêu cầu của người dân và doanh nghiệp. Dịch vụ trải nghiệm ở đây chính là đề cập đến khả năng xây dựng một mô hình dịch vụ công phù hợp với địa phương, sau đó để người dân địa phương đó trải nghiệm và có những ý kiến đóng góp trực tiếp cho mô hình. Nếu làm được như vậy, không những góp phần nâng cao hơn nữa hiệu quả đánh giá sự hài lòng của người dân mà còn tăng cường trách nhiệm cho địa phương cũng như trách nhiệm của đội ngũ cán bộ công chức.

Tóm lại, có 2 đối tượng cần nghiên cứu đánh giá mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ công, đó là người dân và các doanh nghiệp/tổ chức. Mức độ hài lòng của người dân được nâng cao sẽ góp phần tạo nên sự đồng thuận cao của xã hội, còn đối với doanh nghiệp/tổ chức mức độ hài lòng được nâng cao thì tạo ra

môi trường kinh doanh tốt, công bằng và lành mạnh, góp phần giảm chi phí giá thành, nâng cao năng lực cạnh tranh, thu hút đầu tư, phát triển kinh tế xã hội. Vì vậy, phân tích trọng số các tiêu chí ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của người dân, đề xuất các giải pháp theo thứ tự ưu tiên là nhiệm vụ trọng tâm trong quá trình cải cách hành chính ở Việt Nam./

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Fornell, C. A national customer satisfaction barometer (1992), *The Swedish experience. Journal of Marketing*
2. Oliver, R.L. Satisfaction (1997), “*A Behavioral Perspective on The Consumer*”, McGraw-Hill, New York, NY
3. Ferh B. and Russell J. A (1984), “*Concept of Emotion viewed from a prototype perspective*”, *Journal of Experimental Psychology*, pp 464-86
4. *Mô hình nghiên cứu về sự hài lòng của người dân trong thực hiện các thủ tục hành chính*, 2018, <http://tcnn.vtr/Plus>
5. Lưu Vũ, Dương Tuyết (2003), *Bản về mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ công cộng nhà nước*, Đại học Đông Bắc, Học viện Văn Pháp, tp Thảm Dương, tỉnh Liêu Ninh.
6. Vai trò của chỉ số cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) trong hoạt động kinh doanh của địa phương.
7. Bộ Nội vụ, Quyết định số 2640/QĐ-BNV: Phê duyệt đề án đo lường sự hài lòng của người dân, tổ chức đối với sự phục vụ của cơ quan hành chính nhà nước giai đoạn 2017-2020.