

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



Nguyễn Ngọc Đăng

**SỰ HÀI LÒNG KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN ĐỐI VỚI DỊCH VỤ BĂNG
RỘNG CỐ ĐỊNH CỦA VNPT TRÊN ĐỊA BÀN NINH BÌNH**

**Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh
Mã số: 8.34.01.01**

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SỸ
(Theo định hướng ứng dụng)

Hà Nội - 2021

Luận văn được hoàn thành tại:

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Người hướng dẫn khoa học: TS.Lê Thị Hồng Yến

Phản biện 1: TS. Trần Duy Hải

Phản biện 2: PGS.TS. Nguyễn Hồng Thái

Luận văn này được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn thạc sĩ tại Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

Vào lúc: Ngày 15 tháng 1 năm 2022

Có thể tìm hiểu luận văn này tại:

Thư viện của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

VNPT Ninh Bình là đơn vị hạch toán phụ thuộc tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam chức năng, nhiệm vụ cung cấp dịch vụ Viễn thông-CNTT tới tất cả các khách hàng cá nhân, tổ chức doanh nghiệp trên địa bàn toàn tỉnh Ninh Bình. Hướng đến mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ Viễn thông-CNTT, VNPT Ninh Bình đã và đang không ngừng nâng cấp, mở rộng năng lực mạng lưới song song với việc chú trọng đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn của người lao động thực hiện tốt chức năng nhiệm vụ trong công việc hiện tại.

Chiến lược kinh doanh hướng vào khách hàng trở thành chiến lược kinh doanh quan trọng nhất. Làm việc với khách hàng doanh nghiệp, thu hút khách hàng mới, củng cố khách hàng hiện tại trở thành công cụ kinh doanh hiệu quả với chi phí thấp nhưng hiệu quả kinh doanh cao. Làm thế nào để mang lại sự hài lòng tốt nhất cho khách hàng luôn là một vấn đề mà các công ty nên cố gắng bằng mọi cách.

Vì vậy, việc nghiên cứu và đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng là một nhiệm vụ quan trọng của công ty. Nó cần được thực hiện thường xuyên và liên tục để có thể phản ứng nhanh chóng với những nhu cầu thay đổi của khách hàng.

Xuất phát từ thực tế trên, tác giả lựa chọn thực hiện đề tài "***Sự hài lòng khách hàng cá nhân đối với dịch vụ băng rộng cố định của VNPT trên địa bàn Ninh Bình***" với mong muốn đem lại những trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.

2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu:

Có rất nhiều nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng đã được thực hiện bởi nhiều tác giả (Peterson & Wilson, 1992) và trên thực tế có nhiều cách hiểu khác nhau về khái niệm này. Chính xác hơn, sự hài lòng của khách hàng là sự phản hồi. Cảm xúc / cảm xúc tổng thể của khách hàng đối với nhà cung cấp dịch vụ dựa trên việc so sánh sự khác biệt giữa những gì anh ta nhận được và những mong đợi trước đó của anh ta (Oliver, 1999 và Zineldin, 2000).

Theo hai tác giả Hùng, Phạm Đức Kỳ và Bùi Nguyên Hùng (2003). Đã đưa ra các yếu tố cấu thành nên sự hài lòng của khách hàng cho thị trường thông tin di động tại Việt Nam bao gồm các nhân tố: Chất lượng dịch vụ, sự thuận tiện, dịch vụ gia tăng, cấu trúc giá và dịch vụ khách hàng.

Với mục tiêu nâng cao hơn nữa sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ băng rộng cố định của VNPT trên địa bàn Ninh Bình, đề tài “Sự hài lòng khách hàng cá nhân

đối với dịch vụ băng rộng cố định của VNPT trên địa bàn Ninh Bình” là rất cần thiết, có ý nghĩa về mặt lý luận và thực tiễn, nhằm đề xuất một số giải pháp có thể áp dụng vào thực tế nhằm góp phần hoàn thiện hơn nữa công tác cung cấp dịch vụ băng rộng cố định của VNPT trên địa bàn Ninh Bình tới khách hàng cá nhân nói riêng và tất cả các đối tượng khách hàng nói chung.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

a. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ băng rộng cố định do Viễn thông Ninh Bình cung cấp trên địa bàn Ninh Bình. Đối tượng khảo sát là cá nhân và hộ gia đình đang sử dụng dịch vụ băng rộng cố định của Viễn thông Ninh Bình.

b. Phạm vi nghiên cứu của đề tài:

Do giới hạn về thời gian nên đề tài chỉ giới hạn phân tích mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ băng rộng cố định của Viễn thông Ninh Bình, không thực hiện phân tích cho các nhà cung cấp khác. Từ đó đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ băng rộng cố định của Viễn thông Ninh Bình.

c. Phạm vi về không gian

Các thông tin trong đề tài được thu thập, tổng hợp từ nhiều nguồn, từ các thông tin chung của cả nước đến các thông tin riêng của Tỉnh Ninh Bình. Với địa bàn hoạt động của Viễn thông Ninh Bình được Tập Đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam giao là khu vực tỉnh Ninh Bình.

Số liệu nghiên cứu (số liệu sơ cấp) được thu thập tại 8 thành phố, huyện trên địa bàn tỉnh Ninh Bình là: TP Ninh Bình, TP Tam Điệp, Huyện Yên Mô, huyện Yên Khánh, huyện Kim Sơn, huyện Hoa Lư, huyện Gia Viễn, huyện Nho Quan. Số liệu thu thập thông tin trải khắp địa bàn tỉnh Ninh Bình: có thành thị và nông thôn, phản ánh sự đa dạng khách hàng sử dụng dịch vụ băng rộng cố định của Viễn thông Ninh Bình.

d. Phạm vi về thời gian

Các số liệu sơ cấp được khảo sát, điều tra và thu thập trong khoảng thời gian từ tháng 03/2021 đến tháng 06/2021.

4. Phương pháp nghiên cứu

** Nghiên cứu được thông qua hai 2 giai đoạn chính:*

- Giai đoạn 1: Nghiên cứu định tính với phương pháp phỏng vấn sâu nhằm hoàn thiện

bảng câu hỏi phỏng vấn.

- Giai đoạn 2: Nghiên cứu định lượng thông qua nhân viên đại CSHT khách hàng 18001166 phỏng vấn hậu kiểm đối với tất cả khách hàng lắp đặt mới và khách hàng báo hỏng, phản ánh về chất lượng dịch vụ băng rộng cố định (BRCĐ) của VNPT Ninh Bình.

- Nghiên cứu định lượng thông qua kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp những khách hàng đang sử dụng dịch vụ băng rộng cố định của Viễn thông Ninh Bình.

** Quy trình nghiên cứu gồm 05 bước, cụ thể:*

Bước 1: Xác định vấn đề nghiên cứu và mục tiêu nghiên cứu

Bước 2: Xác định các yếu tố và thước đo có ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ BRCĐ của VNPT Ninh Bình.

Bước 3: Xây dựng thang đo đối với sự hài lòng của học viên. Bảng hỏi dùng thang Likert 5 điểm để đo lường biến quan sát với 1: KHL1 (khách hàng không hài lòng về NVKD); 2: KHL2 (khách hàng không hài lòng về NVKT); 3:BT (khách hàng trả lời bình thường, tạm được); 4: HL1 (Khách hàng trả lời được rồi, dùng được) và 5: HL2 (khách hàng trả lời rất hài lòng, dùng tốt).

Bước 4: Thu thập và phân tích số liệu.

Bước 5: Bình luận và đưa ra kiến nghị

Đề tài sử dụng phần mềm SPSS 20 để xử lý dữ liệu.

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ CƠ SỞ LÝ THUYẾT, MÔ HÌNH VÀ GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU

1.1 Một số khái niệm về dịch vụ, chất lượng dịch vụ, và sự hài lòng của khách hàng

1.1.1 Khái niệm về dịch vụ

Dịch vụ là ngành đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân và đem lại nguồn lợi nhuận vô cùng lớn và quý giá cho cả các quốc gia và các công ty dịch vụ. Vậy dịch vụ là gì?

1.1.2 Khái niệm về chất lượng dịch vụ

Parasuraman và cộng sự. (1985) kết luận rằng chất lượng dịch vụ có thể được đo lường bằng khoảng cách giữa kỳ vọng của khách hàng và cảm nhận của họ về việc sử dụng. một dịch vụ (Eshghi và cộng sự., 2008) hoặc mức độ mà một dịch vụ đáp ứng nhu cầu hoặc mong

đội của khách hàng (Asubonteng và cộng sự, 1996). Theo Philip Kotler và cộng sự. (2005) định nghĩa chất lượng dịch vụ là khả năng của một dịch vụ bao gồm độ bền chung, độ tin cậy, độ chính xác, dễ sử dụng, dễ sửa chữa và các thuộc tính khác có giá trị để thực hiện các chức năng của nó.

Tóm lại, theo ISO 9000: 2000: "Chất lượng dịch vụ là mức độ mà một số đặc tính vốn có của một dịch vụ đáp ứng nhu cầu và mong đợi của khách hàng và khách hàng tiềm năng."

1.1.3 Khái niệm về sự hài lòng của khách hàng

Ngành dịch vụ viễn thông phải phát triển các mối quan hệ lâu dài có lợi nhuận với khách hàng của mình để có thể tồn tại trong môi trường dịch vụ mạng đầy cạnh tranh.



Mức độ hài lòng phụ thuộc vào sự chênh lệch giữa kết quả thu được và mong đợi, nếu kết quả thực tế thấp hơn mong đợi thì khách hàng không hài lòng, nếu kết quả thực tế như mong đợi thì khách hàng hài lòng nếu kết quả thực tế cao hơn mong đợi, khách hàng rất hài lòng.

1.2 Tổng quan về dịch vụ băng rộng cố định của VNPT

1.2.1 Khái niệm về dịch vụ băng rộng cố định

Dịch vụ băng rộng cố định là dịch vụ cho phép người sử dụng truy nhập các dịch vụ trên Internet, truyền số liệu, truyền hình... với tốc độ cao trên đường dây vật lý là cáp đồng hoặc cáp quang.

1.2.2 Đặc điểm về dịch vụ băng rộng cố định

-  **Quan tâm hàng đầu tới chất lượng dịch vụ, chăm sóc khách hàng**
-  **Nhiều gói cước hấp dẫn, ưu đãi “hot”**

1.3 Chất lượng dịch vụ băng rộng cố định của VNPT.

1.3.1 Khái niệm về chất lượng dịch vụ băng rộng cố định

Chất lượng của dịch vụ Internet băng rộng là mức độ hài lòng của khách hàng đối với việc sử dụng dịch vụ, là thước đo khả năng cung cấp dịch vụ của nhà cung cấp dịch vụ. Ngày nay là nhu cầu về các dịch vụ. Chất lượng dịch vụ viễn thông ngày càng cao.

1.3.2 Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ

- Về công nghệ: Đây là yếu tố quan trọng và ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng của dịch vụ.
- Trình độ đội ngũ: Là yếu tố quan trọng nhất mang tính sống còn của doanh nghiệp.

1.3.3 Hệ thống chỉ tiêu chất lượng dịch vụ

- ✚ Các chỉ tiêu chất lượng kỹ thuật
- ✚ Tốc độ tải dữ liệu trung bình
- ✚ Mức chiếm dụng băng thông trung bình

1.4 Sự hài lòng của khách hàng

1.4.1 Phân loại sự hài lòng của khách hàng

1.4.2 Sự cần thiết của việc nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng

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

1.5 Các mô hình nghiên cứu về sự hài lòng khách hàng

1.5.1 Mô hình Parasuraman và cộng sự (1988)

Parasuraman và các cộng sự, là những người đi tiên phong trong việc nghiên cứu chất lượng dịch vụ. Sự thành công của nghiên cứu tạo ra một phương tiện đột phá để các doanh nghiệp có được kết quả về chất lượng dịch vụ của họ thông qua việc nghiên cứu các đánh giá của khách hàng.

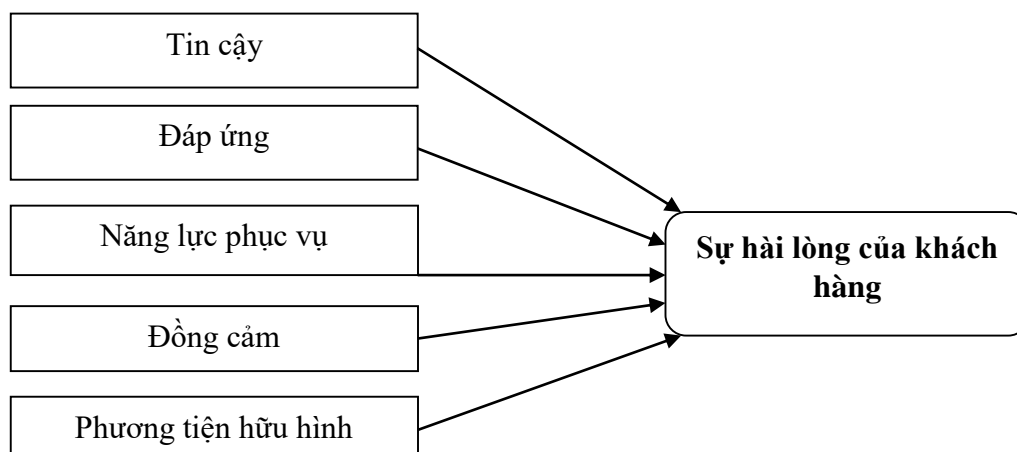
1.5.2 Mô hình đo lường chất lượng dịch vụ SERVPERF

Mô hình SERVPERF được phát triển trên cơ sở của mô hình SERVQUAL nhưng đo lường chất lượng dịch vụ trên cơ sở đánh giá chất lượng dịch vụ được thực hiện (dựa trên) chứ không phải khoảng cách giữa chất lượng kỳ vọng (kỳ vọng và chất lượng cảm nhận).

Đây là một thước đo chất lượng dịch vụ đáng tin cậy và chính xác và mô hình này đã được sử dụng rộng rãi (Buttler 1996; Robinson, 1999) nhưng nó loại bỏ thước đo kỳ vọng và giữ lại xếp hạng giá trên nhận thức của khách hàng.

Theo mô hình SERVPERF thì:

Chất lượng dịch vụ = Mức độ cảm nhận

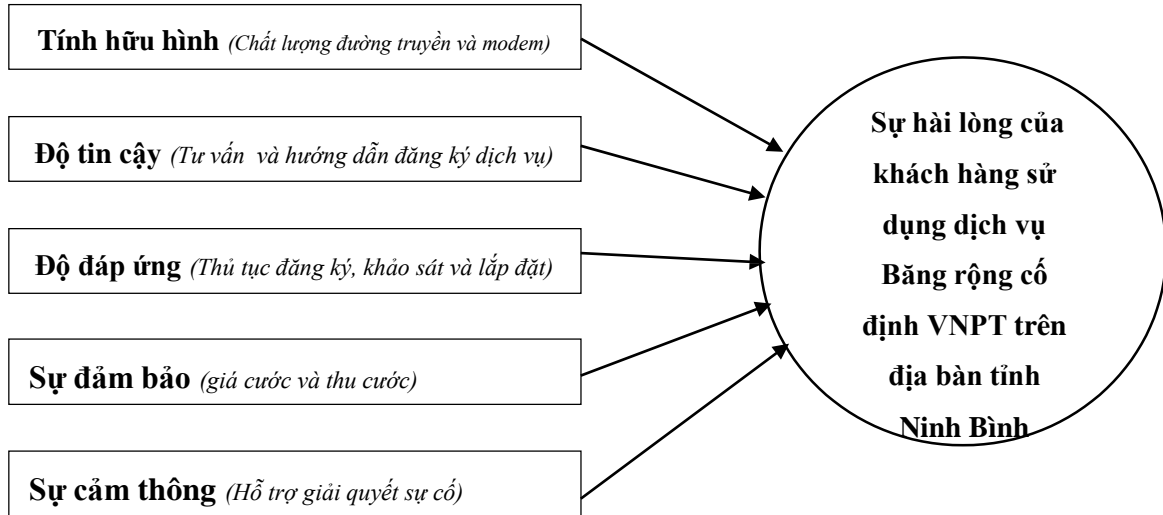


Hình 1.1 Mô hình SERVPERF (Cronin và Taylor, 1992)

1.6 Mô hình và giả thuyết nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ băng rộng cố định của VNPT trên địa bàn Ninh Bình

1.6.1 Mô hình nghiên cứu

Trong đề tài này, tác giả dựa trên thang đo chất lượng SERVQUAL của Parasuraman và công sự (1988) làm nền tảng xây dựng mô hình nghiên cứu.



Hình 1.2. Mô hình lý thuyết nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định VNPT trên địa bàn tỉnh Ninh Bình

1.6.2 Các giả thuyết nghiên cứu

Tính hữu hình : Chất lượng đường truyền được đánh giá là tốt khi tốc độ truy cập Internet ổn định, đường truyền ít bị nhiễu, ít xảy ra sự cố nghẽn mạng vào thời gian cao điểm và ít bị ảnh hưởng bởi yếu tố thời tiết và chất lượng dịch vụ. Chi phí truyền nhay cảm. Từ đó tác giả đưa ra giả thuyết:

H1: Khách hàng cảm nhận chất lượng đường truyền và modem càng tốt thì mức độ hài lòng của khách hàng càng cao và ngược lại.

Độ tin cậy: tư vấn được mô tả là tốt nếu nó thể hiện qua các đặc điểm như: Luôn có đủ thông tin để khách hàng tham khảo dịch vụ, nhân viên tư vấn lắng nghe và biết được nhu cầu của khách hàng, vị trí của điểm giao dịch gần nhất và nhân viên tư vấn Đến tận nơi khi khách hàng cần tư vấn. Từ đó tác giả đưa ra giả thuyết:

H2: Độ tin cậy của khách hàng về các nhân tố trong tư vấn và hướng dẫn đăng ký dịch

vụ càng cao thì sự hài lòng của khách hàng càng cao khi sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định và ngược lại.

Độ đáp ứng : Quy trình đăng ký được đánh giá qua các đặc điểm: nhiều hình thức đăng ký (tại đại lý, nhà / công ty hoặc website), quy trình đăng ký nhanh, các bước rõ ràng, không mất thời gian, có thời hạn rõ ràng cho công việc tiếp theo, hệ thống đại lý toàn diện điều đó thuận tiện cho việc đăng ký.

H3: Độ đáp ứng của khách hàng về vấn đề liên quan đến thủ tục đăng ký, khảo sát và lắp đặt dịch vụ càng cao thì sự hài lòng của khách hàng càng cao khi sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định và ngược lại.

Sự bảo đảm : Được thể hiện qua những đặc điểm: Nhiều gói cước, giá cước hợp lý hơn các nhà cung cấp khác cùng gói tốc độ, chi phí lắp đặt hợp lý, luôn thông báo đến khách hàng khi thay đổi cách tính cước, có nhiều phương thức thanh toán cước phí. Từ đó tác giả đưa ra giả thuyết:

H4: Sự bảo đảm, khi mức thuế và phí được khách hàng cảm nhận là cao hay thấp, sự hài lòng của khách hàng sẽ giảm hoặc tăng lên tương ứng.

Sự cảm thông : Có các đặc điểm như: dễ dàng gọi nhân viên tổng đài khi có sự cố, khách hàng yên tâm khi liên hệ tổng đài/đường dây nóng, có hẹn thời gian cụ thể cho việc sửa chữa, có nhân viên kỹ thuật đến tận nhà để khắc phục sự cố, nhân viên hỗ trợ kỹ thuật trả lời ngắn gọn rõ ràng và hướng dẫn khách hàng cách khắc phục cho lần sau. Từ đó tác giả đưa ra giả thuyết:

H5: Sự cảm thông, khi việc hỗ trợ giải quyết sự cố được khách hàng cảm nhận cao hay thấp thì mức độ hài lòng của khách hàng sẽ tăng hay giảm tương ứng.

Kết chương 1:

Trong Chương 1, các nguyên tắc cơ bản lý thuyết về dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng, các nguyên tắc cơ bản làm cơ sở cho việc lập bảng câu hỏi khảo sát, và các phương pháp nghiên cứu đã được trình bày phù hợp với chủ đề sẽ thực hiện, được trình bày trong Chương 2

Sản phẩm dịch vụ băng rộng cố định ngày càng đa dạng, phong phú và doanh nghiệp viễn thông ngày càng quan tâm hơn đến việc làm hài lòng khách hàng của mình, đề tài cũng đưa ra một số mô hình đo lường sự hài lòng của khách hàng dựa vào mô hình thích hợp, đề từ đó lựa chọn mô hình phù hợp với bối cảnh nghiên cứu của đề tài.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG

CÁ NHÂN ĐỐI VỚI DỊCH VỤ BĂNG RỘNG CỔ ĐỊNH VNPT TRÊN ĐỊA BÀN NINH BÌNH

2.1 Tổng quan về VNPT Ninh Bình

2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của VNPT Ninh Bình

Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam được thành lập theo Nghị quyết số 06/2006 của Thủ tướng Chính phủ về việc thành lập Công ty mẹ là Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam.

Theo mô hình mới, Tổng Công ty Dịch vụ Viễn thông - VNPT VinaPhone được xây dựng trên cơ sở hợp nhất bộ phận kinh doanh của VNPT các Tỉnh/Thành phố và các công ty trực thuộc nhằm tạo ra một cơ thể mới, sức sống mới, sẵn sàng hòa nhập vào thị trường VT - CNTT bằng sức mạnh cạnh tranh hoàn toàn khác biệt so với trước đây.



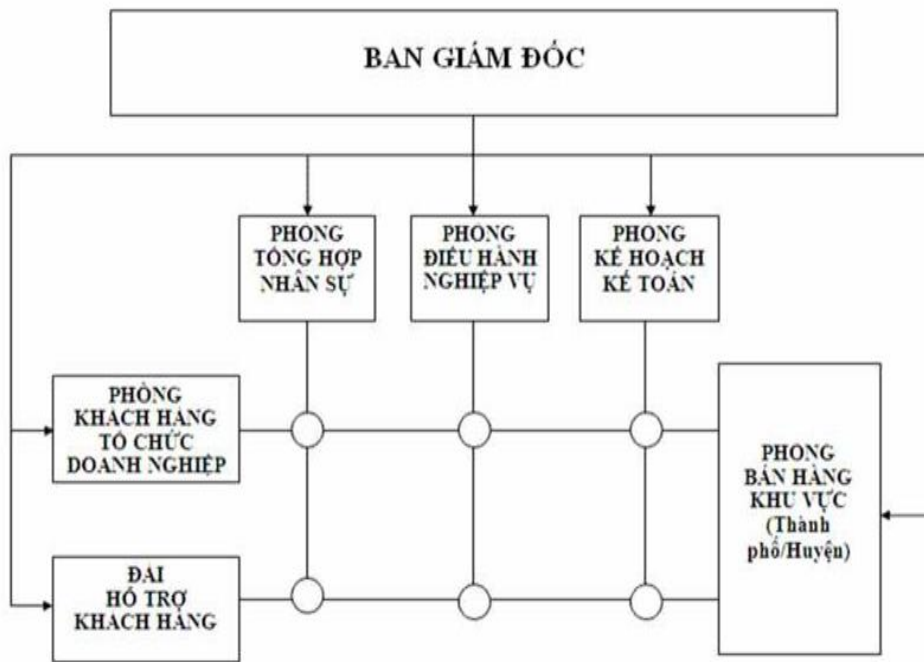
Hình 2.1. Logo của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam

Tên giao dịch: VNPT- NINH BÌNH

Địa chỉ trụ sở: Đường Trần Hưng Đạo - Phường Phúc Thành - Thành phố Ninh Bình - Ninh Bình

Website: <http://ninhbinh.vnpt.vn/>

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của VNPT- Ninh Bình



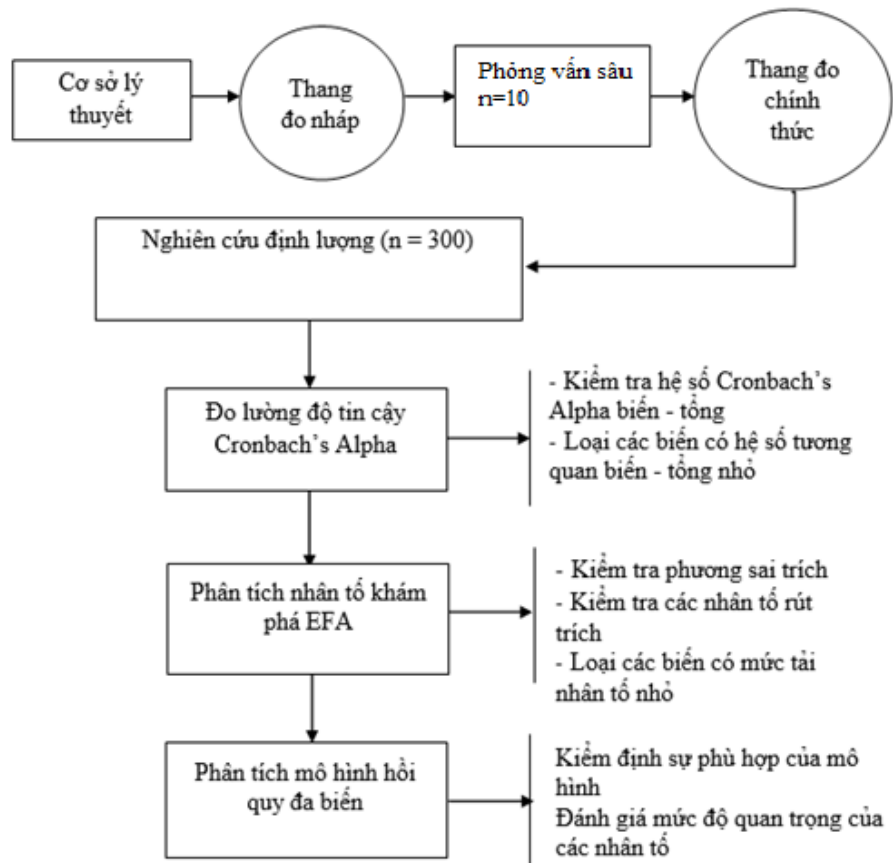
Hình 2.2 Sơ đồ tổ chức của VNPT- Ninh Bình

2.2 Phương pháp nghiên cứu

2.2.1 Thiết kế nghiên cứu

Tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng.

Quy trình nghiên cứu



Nguồn: Dựa trên quá trình nghiên cứu của Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2002), xem xét và đo lường các yếu tố cấu thành giá trị thương hiệu trên thị trường hàng tiêu dùng Việt Nam B20022233.

Hình 2.3: Quy trình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định tại VNPT Ninh Bình

2.2.2 Nghiên cứu định tính

Đối tượng phỏng vấn có chọn lọc: 5 khách hàng đã sử dụng dịch vụ băng rộng cố định tại Viễn thông Ninh Bình và 5 cán bộ quản lý tại Viễn thông Ninh Bình.

Quy trình phỏng vấn: Ban đầu người nghiên cứu sẽ đề cho khách hàng đã sử dụng dịch vụ băng rộng cố định tại Viễn thông Ninh Bình và cán bộ quản lý tại Viễn thông Ninh Bình tự nói ra những yếu tố mà họ quan tâm đầu tiên khi sử dụng dịch vụ băng rộng cố định tại Viễn thông Ninh Bình.

Đối với cán bộ quản lý tại Viễn thông Ninh Bình, tác giả mời: Phó giám đốc, TP Phòng Kỹ thuật - Đầu tư, và cán bộ tại Viễn thông Ninh Bình. Đây là các phòng tiếp xúc, và giải quyết trực tiếp mọi thắc mắc của khách hàng đối với dụng dịch vụ băng rộng cố định tại Viễn thông Ninh Bình.

Kết quả sơ sẽ làm cơ sở cho việc thiết kế bảng câu hỏi được đưa vào nghiên cứu chính thức. Sau khi xử lý, bổ sung và sàng lọc, bảng câu hỏi được phân tích định lượng.

Kết cấu của phần phỏng vấn như sau:

Phần I: Mời ứng viên nghiên cứu tham gia trả lời bảng câu hỏi

Phần II: Được thiết kế để thu thập sự đánh giá của khách hàng về dịch vụ băng rộng cố định tại Viễn thông Ninh Bình. Phần này quan sát và đo lường các khái niệm trong luận văn nghiên cứu

- Tính hữu hình: gồm 5 biến quan sát.
- Độ tin cậy: gồm 6 biến quan sát.
- Độ đáp ứng: gồm 3 biến quan sát.
- Sự đảm bảo: gồm 4 biến quan sát.
- Sự cảm thông: gồm 4 biến quan sát.
- Sự hài lòng: gồm 3 biến quan sát.

Kết quả nghiên cứu định tính:

Kết quả thảo luận với khách hàng: cho thấy các yếu tố mà họ đề cập có sự tương đồng với mô hình nghiên cứu của tác giả. Cụ thể, qua phỏng vấn, các đáp viên không có ý kiến về điều chỉnh các khái niệm Tính hữu hình, Độ tin cậy, Độ đáp ứng, Sự đảm bảo, Sự cảm thông, Sự hài lòng. Họ cho rằng, các yếu tố này phù hợp với thực tiễn trải nghiệm mà họ đã sử dụng dịch vụ tại Viễn thông Ninh Bình.

2.2.3 Nghiên cứu định lượng

2.2.3.1 Phương pháp chọn mẫu và kích thước mẫu

Phương pháp thuận tiện được tác giả dùng làm phương pháp chọn mẫu cho nghiên cứu. Khi đó, nhà nghiên cứu dựa trên sự thuận tiện cho chính họ để tiếp cận đến tổng thể nghiên cứu (Trần Tiến Khai, 2012).

2.2.3.2. Thiết kế bảng câu hỏi

Đối tượng khảo sát là khách hàng đang sử dụng các dịch vụ VNPT Ninh Bình. Khảo sát 300 khách hàng.

Dựa vào kết quả nghiên cứu sơ bộ, bảng câu hỏi được thiết kế gồm 2 phần.

Phần 1: Thông tin về đối tượng phỏng vấn gồm: Giới tính, tuổi, trình độ, thu nhập. Tác giả sử dụng thang đo định danh và tỷ lệ để xây dựng các biến giới tính, nghề nghiệp, thu nhập.

Phần 2: Phần này được thiết kế gồm 6 thành phần với 25 biến quan sát cấu thành cho những nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ băng rộng cố định tại Viễn thông Ninh Bình. Thang đo đề sử dụng dạng Likert 5 điểm, trong đó 1 là "Hoàn toàn không đồng ý" và 5 là "Hoàn toàn đồng ý". Nội dung đầy đủ của bảng câu hỏi xem ở Phụ lục 01.

2.2.3.3. Xây dựng thang đo

Theo Parasuraman và cộng sự (1991) thì SERVQUAL là thang đo hoàn chỉnh về chất lượng dịch vụ, đạt giá trị và độ tin cậy, và có thể được ứng dụng cho mọi loại hình dịch vụ khác nhau. Yếu tố quan trọng nhất tác động đến sự hài lòng của khách hàng có thể được xem là chất lượng dịch vụ, chính vì vậy, đề tài sẽ lấy thang đo SERVQUAL làm nền tảng để xây dựng mô hình nghiên cứu, và sẽ loại bỏ phần đánh giá về “**Sự kỳ vọng**”, chỉ tập trung sâu vào cảm nhận của khách hàng.

Nguyên cứu định tính không bổ sung gì thêm.

Sau khi tổng hợp các ý kiến, chỉnh sửa bổ sung phù hợp với phạm vi nghiên cứu, tác giả kết luận được năm nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định tại VNPT Ninh Bình: Tính hữu hình, Độ tin cậy, Độ đáp ứng, Sự đảm bảo, Sự cảm thông.

2.2.3.3.1 Thang đo Tính hữu hình

Tính hữu hình ký hiệu THH và được đo lường bằng 5 biến quan sát như sau: THH1: VNPT Ninh Bình có trang thiết bị hiện đại.

THH2: Cơ sở vật chất của VNPT Ninh Bình rất hấp dẫn.

THH3: Nhân viên của VNPT Ninh Bình được trang phục gọn gàng, đẹp.

THH4: Cơ sở vật chất của VNPT Ninh Bình phù hợp với các loại hình dịch vụ được cung cấp.

THH5: VNPT Ninh Bình có giờ hoạt động thuận tiện cho tất cả các khách hàng.

2.2.3.3.2 Thang đo Độ tin cậy

Độ tin cậy ký hiệu DTC và được đo lường bằng 6 biến quan sát như sau:

DTC1: VNPT Ninh Bình thực hiện đúng cam kết với khách hàng (thời gian cung cấp dịch vụ, khắc phục sự cố).

DTC2: Khi khách hàng có vấn đề dịch vụ của VNPT, VNPT Ninh Bình có thể hiện sự thông cảm và quan tâm.

DTC3: VNPT Ninh Bình cung cấp dịch vụ đáng tin cậy.

DTC4: VNPT Ninh Bình cung cấp dịch vụ đúng thời điểm hứa hẹn với khách hàng.

DTC5: VNPT Ninh Bình luôn đảm bảo thu cước chính xác, rõ ràng.

DTC6: VNPT Ninh Bình thông báo với khách hàng chính xác khi nào dịch vụ được thực hiện.

2.2.3.3.3 Thang đo Độ đáp ứng

Độ đáp ứng ký hiệu DDU và được đo lường bằng 3 biến quan sát như sau:

DDU1: Khách hàng sẽ nhận được dịch vụ nhanh chóng từ các nhân viên của VNPT Ninh Bình.

DDU2: Nhân viên của VNPT Ninh Bình luôn luôn sẵn sàng giúp đỡ khách hàng.

DDU3: Đội ngũ nhân viên tại VNPT Ninh Bình dường như không bao giờ quá bận rộn để giải đáp các thắc mắc của khách hàng một cách kịp thời.

2.2.3.3.4 Thang đo Sự đảm bảo

Sự đảm bảo ký hiệu là SDB và được đo lường bằng 4 biến quan sát sau:

SDB1: Khách hàng hoàn toàn tin tưởng vào nhân viên của VNPT Ninh Bình.

SDB2: Khách hàng cảm thấy an toàn trong các giao dịch với nhân viên của VNPT Ninh Bình.

SDB3: Nhân viên của VNPT Ninh Bình rất lịch sự.

SDB4: Nhân viên có sự hỗ trợ đầy đủ từ VNPT Ninh Bình để làm tốt công việc của họ.

2.2.3.3.5 Thang đo Sự cảm thông

Sự cảm thông ký hiệu là SCT và được đo lường bằng 4 biến quan sát như sau: SCT1: VNPT Ninh Bình thể hiện sự quan tâm đến cá nhân của khách hàng.

SCT2: Nhân viên của VNPT Ninh Bình thể hiện sự quan tâm đến cá nhân của khách hàng.

SCT3: Nhân viên của VNPT Ninh Bình hiểu biết nhu cầu đặc biệt của khách hàng.

SCT4: VNPT Ninh Bình quan tâm đến lợi ích tốt nhất của khách hàng.

2.2.3.3.6 Thang đo sự hài lòng

Sự hài lòng ký hiệu SHL, được đo lường bằng 3 biến quan sát.

SHL1: Anh/Chị hài lòng khi sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định.

SHL2: Anh/Chị sẵn lòng chi trả phí dịch vụ Băng rộng cố định.

SHL3: Anh/Chị sẵn lòng giới thiệu dịch vụ Băng rộng cố định với người khác.

2.2.3.4 Thống kê mô tả

Tổng cộng có 300 bảng câu hỏi khảo sát phát ra, thu về 300 bảng câu hỏi khảo sát, số bảng câu hỏi khảo sát không hợp lệ là 17, còn lại 283 bảng phỏng vấn hợp lệ được đưa vào mã hóa dữ liệu.

Bảng 2.1: Tình hình thu thập dữ liệu nghiên cứu định lượng

Mô tả		Số lượng (bảng)	Tỷ lệ (%)
Số bảng câu hỏi phát ra		300	-
Số bảng câu hỏi thu về		300	100
Trong đó	Số bảng câu hỏi hợp lệ	283	94,4
	Số bảng câu hỏi không hợp lệ	17	5,6

Đặc điểm của mẫu nghiên cứu

2.3 Kết quả nghiên cứu

2.3.1 Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Kết quả:

Sau khi đo lường độ tin cậy của các nhân tố bằng hệ số Cronbach alpha, kết quả đánh giá của thang 5 nhân tố được tổng hợp dưới đây:

- ✓ **Tính hữu hình:** Có 5 biến quan sát là THH1, THH2, THH3, THH4, THH5.
- ✓ **Độ tin cậy:** Có 6 biến quan sát là DTC1, DTC2, DTC3, DTC4, DTC5, DTC6.
- ✓ **Độ đáp ứng:** Có 3 biến quan sát là DDU1, DDU2, DDU3.
- ✓ **Sự đảm bảo:** Có 4 biến quan sát là SDB1, SDB2, SDB3, SDB4.
- ✓ **Sự cảm thông:** Có 4 biến quan sát là SCT1, SCT2, SCT3, SCT4.
- ✓ **Sự hài lòng:** Có 3 biến quan sát SHL1, SHL2, SHL3.

2.3.2 Phân tích nhân tố khám phá EFA

Tác giả tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA). Thực hiện EFA, 22 biến đã nhóm thành 5 nhân tố như dự kiến.

Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Bảng 2.9: Hệ số KMO và kiểm định Barlett các thành phần

Kiểm tra KMO and Bartlett's

Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)		0,857
Mô hình kiểm tra của Bartlett	Giá trị Chi-Square	2405,666
	Bậc tự do	231
	Sig (giá trị P – value)	0,000

Nguồn: Phân tích EFA các biến độc lập trong mô hình – Phụ lục 2

Kết quả kiểm định Barlett cho thấy giữa các biến trong tổng thể có mối tương quan với nhau ($\text{sig} = 0,00 < 0,05$ bác bỏ H_0 , nhận H_1). Đồng thời, hệ số KMO = $0,857 > 0,5$ chứng tỏ phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là thích hợp và dữ liệu phù hợp cho việc phân tích nhân tố.

Bảng 2.10: Bảng phương sai trích

Nhân tố	Giá trị Eigenvalues			Chỉ số sau khi trích			Chỉ số sau khi xoay		
	Tổng	Phương sai trích	Tích lũy phương sai trích	Tổng	Phương sai trích	Tích lũy phương sai trích	Tổng	Phương sai trích	Tích lũy phương sai trích
1	6,218	28,263	28,263	6,218	28,263	28,263	3,184	14,473	14,473
2	2,261	10,278	38,540	2,261	10,278	38,540	3,071	13,959	28,431
3	2,049	9,314	47,854	2,049	9,314	47,854	2,640	11,998	40,429
4	1,648	7,493	55,347	1,648	7,493	55,347	2,585	11,750	52,179
5	1,456	6,620	61,966	1,456	6,620	61,966	2,153	9,787	61,966
6	0,821	3,732	65,699						

Nguồn: Phân tích EFA các biến độc lập trong mô hình – Phụ lục 2

Bảng 2.11: Kết quả phân tích nhân tố EFAMA TRẬN XOAY

Biến quan sát	Nhân tố				
	1	2	3	4	5
DTC1	0,784				
DTC2	0,749				
DTC5	0,701				
DTC3	0,672				
DTC6	0,627				
DTC4	0,585				
THH1		0,779			

THH2		0,768			
THH3		0,761			
THH5		0,628			
THH4		0,621			
SDB1			0,833		
SDB2			0,809		
SDB3			0,787		
SDB4			0,614		
SCT1				0,815	
SCT4				0,779	
SCT2				0,753	
SCT3				0,707	
DDU1					0,847
DDU2					0,819
DDU3					0,692

Nguồn: Phân tích EFA các biến độc lập trong mô hình – Phụ lục 2

Kết quả:

Phương pháp rút trích Principal Components và phép quay Varimax, kết quả các nhóm nhân tố nhóm như sau:

- ✓ Nhóm 1 gồm 6 biến: DTC1, DTC2, DTC3, DTC4, DTC5, DTC6.
- ✓ Nhóm 2 gồm 5 biến: THH2, THH1, THH3, THH4, THH5
- ✓ Nhóm 3 gồm 4 biến: SDB1, SDB2, SDB3, SDB4.
- ✓ Nhóm 4 gồm 4 biến: SCT1, SCT2, SCT3, SCT4.
- ✓ Nhóm 5 gồm 3 biến: DDU1, DDU2, DDU3.

2.3.3 Kiểm định mô hình nghiên cứu và các giả thuyết

2.3.3.1 Phân tích mô hình

Mô hình

Phương trình hồi quy tuyến tính biểu diễn mối quan hệ giữa năm nhân tố tác động (biến độc lập) vào sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định tại VNPT Ninh Bình (biến phụ thuộc) có dạng như sau:

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

Nghiên cứu đã thực hiện một hồi quy tuyến tính đa biến bằng cách sử dụng phương pháp nhập một lần (phương thức Enter), trong đó:

❖ Y: Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định tại VNPT Ninh Bình (STM): biến phụ thuộc. Thang đo của nhân tố này từ 1 đến 5 (1: Hoàn toàn không đồng ý; 5: Hoàn toàn đồng ý). Biến SHL gồm 3 biến quan sát là: SHL1, SHL2, SHL3.

❖ $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$: Là các hệ số hồi quy được sử dụng từ các hệ số quy ước lượng được.

❖ X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 là các biến độc lập theo thứ tự sau: Độ tin cậy, Tính hữu hình, Sự đảm bảo, Sự cảm thông, Độ đáp ứng.

2.3.3.2 Kiểm tra mức độ phù hợp mô hình hồi quy tuyến tính đa biến

❖ Kiểm định mức độ phù hợp của mô hình

Bảng 2.12: Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính đa biến

THÔNG SỐ MÔ HÌNH ^b										
Mô hình	Hệ số R	Hệ số R ²	Hệ số R ² - hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của ước lượng	Thông kê thay đổi					Hệ số F Durbin-Watson
					Hệ số R ² sau khi đổi	Hệ số F sau khi đổi	Bậc tự do 1	Bậc tự do 2	Hệ số Sig. sau đổi	
1	0,815 ^a	0,665	0,659	0,46707	0,665	109,960	5	277	0,000	1,880
a. Biến độc lập: SCT, SDB, DTC, DDU, THH.										
b. Biến phụ thuộc: SHL										

Nguồn: Phân tích hồi qui với 6 biến độc lập – Phụ lục 2

Bảng 2.13: Phân tích phương sai ANOVA

ANOVA ^a					
Mô hình	Tổng bình phương	Bậc tự do	Trung bình bình phương	F	Sig.
Hồi quy	119,940	5	23,988	109,960	0,000^b
Phần dư	60,428	277	0,218		
Tổng	180,367	282			

a Biến phụ thuộc: SHL
b Biến độc lập: (Constant) SCT, SDB, DTC, DDU, THH.

Nguồn: Phân tích hồi qui với 6 biến độc lập – Phụ lục 2

2.3.3.4 Đánh giá mức độ quan trọng trong các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định tại VNPT Ninh Bình.

Căn cứ vào Bảng 2.36, từ thông số thống kê trong mô hình hồi quy, phương trình hồi quy tuyến tính đa biến của các nhân tố quyết định sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định tại VNPT Ninh Bình như sau:

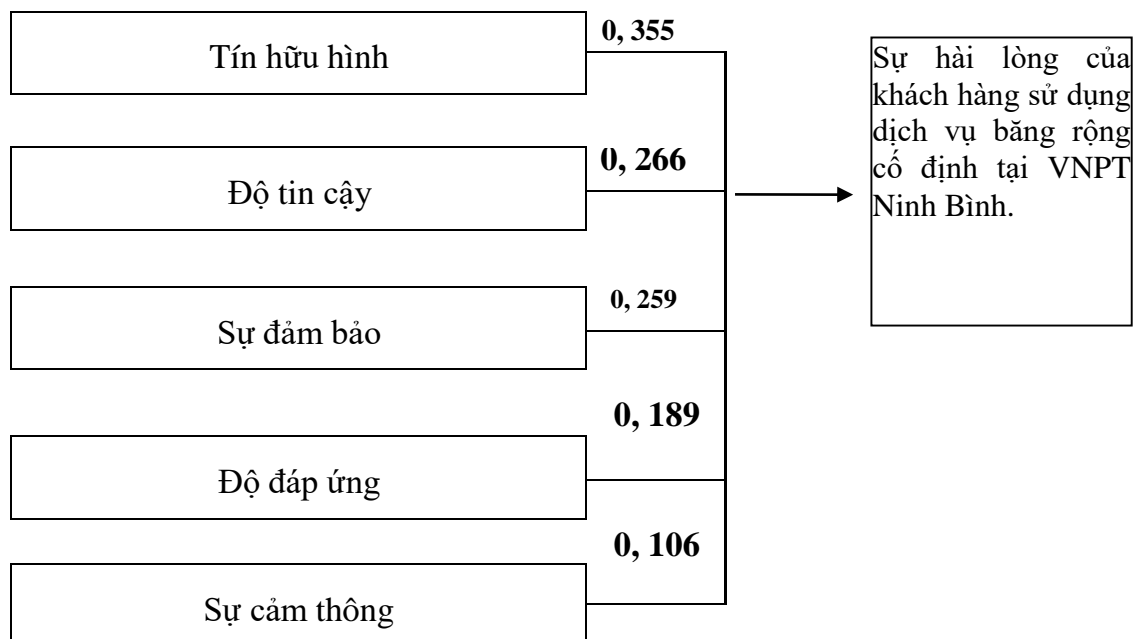
$$Y = 0,266*X1 + 0,355*X2 + 0,259*X3 + 0,106*X4 + 0,189*X5$$

Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định = $0,266*(\text{Độ tin cậy}) + 0,355*(\text{Tín hữu hình}) + 0,259*(\text{Sự đảm bảo}) + 0,189*(\text{Độ đáp ứng}) + 0,106*(\text{Sự cảm thông})$.

Bảng 2.16: Vị trí của các nhân tố tác động từ mạnh nhất đến yếu nhất (theo số thứ tự)

Biến	Nhân tố	Số thứ tự
X2	Tín hữu hình	1
X1	Độ tin cậy	2
X3	Sự đảm bảo	3
X4	Độ đáp ứng	4
X5	Sự cảm thông	5

Thông qua kết quả kiểm định mô hình lý thuyết chính thức mà cụ thể là kết quả hồi quy tuyến tính đa biến, ta có mô hình lý thuyết chính thức như sau:



Hình 2.6: Mô hình lý thuyết chính thức về sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định tại VNPT Ninh Bình.

Kết chương 2

Chương này đã đưa ra được quy trình nghiên cứu của đề tài từ việc thiết kế, xây dựng câu hỏi đến việc điều tra khách hàng của Viễn thông Ninh Bình về sự hài lòng khách hàng cá nhân đối với dịch vụ băng rộng cố định của VNPT trên địa bàn Ninh Bình, sau đó tác giả xử lý dữ liệu với kết quả thu được bằng phần mềm SPSS20. Nghiên cứu đã hệ thống các mô hình đo lường sự hài lòng của khách hàng, giới thiệu sơ lược các nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng, đồng thời đã đề xuất mô hình về sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định tại VNPT Ninh Bình. Trình bày kết quả kiểm định các thang đo thành phần sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định tại VNPT Ninh Bình và mô hình nghiên cứu. Kết quả cho thấy các thang đo có độ tin cậy cao nhờ kiểm định Cronbach's Alpha và EFA, cho thấy mô hình lý thuyết đề xuất phù hợp với thực tế tại VNPT Ninh Bình và các giả thuyết của mô hình lý thuyết đều được chấp nhận..

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BĂNG RỘNG CỐ ĐỊNH VNPT TRÊN ĐỊA BÀN NINH BÌNH

3.1 Bàn luận về kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu đã đạt mục tiêu chính đặt ra, bao gồm cả mục tiêu lý luận và mục tiêu thực tiễn.

Trước tiên, nghiên cứu đã xác định có năm nhân tố ảnh hưởng sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định tại VNPT Ninh Bình, đó là: “Tính hữu hình”, “Độ tin cậy”, “Sự đảm bảo”, “Độ đáp ứng”, “Sự cảm thông”.

Nghiên cứu đã giới thiệu sơ lược về VNPT Ninh Bình, tổng quát những vấn đề về sự hài lòng của khách hàng, các quan điểm, tại sao phải làm khách hàng hài lòng, sự cần thiết phải đo lường sự hài lòng, khái niệm về dịch vụ, dịch vụ Băng rộng cố định cùng các ứng dụng lợi ích của dịch vụ này mang lại.

Nghiên cứu đã hệ thống các mô hình đo lường sự hài lòng của khách hàng, giới thiệu sơ lược các nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng, đồng thời đã đề xuất mô hình về sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định tại VNPT Ninh Bình.

Để kiểm định mô hình nghiên cứu lý thuyết đề xuất, tác giả đã xây dựng, đánh giá, kiểm định phạm vi và khái niệm nghiên cứu, kiểm định mô hình lý thuyết nhằm khẳng định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với khách hàng sử dụng dịch vụ băng rộng cố định tại VNPT Ninh Bình.

Phương pháp nghiên cứu được thực hiện thông qua khảo sát ý kiến các thành phần tham gia hội nghị sơ kết tình hình sản xuất kinh doanh sáu tháng đầu năm 2021 của VNPT Ninh Bình. Kết quả là xây dựng thang đo chính thức để khảo sát 300 mẫu. Thang đo chính thức gồm có 5 nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định tại VNPT Ninh Bình. Kết quả nghiên cứu bao gồm mô tả thông tin về mẫu của nghiên cứu định lượng, phương pháp phân tích dữ liệu và đánh giá thang đo bằng Cronbach's Alpha, EFA, kiểm định mô hình lý thuyết bằng phương pháp hồi quy tuyến tính đa biến.

Nghiên cứu đã trình bày kết quả kiểm định các thang đo thành phần sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định tại VNPT Ninh Bình và mô hình nghiên cứu. Kết quả cho thấy các thang đo có độ tin cậy cao nhờ kiểm định Cronbach's Alpha và EFA, cho thấy mô hình lý thuyết đề xuất phù hợp với thực tế tại VNPT Ninh Bình và các giả thuyết của mô hình lý thuyết đều được chấp nhận..

3.2 Giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với dịch vụ băng rộng cố định VNPT trên địa bàn Ninh Bình

Dựa trên kết quả và kết luận nghiên cứu, tác giả đề xuất ý kiến như sau:

3.2.1 Tính hữu hình

Phương tiện hữu hình của VNPT Ninh Bình là yếu tố rất quan trọng thông qua cái nhìn ban đầu của khách hàng, đó là hình ảnh bên ngoài về cơ sở vật chất, trang thiết bị, máy móc, thái độ của nhân viên, tài liệu, sách hướng dẫn và hệ thống thông tin liên lạc của VNPT Ninh Bình.

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, kết luận về nhân tố “Tính hữu hình” tác động cùng chiều với sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định. Do đó, VNPT Ninh Bình cần phải đảm bảo đường truyền từ nhà trạm của VNPT Ninh Bình đến nơi lắp đặt của khách hàng không được gián đoạn, để thực hiện được điều này VNPT Ninh Bình cần thiết lập nhiều nhà trạm để rút ngắn khoảng cách đường dây cung cấp dịch vụ từ nhà trạm đến nhà khách hàng. Modem kết nối máy tính khách hàng vào đường truyền dễ dàng thao tác cài đặt để công tác hướng dẫn hỗ trợ kỹ thuật từ xa cho khách hàng đạt hiệu quả cao, VNPT Ninh

Bình tận dụng lợi thế là nhà cung cấp dịch vụ Băng rộng cố định lớn để ràng buộc nhà cung cấp modem cung cấp thống nhất một nhãn hiệu modem, chất lượng ổn định.

3.2.2 Về sự cảm thông

Thứ nhất, trợ giúp khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ băng thông rộng tại VNPT Ninh Bình thông qua các hình thức trực tiếp như: qua tổng đài chăm sóc khách hàng, quầy giao dịch, qua ứng dụng VNPT Ninh Bình ... hoặc gián tiếp thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, vừa tăng hình ảnh nhận diện của VNPT Ninh Bình, vừa là một kênh tiếp cận gần gũi tới khách hàng.

Thứ hai, duy trì mối quan hệ với khách hàng và trao đổi thông tin với khách hàng đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc hiểu và đáp ứng mong đợi của khách hàng. Trao đổi thông tin có thể được tiến hành dưới nhiều hình thức, được thực hiện song song hoặc lồng ghép với nhau như hội nghị khách hàng; các chương trình quảng cáo, khuyến khích trưng sản phẩm, dịch vụ; tổ chức các cuộc thăm dò, điều tra nhu cầu của khách hàng; thiết lập đường dây nóng... hoặc đơn giản hơn là việc lặp đi lặp lại các hình thức gửi thư cảm ơn, thư chúc mừng, thăm hỏi nhân dịp lễ, tết, chúc mừng sinh nhật...

Thứ ba, đào tạo đội ngũ nhân viên làm tốt công việc lắng nghe và giải quyết các khiếu nại, phàn nàn của khách hàng. Do đặc thù sản phẩm dịch vụ băng thông rộng có hàm lượng yếu tố công nghệ bên trong, với các khách hàng trẻ thì không thành vấn đề, tuy nhiên với những khách hàng đã có tuổi, việc tiếp thu và xử lý sẽ không được nhanh nhạy, để đa dạng khách hàng tiếp tục sử dụng dịch vụ VNPT Ninh Bình cần có bộ phận chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp, tận tình hướng dẫn, đồng thời thông qua bộ phận chăm sóc khách hàng, VNPT Ninh Bình sẽ tìm hiểu nhu cầu và mong muốn của khách hàng. Chính từ những thông tin quý giá này mà VNPT Ninh Bình sẽ có chiến lược phù hợp để phát triển dịch vụ băng thông rộng

3.2.3 Sự đảm bảo, Độ đáp ứng

Trong kết quả nghiên cứu nhân tố sự đảm bảo, độ đáp ứng có tác động cùng chiều với độ hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định. VNPT Ninh Bình cần chú ý đào tạo kỹ năng xử lý dịch vụ Băng rộng cố định cho lực lượng nhân viên giao dịch khách hàng, luôn đảm bảo hậu cần hỗ trợ cho nhân viên giao dịch khách hàng để họ tự tin nhiều hơn trong công tác xử lý dịch vụ Băng rộng cố định, để nâng cao độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định.

Sự đảm bảo

Đóng vai trò quan trọng trong lĩnh vực dịch vụ nhất là những ngành đòi hỏi cao về tiếp xúc khách hàng, nhất là ngành dịch vụ băng thông rộng của VNPT Ninh Bình, sự tin cậy của VNPT Ninh Bình gắn liền với yếu tố “con người” trên các phương diện như cơ sở vật chất, công nghệ thông tin cao, trình độ chuyên môn nghiệp vụ của cán bộ nhân viên, khả năng giải quyết khiếu nại, nắm bắt nhu cầu của khách hàng, tạo niềm tin cho khách hàng khi đến và sử dụng dịch vụ của VNPT Ninh Bình. Cũng có thể hiểu, yếu tố “con người” là sợi dây kết nối giữa VNPT Ninh Bình và khách hàng để luôn đáp ứng tốt nhất yêu cầu của khách hàng khi sử dụng dịch vụ tại VNPT Ninh Bình.

Thứ nhất, đặt khách hàng là trung tâm và phải luôn hướng tới khách hàng.

Thứ hai, hoàn thiện và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Xây dựng các khóa đào tạo chuyên môn thường xuyên cho đội ngũ nhân viên.

Thứ ba, cải tiến quy trình tuyển dụng, đào tạo.

Độ đáp ứng

Thứ nhất, tổ chức các buổi thảo luận, tập huấn cho nhân viên xử lý dịch vụ Băng rộng cố định để nhận được bổ sung các kiến thức về tâm lý, nắm bắt được biểu cảm, tâm lý khách hàng nhằm giúp mối quan hệ với khách hàng thân thiện, vui vẻ hơn.

Thứ hai, VNPT Ninh Bình cần thường xuyên kiểm tra kỹ năng, trình độ nhân viên xử lý dịch vụ Băng rộng cố định khi xảy ra sự cố với khách hàng một cách thường xuyên và xuyên suốt gắn liền với các biện pháp khắc phục và phòng ngừa sai sót kịp thời.

Thứ ba, VNPT Ninh Bình cần thường xuyên theo dõi, thăm dò ý kiến khách hàng về chất lượng đáp ứng dịch vụ của nhân viên để kịp thời điều chỉnh phù hợp với xu hướng thị trường và nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

Thứ tư, tính ổn định của hệ thống đường truyền là một trong những yếu tố then chốt giúp nâng cao chất lượng dịch vụ băng thông rộng cố định.

Thứ năm, xây dựng cơ sở dữ liệu tập trung toàn hệ thống: Toàn bộ dữ liệu hoạt động người dùng của VNPT Ninh Bình nên được tập trung tại cơ sở dữ liệu trung tâm, mọi thay đổi đều được cập nhật trực tuyến và tức thời.

3.2.4 Độ tin cậy

Trong kết quả nghiên cứu nhân tố độ tin cậy tác động cùng chiều với độ hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định. VNPT Ninh Bình phải đảm bảo các cam kết với khách hàng được thực hiện đúng hẹn nhất.

Thứ hai, duy trì sự hài lòng và tăng cường hợp tác với khách hàng. Khi những nhu cầu của khách hàng ngày càng phát triển đa dạng, mức độ cạnh tranh trên thị trường ngày càng gay gắt hơn, các nhà mạng đều chú ý nâng cao chất lượng phục vụ, đảm bảo sự hấp dẫn của sản phẩm để giữ chân và thu hút được khách hàng sử dụng dịch vụ của mình. Bên cạnh việc nghiên cứu, cải tiến các dịch vụ cung cấp, VNPT Ninh Bình cần quan tâm hơn nữa đến chất lượng giao dịch trực tiếp với khách hàng, đảm bảo sự hài lòng của khách hàng luôn là tốt nhất.

3.3 Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu có đóng góp cho VNPT Ninh Bình có cách nhìn tổng thể các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định, qua đó Lãnh đạo VNPT Ninh Bình nhận dạng tỉ lệ đóng góp của từng khâu trong qui trình cung cấp dịch vụ Băng rộng cố định, trên cơ sở đó để phân bổ nguồn lực hợp lý đem lại sự thỏa mãn của khách hàng sử dụng dịch vụ Băng rộng cố định. Tuy nhiên nghiên cứu cũng có các hạn chế.

3.3.1 Hạn chế

Thứ nhất: Tác giả chỉ chọn một dịch vụ là Băng rộng cố định để tiến hành nghiên cứu nhưng về một khách hàng có thể sử dụng nhiều dịch vụ của VNPT Ninh Bình như: điện thoại cố định, điện thoại di động, truyền hình cáp nên chắc chắn rằng khách hàng được phỏng vấn sẽ có sự đánh đồng các dịch vụ với nhau.

Thứ hai: Do tác giả chọn mẫu thuận tiện để thuận tiện cho nghiên cứu nên có tính ngẫu nhiên và có sai lệch nhất định.

3.3.2 Hướng nghiên cứu tiếp theo

Thứ nhất: Để khắc phục việc đánh giá sự hài lòng của khách hàng chưa toàn diện các dịch vụ viễn thông và công nghệ thông tin do VNPT Ninh Bình cung cấp, Nghiên cứu hướng tiếp theo có thể là nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ Viễn thông-CNTT của VNPT Ninh Bình.

Thứ hai: Hướng nghiên cứu khác cũng có thể là nghiên cứu sự chọn lựa của khách hàng khi sử dụng dịch vụ truy cập internet tại tỉnh Ninh Bình.

Kết chương 3

Từ kết quả nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng, chương này đã đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ băng rộng cố định của Viễn thông Ninh Bình và hướng nghiên cứu tiếp theo.

KẾT LUẬN

Đề tài với mục đích nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng đối với dịch vụ từ đó đưa ra các kiến nghị nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ băng rộng cố định của Viễn thông Ninh Bình. Kết quả nghiên cứu là cơ sở cho việc ra các chính sách về dịch vụ, đồng thời nó cũng là một tài liệu tham khảo hữu ích cho các nhà nghiên cứu sau này khi nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng trong các điều kiện tương tự. Nghiên cứu đã giới thiệu sơ lược về Viễn thông Ninh Bình, tổng quát những vấn đề về sự hài lòng của khách hàng, các quan điểm, tại sao phải làm khách hàng hài lòng, sự cần thiết phải đo lường sự hài lòng, khái niệm về dịch vụ, dịch vụ băng rộng cố định cùng các ứng dụng lợi ích của dịch vụ này mang lại.

Nghiên cứu đã hệ thống các mô hình đo lường sự hài lòng của khách hàng, giới thiệu sơ lược các nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng, đồng thời đã đề xuất mô hình về sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ băng rộng cố định tại Viễn thông Ninh Bình.

Để chứng minh mô hình nghiên cứu lý thuyết đề xuất, tác giả đã tiến hành xây dựng, đánh giá thang đo và các khái niệm nghiên cứu, đồng thời kiểm định mô hình lý thuyết nhằm khẳng định những nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ băng rộng cố định tại Viễn thông Ninh Bình.

Phương pháp nghiên cứu được thực hiện thông qua khảo sát ý kiến các thành phần tham gia hội nghị sơ kết tình hình sản xuất kinh doanh 4 tháng đầu năm 2016 của Viễn thông Ninh Bình. Kết quả là xây dựng thang đo chính thức để khảo sát 300 mẫu. Thang đo chính thức gồm có 5 nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ băng rộng cố định tại Viễn thông Ninh Bình. Kết quả nghiên cứu bao gồm mô tả thông tin về mẫu của nghiên cứu định lượng, phương pháp phân tích dữ liệu và đánh giá thang đo bằng Cronbach's Alpha, EFA, kiểm định mô hình lý thuyết bằng phương pháp hồi quy tuyến tính đa biến.

Nghiên cứu đã trình bày kết quả kiểm định các thang đo thành phần sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ băng rộng cố định tại Viễn thông Ninh Bình và mô hình nghiên cứu. Kết quả cho thấy các thang đo có độ tin cậy thông qua kiểm định Cronbach's Alpha và EFA, điều này cho thấy mô hình lý thuyết đề xuất là phù hợp với thực tế tại Viễn thông Ninh Bình, cũng như các giả thuyết trong mô hình. Tất cả các lý thuyết đều được chấp nhận.