

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

TRỊNH THỊ MINH HẢI

**NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA
KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ
CÔNG CHỨNG TẠI THÀNH PHỐ
ĐÀ NẴNG**

Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh

Mã số: 60.34.05

**TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ
QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Đà Nẵng - Năm 2011

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS.Nguyễn Trường Sơn

Phản biện 1: PGS.TS. Nguyễn Thị Như Liêm

Phản biện 2: PGS.TS. Thái Thanh Hà

Luận văn được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 17 tháng 09 năm 2011

** Có thể tìm hiểu luận văn tại:*

- Trung tâm Thông tin - Học liệu, Đại học Đà Nẵng
- Thư viện Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng.

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Sau hơn 4 năm thực hiện Luật Công chứng, xã hội hóa hoạt động công chứng tại TPĐN đã được xã hội đón nhận với nhiều dấu hiệu tích cực. Bên cạnh 03 PCC thuộc Sở Tư pháp, UBND TPĐN đã cho phép thành lập 07 VPCC tại 07 quận, huyện nhằm đáp ứng nhu cầu công chứng của nhân dân thành phố và tạo điều kiện cho các giao dịch dân sự được nhanh chóng, kịp thời. Khách hàng được cung cấp các dịch vụ về công chứng một cách toàn diện, đảm bảo an toàn pháp lý, nhanh chóng, thuận tiện. Bên cạnh đó, biểu hiện cạnh tranh giữa các TCHNCC là điều dễ dàng nhận thấy.

Dịch vụ công chứng luôn gắn liền với nhu cầu đòi hỏi ngày càng cao của khách hàng. Cùng với sự phát triển của thị trường vốn, thị trường giao dịch bất động sản, nhu cầu công chứng sẽ có sự phát triển mạnh ở Việt Nam nói chung và TPĐN nói riêng nhằm kiểm định sự ràng và có tính chất pháp lý trong các quan hệ dân sự. Kết quả hoạt động công chứng sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới nhiều quan hệ xã hội và giao dịch khác phát sinh sau đó. Do đó, mọi TCHNCC cần phải hoàn thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ. Việc tìm ra những thành phần của chất lượng dịch vụ, các yếu tố hạn chế cũng như những yếu tố tác động vào sự hài lòng của khách hàng là tiền đề để nâng cao chất lượng dịch vụ. Nhận thức được tầm quan trọng của sự hài lòng của khách hàng đối với sự tồn tại và phát triển của các TCHNCC, nên tác giả chọn đề tài “*Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ công chứng tại thành phố Đà Nẵng*” nhằm hoàn thiện và phát triển các TCHNCC trong giai đoạn hiện nay.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Xác định các nhân tố và xây dựng các thang đo lượng hóa các nhân tố cấu thành sự hài lòng khách hàng công chứng và xây dựng mô hình hài lòng khách hàng công chứng tại TPĐN;

- Nghiên cứu, phân tích, đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến sự hài lòng khách hàng công chứng tại TPĐN;

- Kiến nghị một số giải pháp liên quan đến việc nâng cao mức độ hài lòng khách hàng công chứng tại TPĐN.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu là những khách hàng đang sử dụng dịch vụ công chứng tại các TCHNCC trên địa bàn TPĐN.

- Phạm vi nghiên cứu là các PCC và các VPCC gọi chung là các TCHNCC tại TPĐN.

4. Phương pháp nghiên cứu

Quy trình thực hiện nghiên cứu này được thực hiện thông qua hai bước chính: Nghiên cứu khám phá sử dụng phương pháp định tính và nghiên cứu chính thức sử dụng phương pháp định lượng.

Thông tin thu thập được sẽ được xử lý bằng phần mềm SPSS 16.0 và AMOS 16.0. Thang đo sau khi được đánh giá bằng phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA, hệ số tin cậy Cronbach alpha sẽ được sử dụng để phân tích nhân tố khẳng định CFA và phân tích mô hình cấu trúc SEM để kiểm định mô hình nghiên cứu.

5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của nghiên cứu

- Giúp UBND TPĐN, Sở Tư pháp và các TCHNCC có cái nhìn toàn diện về cảm nhận, đánh giá của khách hàng sử dụng dịch vụ công chứng, nắm bắt được các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ công chứng và có những hoạch định cải thiện chất lượng dịch vụ, nâng cao sự hài lòng khách hàng.

- Mô hình nghiên cứu này làm cơ sở cũng như là tài liệu tham khảo cho các nghiên cứu liên quan hay các nghiên cứu khác.

6. Cấu trúc luận văn

Đề tài nghiên cứu được chia thành 4 chương với nội dung cụ thể như sau:

Chương 1: Cơ sở lý thuyết và thực tiễn về mô hình nghiên cứu

Chương 2: Phương pháp nghiên cứu

Chương 3: Kết quả nghiên cứu

Chương 4: Kiến nghị, đề xuất

Chương 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ THỰC TIỄN VỀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

1.1. Dịch vụ và sự hài lòng khách hàng

1.1.1. Khái niệm dịch vụ

Theo Gronroos (1990), dịch vụ là một hoạt động hoặc chuỗi các hoạt động ít nhiều có tính chất vô hình trong đó diễn ra sự tương tác giữa khách hàng và các nhân viên tiếp xúc với khách hàng, các nguồn lực vật chất, hàng hóa hay hệ thống cung cấp dịch vụ.

Theo Zeithaml & Bitner (2000), dịch vụ là những hành vi, quá trình, cách thức thực hiện một công việc nào đó nhằm tạo giá trị sử dụng cho khách hàng làm thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng.

Theo Kotler & Armstrong (2004), dịch vụ là những hoạt động hay lợi ích mà doanh nghiệp có thể cống hiến cho khách hàng nhằm thiết lập, củng cố và mở rộng những quan hệ và hợp tác lâu dài với khách hàng.

1.1.2. Khái niệm dịch vụ hành chính công

Theo cách hiểu chung, hành chính công là thiết chế thực hiện quyền hành pháp, đưa chính sách, pháp luật vào cuộc sống.

Theo cách hiểu của các học giả về hành chính công tại Việt Nam, dịch vụ hành chính công là các hoạt động nhân danh công quyền nhà nước đáp ứng yêu cầu của người dân từ trật tự an ninh tới các thủ tục giấy tờ hành chính như cấp giấy phép, giấy chứng nhận, đăng ký, công chứng, thị thực hộ tịch, hộ khẩu, v.v... bảo đảm cho công dân học tập, làm ăn, sinh sống bình thường.

1.1.3. Khái niệm về chất lượng dịch vụ

Theo Berry & Parasuraman, Zeithaml (1985), chất lượng dịch vụ là sự đánh giá của khách hàng về tính siêu việt và sự tuyệt vời nói chung của một thực thể. Nó là một dạng của thái độ và các hệ quả từ một sự so sánh giữa những gì được mong đợi và nhận thức về những thứ ta nhận được. Chất lượng dịch vụ có thể khái quát là các dịch vụ theo quan điểm của khách hàng, chất lượng dịch vụ đồng nghĩa với việc đáp ứng mong đợi của khách hàng, thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Do vậy, chất lượng được xác định bởi khách hàng, như khách hàng mong muốn. Do nhu cầu của khách hàng thì đa dạng, cho nên chất lượng cũng sẽ có nhiều cấp độ tùy theo đối tượng khách hàng. Như vậy, chất lượng là phạm trù mang tính chủ quan, tùy thuộc vào nhu cầu, mong đợi của khách hàng.

1.1.4. Khái niệm về sự hài lòng khách hàng

Sự hài lòng của khách hàng là việc khách hàng căn cứ vào những hiểu biết của mình đối với một sản phẩm hay dịch vụ mà hình thành nên những đánh giá hoặc phán đoán chủ quan. Đó là một dạng cảm giác về tâm lý sau khi nhu cầu của khách hàng được thỏa mãn. Sự hài lòng của khách hàng được hình thành trên cơ sở những kinh nghiệm đặc biệt, được tích lũy khi mua sắm và sử dụng sản phẩm hay dịch vụ. Sau khi mua và sử dụng sản phẩm 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. Nếu như không căn cứ vào sự thể nghiệm cũng như kinh nghiệm của quá khứ và hiện tại thì khách hàng khó có thể đưa ra ý kiến vừa ý hay không vừa ý một sản phẩm hay một dịch vụ nào đó.

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

Trong lĩnh vực dịch vụ, chất lượng là nhân tố tác động nhiều nhất đến sự hài lòng của khách hàng (Cronin và Taylor, 1992; Yavas et al, 1997; Ahmad và Kamal, 2002). Nếu nhà cung ứng dịch vụ cung cấp cho thị trường những dịch vụ có chất lượng cao đáp ứng được nhu cầu khách hàng thì bước đầu những doanh nghiệp đó đã làm hài lòng khách hàng. Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng có mối tương quan chặt chẽ với nhau. Chất lượng dịch vụ là nhân tố có trước và quyết định sự hài lòng khách hàng.

1.1.6. Một số mô hình hài lòng khách hàng.

1.1.6.1. Mô hình hài lòng khách hàng của Parasuraman

Mô hình hài lòng khách hàng của Parasuraman chịu ảnh hưởng bởi sự thỏa mãn chức năng và mối quan hệ.

1.1.6.2. Mô hình chất lượng dịch vụ của Gi-Du Kang & Jeffrey James

Theo Gi-Du Kang & Jeffrey James (2004), chất lượng dịch vụ bao gồm 3 khía cạnh: Chất lượng kỹ thuật (Technical quality), Chất lượng chức năng (Functional quality) và hình ảnh (image) của công ty, doanh nghiệp.

1.1.6.3. Mô hình sự hài lòng đối với dịch vụ hành chính công của MORI

Viện nghiên cứu xã hội học MORI (2004) của Anh đại diện cho Văn phòng cải cách dịch vụ công thuộc Chính phủ đã đưa ra mô hình nghiên cứu sự hài lòng dịch vụ hành chính công bởi 5 nhân tố: Đáp ứng, kịp thời, chuyên nghiệp, thông tin, thái độ của nhân viên

1.1.6.4. Mô hình mức độ hài lòng của tổ chức, công dân đối với chất lượng dịch vụ hành chính công tại TPĐN

Viện Nghiên cứu phát triển kinh tế-xã hội thành phố (2010) đã sử dụng mô hình SERVPERF của Corin & Taylor để đánh giá chất lượng dịch vụ hành chính công thông qua 4 nhóm yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ, bao gồm: Khả năng tiếp cận, khả năng đáp ứng, chi phí sử dụng dịch vụ, cơ chế giám sát, khiếu nại, tố cáo.

1.2. Hài lòng khách hàng về dịch vụ công chứng

1.2.1. Dịch vụ công chứng

1.2.1.1. Khái niệm về dịch vụ công chứng

Theo Luật công chứng (2006) định nghĩa Công chứng là hoạt động dịch vụ hành chính công, là việc công chứng viên của các TCHNCC chứng nhận tính xác thực, tính hợp pháp của hợp đồng hoặc các giao dịch khác bằng văn bản, mà theo quy định của pháp luật phải công chứng hoặc cá nhân, tổ chức tự nguyện yêu cầu công chứng.

1.2.1.2. Đặc điểm dịch vụ công chứng

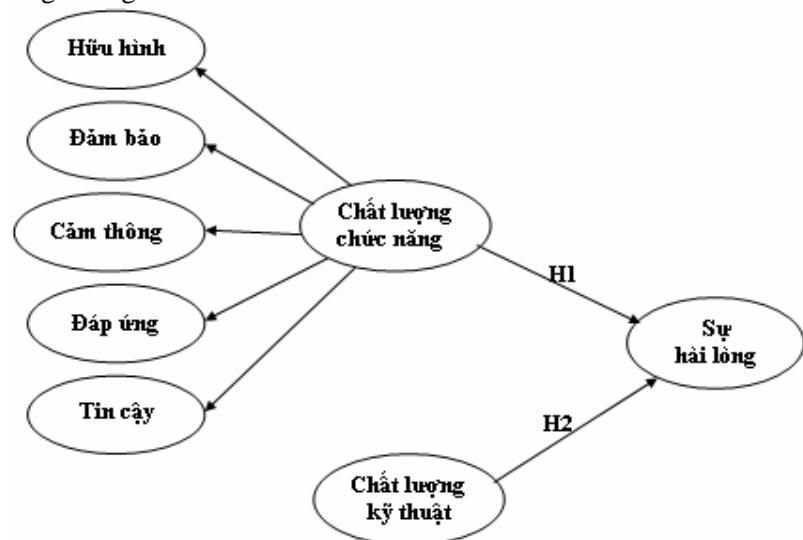
Dịch vụ công chứng là hoạt động dịch vụ hành chính công, tức là thực hiện một loại dịch vụ của Nhà nước. Đối tượng của hoạt động công chứng là các hợp đồng, giao dịch về dân sự, kinh tế, thương mại... Công chứng là hành vi của công chứng viên trong việc chứng nhận tính xác thực, tính hợp pháp của hợp đồng hoặc các giao dịch. Luật Công chứng đã đổi mới hình thức tổ chức và hoạt động công chứng theo hướng xã hội hoá. Hình thức TCHNCC ở địa phương gồm có PCC và VPCC.

1.2.2. Mô hình lý thuyết và các giả thiết nghiên cứu

Sự hài lòng là nhân tố tổng quan, xem xét nhận định của khách hàng trong tổng thể các nhân tố. Sự hài lòng của khách hàng chịu tác động của hai nhân tố đó là chất lượng chức năng, chất lượng kỹ thuật.

Chất lượng chức năng là cách thức TCHNCC cung cấp dịch vụ công chứng tới khách hàng, được đo lường bởi 5 thành phần: Hữu hình, đảm bảo, cảm thông, đáp ứng, độ tin cậy.

Chất lượng kỹ thuật là kết quả của quá trình cung cấp dịch vụ công chứng



Nguồn: Tác giả

Hình 1.7. Mô hình lý thuyết và các giả thiết của nghiên cứu

Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Thiết kế nghiên cứu

2.1.1. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện thông qua hai phương pháp: Nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng.

2.1.1.1. Nghiên cứu định tính

Theo Boyce (2005), hai phương pháp chủ yếu của nghiên cứu

định tính là thảo luận nhóm tập trung và phỏng vấn chuyên sâu. Trong đề tài này, mục đích của nghiên cứu định tính là tìm ra những nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng, đồng thời xây dựng bộ thang đo phù hợp với đề tài nghiên cứu và thực tiễn tại các TCHNCC trên địa bàn TPĐN.

2.1.1.2. Nghiên cứu định lượng

Nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua phương pháp phỏng vấn trực tiếp khách hàng tại TPĐN, qua bảng câu hỏi chi tiết nhằm đánh giá các thang đo và kiểm định mô hình lý thuyết cùng các giả thuyết đã đặt ra. Nghiên cứu chính thức này được thực hiện tại các TCHNCC trên địa bàn TPĐN.

2.1.2. Quy trình nghiên cứu

Bước 1: Xây dựng thang đo

Bước 2: Nghiên cứu khám phá

Bước 3: Nghiên cứu định lượng chính thức

2.2. Xây dựng thang đo

Sau khi nghiên cứu cơ sở lý thuyết và xây dựng thang đo nháp, sử dụng kỹ thuật thảo luận nhóm (có tham khảo ý kiến giáo viên hướng dẫn) việc hiệu chỉnh thang đo được thực hiện bằng cách tiến hành điều tra thử 50 khách hàng, rồi tiến hành xây dựng thang đo cho phù hợp.

2.2.1. Thang đo lường về các yếu tố cấu thành chất lượng chức năng

2.2.1.1. Thang đo thành phần hữu hình

Thang đo thành phần hữu hình được ký hiệu là HH và có 6 biến quan sát từ HH1 đến HH6 (trong đó HH2 và HH3 là hai biến quan sát được thêm vào từ kết quả của nghiên cứu khám phá) như sau:

Bảng 2.2. Thang đo thành phần hữu hình

HỮU HÌNH
HH1: Cơ sở vật chất (phòng làm việc, nhà vệ sinh, kho lưu trữ hồ sơ...) của tổ chức kang trang
HH2: Tổ chức có địa điểm làm việc thuận tiện
HH3: Tổ chức có điểm giữ xe an toàn cho khách hàng
HH4: Có đủ chỗ ngồi cho khách hàng trong khi chờ để giải quyết hồ sơ
HH5: Trang thiết bị (điện thoại, máy vi tính nối mạng, máy photocopy, máy fax...) được trang bị đầy đủ
HH6: Nhân viên có trang phục lịch sự

Nguồn: Tác giả

2.2.1.2. Thang đo thành phần đảm bảo

Thang đo thành phần đảm bảo sau khi nghiên cứu khám phá được ký hiệu là DB gồm 8 biến quan sát, có ký hiệu từ DB1 đến DB8 (trong đó là DB6, DB7, DB8 là 3 biến quan sát được thêm vào từ kết quả của nghiên cứu khám phá) như sau:

Bảng 2.3. Thang đo thành phần đảm bảo

ĐẢM BẢO
DB1: Nhân viên tạo được sự tin cậy với khách hàng
DB2: Nhân viên luôn nhã nhặn, lịch sự với khách hàng
DB3: Nhân viên có kiến thức chuyên môn để trả lời các câu hỏi của khách hàng
DB4: Nhân viên có tinh thần trách nhiệm khi giải quyết công việc
DB5: Nhân viên giải quyết công việc thành thạo
DB6: Nhân viên giải quyết công việc theo thứ tự hồ sơ
DB7: Các loại phí được niêm yết công khai, minh bạch
DB8: Các loại thủ tục, hồ sơ được niêm yết công khai, minh bạch

Nguồn: Tác giả

2.2.1.3. Thang đo thành phần cảm thông:

Thang đo thành phần cảm thông sau khi nghiên cứu khám phá được ký hiệu là CT gồm 5 biến quan sát, có ký hiệu từ CT1 đến CT5 như sau:

Bảng 2.4. Thang đo thành phần cảm thông

CẢM THÔNG
CT1: Nhân viên hiểu rõ nhu cầu cụ thể của khách hàng
CT2: Nhân viên luôn đem lại lợi ích tốt nhất cho khách hàng
CT3: Quan tâm giải quyết những khó khăn của khách hàng
CT4: Ưu tiên giải quyết hồ sơ trước cho người già, người tàn tật
CT5: Tổ chức tạo điều kiện thuận lợi theo nhu cầu của khách hàng

Nguồn: Tác giả

2.2.1.4. Thang đo thành phần đáp ứng

Thang đo thành phần đáp ứng được ký hiệu là DU và có 6 biến quan sát từ DU1 đến DU6 (trong đó DU1 và DU5 là hai biến quan sát được thêm vào từ kết quả của nghiên cứu khám phá) như sau:

Bảng 2.5. Thang đo thành phần đáp ứng

ĐÁP ỨNG
DU1: Thủ tục công chứng đơn giản
DU2: Dịch vụ được cung cấp một cách nhanh chóng
DU3: Nhân viên thông báo cho khách hàng biết khi nào dịch vụ được thực hiện
DU4: Nhân viên đáp ứng mọi yêu cầu chính đáng của khách hàng
DU5: Khách hàng được hướng dẫn chi tiết khi làm hồ sơ
DU6: Giải quyết thỏa đáng các khiếu nại của khách hàng

Nguồn: Tác giả

2.2.1.5. Thang đo thành phần độ tin cậy

Thang đo thành phần độ tin cậy (TC) sau khi thảo luận nhóm có 4 biến quan sát và có ký hiệu từ TC1 đến TC4 (trong đó, biến quan sát TC4 được thêm vào sau khi thảo luận nhóm).

Bảng 2.6. Thang đo thành phần độ tin cậy

ĐỘ TIN CẬY
TC1: Hồ sơ công chứng được trả đúng vào thời điểm cam kết
TC2: Nội dung văn bản được công chứng đúng như nhu cầu chính đáng của khách hàng
TC3: Đảm bảo tính riêng tư và bảo mật của khách hàng
TC4: Tổ chức tuân thủ giờ giấc làm việc

Nguồn: Tác giả

2.2.2. Thang đo lường về chất lượng kỹ thuật

Thang đo chất lượng kỹ thuật được ký hiệu là KT và được đo lường với ba biến quan sát KT1, KT2, KT3 như sau:

Bảng 2.7. Thang đo chất lượng kỹ thuật

CHẤT LƯỢNG KỸ THUẬT
KT1: Văn bản công chứng không sai sót về nội dung
KT2: Văn bản công chứng tuân thủ quy định của Luật Công chứng và các quy định pháp luật có liên quan
KT3: Văn bản công chứng được chấp thuận tại các cơ quan tiếp nhận

Nguồn: Tác giả

2.2.3. Thang đo lường sự hài lòng

Thang đo sự hài lòng được chỉnh lại, bổ sung cho phù hợp với thực tế. Thang đo này có ký hiệu là HL với 5 biến quan sát từ HL1 đến HL5.

Bảng 2.8. Thang đo sự hài lòng

SỰ HÀI LÒNG
HL1: Anh (chị) hài lòng với qui trình thủ tục công việc của tổ chức
HL2: Anh (chị) hài lòng với thời gian giải quyết công việc của tổ chức
HL3: Anh (chị) hài lòng với thái độ ứng xử của nhân viên
HL4: Anh (chị) hài lòng với kỹ năng hành nghề của nhân viên
HL5: Anh (chị) hài lòng với trách nhiệm của nhân viên khi tiến hành công chứng

Nguồn: Tác giả

2.3. Nghiên cứu chính thức

2.3.1. Mẫu điều tra

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên với cỡ mẫu 8,5% của tổng số lượt sử dụng dịch vụ công chứng năm 2010 theo từng TCHNCC. Quá trình thu thập thông tin dự kiến được tiến hành trong khoảng thời gian vào đầu tháng 4/2011, thực hiện gửi trực tiếp phiếu điều tra đến 447 khách hàng.

2.3.2. Kết cấu bảng câu hỏi khảo sát

Sau quá trình thảo luận nhóm và thu thập ý kiến chuyên gia, bảng câu hỏi được thiết kế gồm ba phần như sau:

Phần I của bảng câu hỏi được thiết kế để thu thập những thông tin chung về số lần sử dụng, loại dịch vụ công chứng mà khách hàng đã và đang sử dụng tại các TCHNCC và loại hình TCHNCC được khách hàng lựa chọn khi công chứng.

Phần II của bảng câu hỏi được thiết kế để thu thập sự đánh giá của khách hàng đối với các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng.

Phần III của bảng câu hỏi là một số thông tin cá nhân của khách hàng được phỏng vấn và các thông tin để phân loại đối tượng phỏng vấn.

Chương 3: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Phân tích tổng quan về tình hình hoạt động của các TCHNCC tại TPĐN

3.1.1. Cơ cấu tổ chức, cơ sở vật chất, trang thiết bị

Theo báo cáo của Sở Tư pháp, đến nay trên địa bàn thành phố có 10 TCHNCC, gồm 03 PCC và 07 VPCC (có 03 VPCC mới thành lập cuối năm 2010 và đầu năm 2011), phân bố hầu hết trên địa bàn các quận, huyện của thành phố.

Các TCHNCC có trụ sở làm việc khang trang, được trang bị đầy đủ các thiết bị, tiện nghi như máy vi tính, điều hòa, bàn ghế, tủ, kệ, phòng lưu trữ hồ sơ ... để phục vụ tổ chức, cá nhân đến giao dịch, đem lại sự hài lòng, tin cậy của khách hàng.

3.1.2. Kết quả thực hiện dịch vụ công chứng tại các TCHNCC

3.1.2.1. Về hồ sơ công chứng

Từ năm 2007 đến năm 2010, các TCHNCC trên địa bàn TPĐN đã công chứng được 189.863 việc.

3.1.2.2. Phí công chứng

Từ năm 2007 đến năm 2010, tổng số phí công chứng do các tổ chức hành nghề công chứng thu được: 55,3 tỷ đồng, nộp ngân sách: 25,7 tỷ đồng

3.1.2.3. Đánh giá hoạt động của các TCHNCC trong thời gian qua

Hoạt động của các TCHNCC trên địa bàn thành phố bước đầu đã đi vào nề nếp. Các TCHNCC đã giải quyết hồ sơ công chứng cho công dân và tổ chức nhanh chóng, đúng pháp luật, đáp ứng được nhu cầu công chứng nói chung cũng như yêu cầu đổi mới công tác cải cách hành chính.. Từ những kết quả đạt được, có thể nói việc xây

dựng, triển khai thực hiện phát triển TCHNCC trên địa bàn thành phố Đà Nẵng đã phát huy hiệu quả; hình thành được mạng lưới các TCHNCC trên tất cả các quận, huyện; bước đầu đặt nền móng cho việc quy hoạch các TCHNCC trong những năm tiếp theo.

3.2. Dữ liệu thu thập

Số phiếu điều tra phát ra là 447, số phiếu thu về là 423. Trong tổng số phiếu thu về, có 21 phiếu điều tra bị loại do không trả lời đầy đủ các câu hỏi trong phần khảo sát và phần yêu cầu bắt buộc trả lời. Như vậy, có 402 phiếu điều tra hoàn chỉnh được dùng cho nghiên cứu chính thức, đạt tỷ lệ là 89,93%. Số phiếu thu về tại các TCHNCC không dưới 5% tại một TCHNCC, nên được chấp nhận và sử dụng đưa vào phân tích điều tra.

3.3. Kết quả thống kê mô tả

3.3.1. Về giới tính:

Trong tổng số khách hàng phỏng vấn có 200 khách hàng là nam chiếm 49.8% và số khách hàng nữ được phỏng vấn là 202 khách hàng chiếm 44.6%. Đồng thời cũng cho thấy rằng tỉ lệ khảo sát mẫu theo giới tính khá đồng đều, không có sự chênh lệch giữa hai nhóm giới tính này.

3.3.2. Về độ tuổi

Trong tổng số khách hàng phỏng vấn có 128 khách hàng là trong độ tuổi 18-30 chiếm 31.8%, có 132 khách hàng chiếm 32.8% được phỏng vấn rơi vào độ tuổi từ 31 đến 40 tuổi. Nhóm tiếp theo có độ tuổi từ 41 đến 50 tuổi có 51 khách chiếm 22.6%, số khách hàng còn lại nằm trong độ tuổi từ 51 tuổi trở lên. Với các khách hàng được phỏng vấn có độ tuổi như trên, chênh lệch về tỷ lệ từng độ tuổi không quá cao, thể hiện tính khách quan về quan điểm của từng độ tuổi trong nghiên cứu.

3.3.3. Về nghề nghiệp

Kết quả phân tích cho thấy, đa số khách hàng được phỏng vấn có nghề nghiệp là công nhân viên văn phòng, doanh nghiệp (chiếm đến 37.1%), tiếp theo là nhóm khách hàng có nghề nghiệp là công chức, viên chức chiếm 25.1%, nhóm khách hàng làm nghề tự do chiếm 21.4% tổng số khách được phỏng vấn, số phần trăm còn lại là của nhóm nghề nghiệp khác. Không có khách hàng nào từ chối trả lời nội dung này.

3.3.4. Về số lần sử dụng dịch vụ công chứng trong 1 năm qua

Số lần sử dụng dịch vụ phổ biến của mẫu nghiên cứu rơi vào 2 trường hợp: một là dưới 3 lần có 168 khách hàng chiếm 41.8% còn hai là trên 10 lần có 102 khách chiếm 25.4% số khách hàng tham gia phỏng vấn. Số còn lại là từ 3-6 lần chiếm 20.6% và từ 7-10 lần chiếm 12.2%.

3.3.5. Về TCHNCC mà đối tượng được điều tra tham gia

Trong tổng số khách hàng phỏng vấn có 192 khách hàng là làm dịch vụ trong một năm vừa qua tại PCC chiếm 47.8% và số khách hàng làm dịch vụ ở VPCC là 88 người chiếm 21.9%, số khách hàng còn lại là làm dịch vụ ở cả hai tổ chức trên chiếm 30.3%. Đồng thời cũng cho ta thấy rằng tỉ lệ khảo sát mẫu theo TCHNCC khá đồng đều.

3.3.6. Về loại dịch vụ công chứng

Trong 402 khách được hỏi có 211 lần gặp câu trả lời làm công chứng hợp đồng chuyển dịch nhà đất chiếm 35.8% (được tính trên 589 câu trả lời) hay 52.5% (được tính trên 402 khách hàng được phỏng vấn). Loại công chứng hợp đồng vay, thế chấp tài sản có 135 câu trả lời chiếm 22.9% (được tính trên 589 câu trả lời) hay 33.6% (được tính trên 402 khách hàng được phỏng vấn). Loại công chứng

hợp đồng vay, thế chấp tài sản có 57 câu trả lời chiếm 9.7% (được tính trên 589 câu trả lời) hay 14.2% (được tính trên 402 khách hàng được phỏng vấn), loại dịch vụ này khách hàng làm rất ít. Còn lại là loại hợp đồng giao dịch khác 186 câu trả lời trên 589 câu trả lời.

3.4. Đánh giá thang đo bằng phân tích nhân tố khám phá (EFA)

3.4.1. Kết quả EFA nhân tố chất lượng chức năng

Tiến hành phân tích EFA với 29 biến quan sát. Sau quá trình EFA lần cuối này, một số biến của các khái niệm đã được loại bỏ nhưng không có sự xáo trộn biến giữa các khái niệm, vì vậy tên gọi các khái niệm ban đầu vẫn được giữ nguyên, cụ thể các thành phần Chất lượng chức năng bao gồm 5 thành phần với 18 biến quan sát.

3.4.2. Kết quả EFA nhân tố chất lượng kỹ thuật

Tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA cho thấy các biến quan sát của nhân tố Chất lượng kỹ thuật đạt yêu cầu cho phân tích tiếp theo.

3.4.3. Kết quả EFA nhân tố sự hài lòng chung

Kết quả EFA loại bỏ 01 biến quan sát, còn lại 04 biến quan sát của nhân tố sự hài lòng.

3.5. Kiểm định độ tin cậy của các thang đo

Các thang đo gồm 25 biến đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 nên được chấp nhận. Ngoài ra, hệ số Cronbach alpha của từng thành phần lớn hơn 0.6 nên các thang đo đạt yêu cầu.

3.6. Phân tích nhân tố khẳng định CFA

Mô hình này có Chi-square/df = 2.258 < 3 với giá trị p = 0.000, GFI= 0.925, CFI = 0.961, TLI = 0.952 đều > 0.9 và RMSEA = 0.056 < 0.08. Do đó, mô hình này phù hợp với dữ liệu thị trường.

Các thành phần HH, DB, CT, DU, TC đều không có mối tương quan giữa các sai số của biến quan sát nên đều đạt được tính đơn hướng. Các trọng số chuẩn hóa đều đạt tiêu chuẩn cho phép (>0.50) và có ý nghĩa thống kê ($P < 0.5$), do đó thang đo đạt được giá trị hội tụ.

Các thành phần Hữu hình, Đảm bảo, Cảm thông, Đáp ứng, Tin cậy đều đạt được giá trị phân biệt. Độ tin cậy tổng hợp của các khái niệm đều khá cao (≥ 0.818) và tổng phương sai trích cũng đều đạt yêu cầu về giá trị và độ tin cậy.

3.7. Kiểm định mô hình lý thuyết bằng mô hình SEM

Kết quả ước lượng của mô hình đề xuất có giá trị Chi-square có $P = 0.000$ (**Chi-square = 684.285**) và $\text{chi-square/df} = 2.553 < 3$, $\text{RMSEA} = 0.062 < 0.08$, và các chỉ tiêu $\text{TLI} = 0.914$; $\text{CFI} = 0.883$, $\text{GFI} = 0.923$ nên ta có thể kết luận mô hình xây dựng phù hợp với dữ liệu nghiên cứu.

Nhân tố sự hài lòng ảnh hưởng bởi hai yếu tố Chất lượng chức năng và Chất lượng kỹ thuật. Trong đó, nhân tố chất lượng kỹ thuật có sự tác động mạnh hơn với trọng số đã chuẩn hóa bằng 0.626, còn nhân tố chất lượng chức năng tác động yếu hơn với trọng số đã chuẩn hóa là 0.599. Hai nhân tố Chất lượng chức năng và Chất lượng kỹ thuật giải thích được 75.1% biến thiên của Sự hài lòng.

Kiểm định giả thuyết: (với độ tin cậy 95% hay với mức ý nghĩa 5%)

Giả thuyết H1: đánh giá của khách hàng về Chất lượng chức năng càng cao thì sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ công chứng càng lớn và ngược lại.

=> Chấp nhận H1 ($P_value = *** < 0.05$)

Giả thuyết H2: đánh giá của khách hàng về chất lượng kỹ

thuật càng cao thì sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ công chứng càng lớn và ngược lại.

=> Chấp nhận H2 ($P_value = *** < 0.05$)

3.8. Kiểm định ước lượng mô hình lý thuyết bằng Bootstrap

Bootstrap là phương pháp lấy mẫu lại có thay thế trong đó mẫu ban đầu đóng vai trò là đám đông. (Thọ & Trang, 2007). Nghiên cứu này sử dụng số lượng mẫu lặp lại $N=800$, độ lệch tuy xuất hiện nhưng trị tuyệt đối (CR) luôn ≤ 3 , ta có thể nói là độ chệch là tương đối nhỏ, không có ý nghĩa thống kê. Và như vậy, có thể kết luận là các ước lượng trong mô hình có thể tin cậy được.

3.9. Phân tích cấu trúc đa nhóm

3.9.1. Kiểm định sự khác biệt theo giới tính

Kết quả phân tích SEM cho thấy sự khác biệt giữa hai mô hình không có ý nghĩa ($P\text{-value} = 0.905 > 0.05$). Nói cách khác là không có sự khác biệt về Chi-square giữa hai mô hình. Do đó, ta chọn mô hình bất biến. Có nghĩa là không có sự khác biệt trong mỗi ảnh hưởng giữa chất lượng chức năng, chất lượng kỹ thuật đến sự hài lòng giữa nhóm khách hàng nam và nhóm khách hàng nữ.

3.9.2. Kiểm định sự khác biệt theo độ tuổi

Kết quả cho thấy $P\text{-value} = 0.609 > 0.05$ nên trong trường hợp này mô hình bất biến từng phần được chọn. Tức là, nhóm tuổi không làm thay đổi các mối quan hệ trong mô hình nghiên cứu. Có nghĩa là không có sự khác biệt trong mỗi ảnh hưởng giữa chất lượng chức năng, chất lượng kỹ thuật đến sự hài lòng giữa các nhóm tuổi.

3.9.3. Kiểm định sự khác biệt theo nghề nghiệp

$P\text{-value} = 0.401 > 0.05$, không có sự khác biệt về Chi-square giữa hai mô hình. Do đó, ta chọn mô hình bất biến. Có nghĩa là không có sự khác biệt trong mỗi ảnh hưởng giữa chất lượng chức năng, chất

lượng kỹ thuật đến sự hài lòng giữa các nhóm nghề nghiệp.

3.9.4. Kiểm định sự khác biệt theo TCHNCC

Kết quả phân tích cho thấy với nhóm khách hàng công chứng tại PCC và VPCC thì tất cả các nhân tố đều tác động đến Sự hài lòng của họ (các P-value < 0.05). Tuy nhiên, đối với nhóm lựa chọn công chứng tại cả hai tổ chức trên thì nhân tố chất lượng chức năng không tác động đến Sự hài lòng (có P-value = 0.248 > 0.05).

Chương 4: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

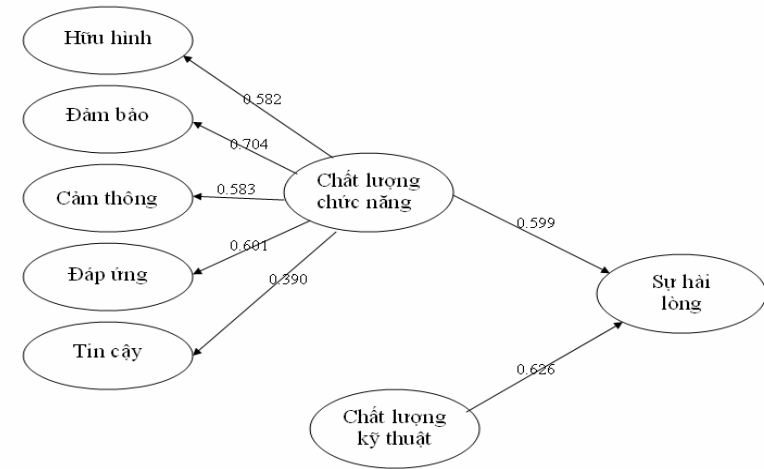
4.1. Tóm tắt nội dung nghiên cứu

Nghiên cứu đã xây dựng mô hình đo lường sự hài lòng dịch vụ công chứng được trình bày ở chương 1.

Phương pháp nghiên cứu được sử dụng để xây dựng, đo lường các thang đo và kiểm định mô hình lý thuyết (được trình bày ở chương 2) bao gồm hai bước: nghiên cứu khám phá và nghiên cứu chính thức. Kết quả nghiên cứu chính thức được sử dụng để phân tích, đánh giá thang đo lường các nhân tố tác động đến mức độ hài lòng của khách hàng (được trình bày trong chương 3).

4.2. Kết quả nghiên cứu chính và đóng góp của nghiên cứu

Hình 4.1 cho thấy sự hài lòng của khách hàng chịu ảnh hưởng bởi nhân tố: Giá trị chất lượng chức năng với trọng số đã chuẩn hóa là 0.599. Trong khi đó Giá trị chất lượng kỹ thuật với trọng số đã chuẩn hóa cao hơn là 0.626.



Nguồn: Tác giả

Hình 4.1. Mô hình đánh giá sự hài lòng của khách hàng

4.2.1. Những kết luận về nhân tố chất lượng chức năng

Theo như kết quả bảng trung bình đánh giá của khách hàng đối với thành phần chất lượng chức năng, TCHNCC cần tập trung đầu tư và cải thiện các vấn đề sau: Các khiếu nại của khách hàng; Thủ tục hồ sơ để công chứng hợp đồng, giao dịch; việc thông tin cho khách hàng biết khi dịch vụ sẽ được thực hiện; hướng dẫn chi tiết cho khách hàng khi làm hồ sơ tại các TCHNCC...

4.2.2. Những kết luận về nhân tố chất lượng kỹ thuật

Theo kết quả ở chương 3, nhân tố Chất lượng kỹ thuật ảnh hưởng mạnh đến sự hài lòng của khách hàng. Công chứng là dịch vụ pháp lý nên nếu chuyên môn không tốt, các văn bản công chứng có phát sinh sai sót về nội dung và không được các cơ quan tiếp nhận văn bản công chứng chấp nhận khách hàng sẽ không đến công chứng tại TCHNCC đó nữa. Do đó, chất lượng kỹ thuật tác động mạnh đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ công chứng.

4.3. Các kiến nghị liên quan đến nâng cao sự hài lòng của khách hàng:

4.3.1. Kiến nghị nâng cao chất lượng kỹ thuật

Sở Tư pháp nên phối hợp với các TCHNCC để tổ chức sinh hoạt nghiệp vụ công chứng định kỳ hàng tháng, quý và năm cho đội ngũ công chứng viên và chuyên viên các TCHNCC.

Sở Tư pháp phối hợp với các TCHNCC đề xuất UBND TP triển khai ứng dụng trên toàn bộ các TCHNCC phần mềm ngăn chặn cho các TCHNCC.

Sở Tư pháp cần thường xuyên tổ chức các cuộc thanh tra, kiểm tra về tổ chức và hoạt động công chứng định kỳ hàng tháng, quý, năm. Qua hoạt động thanh tra, kiểm tra, những ưu điểm, những mặt làm được của các TCHNCC cần được biểu dương trong các kết luận kiểm tra, thanh tra, đồng thời một số những hạn chế, thiếu sót về lời chứng, lưu trữ hồ sơ, thủ tục công chứng hợp đồng, giao dịch, sửa lỗi kỹ thuật... cần được thanh tra, kiểm tra chỉ ra cụ thể và yêu cầu các TCHNCC chấn chỉnh khắc phục, rút kinh nghiệm nhằm nâng cao chất lượng kỹ thuật của dịch vụ công chứng.

4.3.2. Kiến nghị về chất lượng chức năng

4.3.2.1. Nâng cao trình độ nghiệp vụ của công chứng viên, nhân viên

Các TCHNCC cần chú trọng công tác bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ cho công chứng viên, nhân viên, để kịp thời nắm bắt tình hình, phòng ngừa các sai phạm cũng như các vấn đề vướng mắc về chuyên môn nghiệp vụ công chứng.

4.3.2.2. Tăng cường công tác giải quyết khiếu nại, tố cáo

TCHNCC cần tổ chức tiếp dân thường xuyên, kịp thời nắm bắt những ý kiến công dân, tổ chức phản ánh, đồng thời tập trung giải quyết nhanh chóng, dứt điểm các đơn thư khiếu nại, tố cáo khắc phục những tồn tại, không có đơn thư tồn đọng. Các TCHNCC cần tập

trung mở sổ theo dõi, thụ lý đơn thư khiếu nại, tố cáo; tiếp nhận và xử lý các khiếu nại, tố cáo thông qua đường dây nóng, hộp thư góp ý, sổ góp ý để xử lý những thông tin liên quan về biểu hiện của hành vi những nhiễu, tiêu cực, vôi vĩnh của nhân viên thuộc đơn vị mình.

4.3.2.3. Tăng cường công khai và đơn giản hóa các thủ tục hành chính.

Trong thời gian đến để thủ tục công chứng đơn giản hơn, các TCHNCC nên điền các thông tin trong từng biểu mẫu của hồ sơ làm ví dụ giúp cho khách hàng khi tiếp cận dịch vụ dễ dàng, hiểu phải làm thế nào và hoàn thành hồ sơ nhanh chóng. Lựa chọn những nhân viên có năng lực chuyên môn hoặc tổ chức đào tạo, bồi dưỡng về chuyên môn, nghiệp vụ cho nhân viên làm việc tại bộ phận nhận hồ sơ, điều này góp phần làm cho việc giải thích, hướng dẫn thủ tục, hồ sơ rõ ràng, đầy đủ cho khách hàng.

4.3.2.4. Nâng cao chất lượng hệ thống cơ sở vật chất, trang thiết bị.

Các TCHNCC phải tiến hành nâng cấp, sửa chữa trụ sở làm việc, trang bị thêm các thiết bị như máy tính, bàn ghế, quạt, điều hòa để phục vụ cho nhân dân đến công chứng hợp đồng, giao dịch, đem lại sự hài lòng, tin cậy cho khách hàng.

4.4. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Một là, nghiên cứu chỉ được thực hiện đối với các khách hàng sử dụng dịch vụ công chứng tại các TCHNCC trên địa bàn TPĐN nên khả năng tổng quát hóa chưa cao. Hai là, nghiên cứu này được thực hiện tại TPĐN với độ lớn của mẫu vừa đủ cho phân tích mô hình tổng quát và mô hình riêng trong phân tích đa nhóm. Ba là, như tác giả được biết, thì đây là một trong những nghiên cứu đầu tiên về sự hài lòng dịch vụ công chứng. Do đó, các khái niệm đo lường có thể còn mới mẻ với người được điều tra nên ít nhiều ảnh hưởng đến độ tin cậy của các

câu trả lời. Bốn là, nghiên cứu chỉ mới tập trung vào bộ phận khách hàng cá nhân của các TCHNCC chưa tiếp cận được khách hàng là những tổ chức, doanh nghiệp nên chưa đánh giá được mức độ hài lòng của bộ phận khách hàng này. Năm là, nghiên cứu chỉ mới tập trung đánh giá sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ công chứng nói chung mà chưa nghiên cứu theo từng loại dịch vụ cụ thể với tính phức tạp khác nhau về chức năng cũng như tính chất dịch vụ.

KẾT LUẬN

Nghiên cứu sự hài lòng khách hàng về dịch vụ công chứng là một trong những cơ sở để các TCHNCC nói riêng và lãnh đạo Sở Tư pháp, lãnh đạo UBND TP thành phố nói chung xác định thực trạng năng lực cung ứng dịch vụ và hướng đến việc hoàn thiện trong tương lai.

Việc thực hiện tốt các yêu cầu, mục tiêu cung ứng dịch vụ công chứng góp phần cải thiện hình ảnh nền hành chính, đảm bảo tiến độ kế hoạch của Chương trình Cải cách thủ tục hành chính trên các lĩnh vực của thành phố... là nhân tố tích cực trong quá trình xây dựng và phát triển thành phố thời kỳ công nghiệp hóa - hiện đại hóa đất nước.

Trên cơ sở áp dụng các thang đo cấu thành của nhân tố chất lượng dịch vụ, mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng, Luận văn đã xác định các nhân tố tác động đến sự hài lòng khách hàng, lượng hóa sự tác động của từng nhân tố đối với sự hài lòng khách hàng, hình thành được mô hình nghiên cứu đầu tiên của sự hài lòng khách hàng về dịch vụ công chứng tại TPĐN. Thông qua việc đánh giá thang đo lường các nhân tố tác động đến mức độ hài lòng của khách hàng thông qua phân tích nhân tố khám phá

(EFA), hệ số tin cậy Cronbach's alpha, phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và kiểm định sự phù hợp của mô hình lý thuyết bằng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM, ước lượng Bootstrap và phân tích cấu trúc đa nhóm cho thấy các yếu tố cấu thành và thứ tự sự hài lòng về dịch vụ công chứng tương ứng gồm: Chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng (đảm bảo, đáp ứng, cảm thông, hữu hình, tin cậy).

Kết quả nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ công chứng cơ bản phù hợp với kết quả khảo sát khách hàng trước khi tiến hành phân tích dữ liệu. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, Luận văn đề xuất một số kiến nghị nhằm nâng cao sự hài lòng khách hàng đối với dịch vụ công chứng.

Về cơ bản, các mục tiêu nghiên cứu đặt ra cho đề tài đã đạt được ở một mức độ nhất định. Tuy nhiên, quá trình thực hiện vẫn bộc lộ nhiều hạn chế, làm cho những những kết luận của mô hình được đề xuất trong đề tài chưa thực sự thuyết phục. Cần tiếp tục hoàn thiện và sửa chữa những thiếu sót, nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng và ý nghĩa thực tiễn của đề tài.