BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

NGUYỄN QUANG THỦY

NGHIÊN CỨU SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI DÂN TRONG VIỆC SỬ DỤNG DỊCH VỤ HÀNH CHÍNH CÔNG TẠI THÀNH PHỐ KON TUM

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

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

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

Phản biện 1: **TS Nguyễn Xuân Lãn, Trường Đại học Kinh tế, ĐH Đà Nẵng.**

Phản biện 2: **PGS.TSKH Nguyễn Kế Tuấn, Trường Đại học KTQD Hà Nội.**

Luận văn được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Phân hiệu Đại học Đà Nẵng tại Kon Tum vào ngày 09 tháng 10 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 Đà Nẵng.

MỞ ĐẦU

1. TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI

Có thể nói ngày nay, cải cách hành chính là vấn đề mang tính toàn cầu. Cả các nước đang phát triển và các nước phát triển đều xem cải cách hành chính như một động lực mạnh mẽ để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, phát triển dân chủ và các mặt khác của đời sống xã hội.

Việc cải cách hành chính ở Việt Nam đang đi theo hướng làm cho bộ máy hành chính hoàn thiện hơn, hoạt động có hiệu lực, hiệu quả hơn, phục vụ nhân dân ngày một đúng pháp luật, tốt hơn và tiết kiệm nhất, dần từng bước chuyển nền hành chính từ cơ quan **cai quản** thành các cơ quan **phục vụ** nhân dân.

Sản phẩm của cải cách hành chính xét đến cùng là chất lượng dịch vụ công, trong đó có dịch vụ hành chính công. Sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ công là thước đo đánh giá sự trung thành và niềm tin đối với bộ máy công quyền, là nhân tố quyết định sự ổn định và đồng thuận của xã hội.

Với điều kiện của một thành phố miền núi mới được thành lập vào tháng 3 năm 2009, trong thời gian tới thành phố Kon Tum cần có sự phát triển về mọi mặt để thật sự xứng đáng là trung tâm chính trị, kinh tế-xã hội, hành chính của tỉnh Kon Tum. Do đó, việc nghiên cứu sự hài lòng của người dân trong việc sử dụng dịch vụ hành chính công tại thành phố Kon Tum có ý nghĩa thực tiễn nhằm cung cấp một số thông tin cần thiết, giúp cho chính quyền địa phương nâng cao chất lượng cung cấp các dịch vụ hành chính công, góp phần vào việc thực hiện thắng lợi mục tiêu chung của thành phố Kon Tum.

Từ những lý do đó, bản thân lựa chọn đề tài "**Nghiên cứu sự hài lòng của người dân trong việc sử dụng dịch vụ hành chính công tại thành phố Kon Tum**" để hoàn thành chương trình cao học của mình.

2. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU

- Xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân sử dụng các dịch vụ hành chính công.

- Hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về sự hài lòng khách hàng và đưa ra mô hình lý thuyết. Xây dựng các thang đo để lượng hoá các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng người dân đối với dịch vụ hành chính công.

- Xây dựng mô hình nghiên cứu sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ hành chính công tại thành phố Kon Tum. Khảo sát, đánh giá và kiểm định thực nghiệm mô hình nghiên cứu sự hài lòng khách hàng.

3. ĐỐI TƯỢNG, PHẠM VI NGHIÊN CỨU

- Đối tượng nghiên cứu: người dân đã và đang sử dụng dịch vụ hành chính công tại thành phố Kon Tum.

- Phạm vi nghiên cứu: làm rõ các nhân tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của người dân sử dụng dịch vụ hành chính công.

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Đề tài sử dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu sau: Điều tra khảo sát; Thống kê và phân tích thống kê; phương pháp chuyên gia; phương pháp thang đo, điều tra; và các phương pháp khác.

5. Ý NGHĨA KHOA HỌC VÀ THỰC TIỄN CỦA ĐỀ TÀI

Là cơ sở giúp lãnh đạo thành phố xác định các nhân tố và mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến sự hài lòng của người dân trong việc sử dụng dịch vụ hành chính công. Thông qua đó, đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ hành chính công trên địa bàn thành phố Kon Tum.

6. BỐ CỤC LUẬN VĂN

Luận văn được trình bày với kết cấu gồm **05 chương**, cụ thể:

Chương 1: Cơ sở lý thuyết và thực tiễn của đề tài.

Chương 2: Thiết kế nghiên cứu.

Chương 3: Quy trình nghiên cứu

Chương 4: Kết quả nghiên cứu.

Chương 5: Bình luận kết quả và kiến nghị.

Chương 1
CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ THỰC TIỄN CỦA ĐỀ TÀI

1.1. DỊCH VỤ VÀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ

1.1.1. Khái niệm và đặc điểm của dịch vụ

1.1.1.1. Khái niệm

Theo Zeithaml & Britner (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.

1.1.1.2. Những đặc điểm của dịch vụ

- Tính vô hình.
- Tính không thể tách rời.
- Tính không đồng nhất.
- Tính không tồn tại lâu dài.

1.1.1.3. Những vấn đề cần quan tâm trong quá trình cung cấp dịch vụ

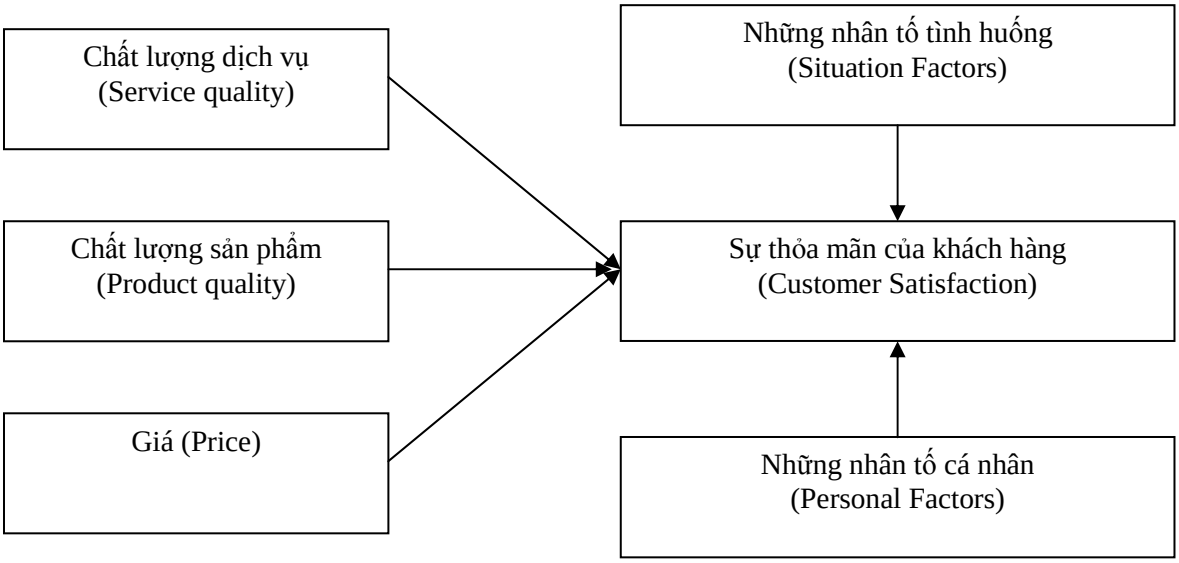
- Nhân tố con người và đặc điểm ứng xử.
- Tính minh bạch.
- Tính kịp thời.
- Tính không sai sót của dịch vụ.
- Tính tiện nghi.

1.1.2. Chất lượng dịch vụ

1.1.2.1. Chất lượng dịch vụ

Theo Zeithaml (1987), *chất lượng dịch vụ là sự đánh giá của khách hàng (là những người được cung cấp dịch vụ) về mức độ tuyệt vời hay hoàn hảo nói chung của một thực thể; nó là một dạng của thái độ và các hệ quả từ sự so sánh giữa những gì được mong đợi và nhận thức về những thứ mà khách hàng nhận được.*

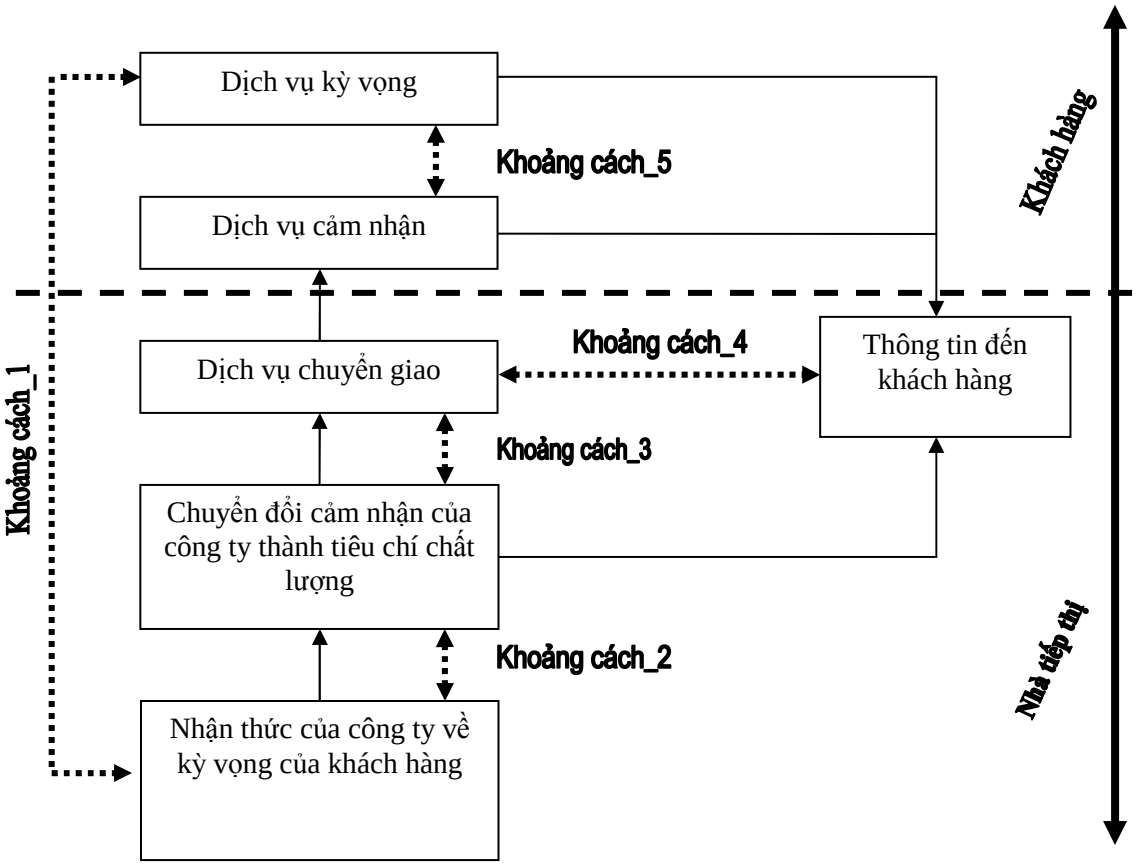
1.1.2.2. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn của khách hàng



Hình 1.1: Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ & sự thỏa mãn của k/hàng
Nguồn: Zeithaml & Bitner [2000], Service Marketing, MacGraw-Hill.

1.1.3. Mô hình khoảng cách chất lượng dịch vụ

1.1.3.1. Mô hình khoảng cách chất lượng dịch vụ của Parasuraman & ctg (1985)



Hình 1.3: Mô hình về khoảng cách trong sự cảm nhận chất lượng dịch vụ

Có 5 khoảng cách trong mô hình. Chất lượng dịch vụ là hàm số của khoảng cách thứ năm: CLDV = F (KC_5) = f (KC_1, KC_2, KC_3, KC_4).

1.1.3.2. Thành phần thang đo chất lượng dịch vụ

Bộ thang đo SERVQUAL nhằm đo lường sự cảm nhận dịch vụ thông qua năm hướng (chiều) chất lượng dịch vụ được định nghĩa bởi Parasuraman và các cộng sự (1988) bao gồm: Sự tin cậy (reliability), Sự đáp ứng hay là sự phản hồi (responsiness), Sự đảm bảo hay là năng lực phục vụ (assurance), Sự đồng cảm hay sự cảm thông (empathy), Sự hữu hình (tangibility).

1.2. KHÁI NIỆM VỀ SỰ HÀI LÒNG KHÁCH HÀNG

1.2.1. Khái niệm về sự hài lòng

Sự thỏa mãn (hài lòng) là mức độ của trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh nhận thức về một sản phẩm so với mong đợi của người đó.

1.2.2. Mục tiêu đo lường sự hài lòng của khách hàng

Đo lường sự hài lòng (thỏa mãn) của khách hàng nhằm biết ý kiến đánh giá của khách hàng, cách khách hàng tiếp nhận dịch vụ... qua đó đề xuất cách thức để thu hút và giữ được nhiều khách hàng hơn.

1.2.3. Phân loại sự hài lòng khách hàng

Sự hài lòng của khách hàng được chia thành 3 loại: hài lòng tích cực; hài lòng ổn định; hài lòng thụ động.

1.3. DỊCH VỤ HÀNH CHÍNH CÔNG VÀ SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI DÂN

1.3.1. Dịch vụ hành chính công

1.3.1.1. Dịch vụ công

Dịch vụ công là hoạt động phục vụ các nhu cầu chung thiết yếu, quyền và nghĩa vụ cơ bản của công dân do các cơ quan nhà nước thực hiện hoặc uỷ nhiệm cho các tổ chức phi nhà nước.

1.3.1.2. Dịch vụ hành chính công

Dịch vụ hành chính công là hoạt động do các tổ chức hành chính thực hiện liên quan đến việc phục vụ các quyền và nghĩa vụ cơ bản của công dân và phục vụ hoạt động quản lý nhà nước, về cơ bản dịch vụ này do cơ quan nhà nước thực hiện.

1.3.2. Các đặc điểm của dịch vụ hành chính công

Việc cung ứng dịch vụ hành chính công luôn gắn liền với thẩm quyền hành chính-pháp lý của các cơ quan hành chính nhà nước.

Dịch vụ hành chính công là các hoạt động phục vụ cho hoạt động quản lý của nhà nước.

Các hoạt động không nhằm mục đích lợi nhuận.

Mọi khách hàng có quyền ngang nhau trong tiếp nhận và sử dụng.

1.3.3. Tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ hành chính công.

1.3.3.1. Tiêu chí về mục tiêu hoạt động của cơ quan hành chính nhà nước.

1.3.3.2. Tiêu chí phản ánh các yếu tố cấu thành đầu vào của c.q hành chính.

1.3.3.3 Tiêu chí về giải quyết công việc cho người dân.

1.3.3.4. Tiêu chí phản ánh đầu ra của dịch vụ hành chính.

1.3.3.5. Tiêu chí đánh giá kết quả của đầu ra.

1.4. THỰC TIỄN HOẠT ĐỘNG HÀNH CHÍNH CÔNG TẠI THÀNH PHỐ KON TUM

1.4.1. Đặc điểm tự nhiên: Thành phố Kon Tum nằm về phía bắc cao nguyên Nam Trung Bộ và về phía nam của tỉnh Kon Tum, dân số khoảng 150 nghìn người, phân bố ở 21 phường, xã. Phía nam giáp tỉnh Gia Lai, phía bắc giáp huyện Đắk Hà, phía đông giáp huyện Kon Rẫy, phía tây giáp huyện Sa Thầy, án ngữ cửa ngõ phía nam của tỉnh.

1.4.2. Thực trạng hoạt động của các cơ quan hành chính: Hiện thành phố Kon Tum đã áp dụng tiêu chuẩn ISO 9001: 2008 để đánh giá, kiểm soát thường xuyên hoạt động của các cơ quan hành chính trong việc giải quyết các công việc của cá nhân, tổ chức, đảm bảo việc giải quyết các công việc của dân đơn giản, nhanh gọn, đúng pháp luật, đúng thời hạn, đúng thủ tục, với phương châm: tiếp đón niềm nở, xưng hô lịch sự, hướng dẫn cặn kẽ, giải quyết đúng hạn.

1.4.3. Thực trạng cung cấp và chất lượng dịch vụ hành chính công trên địa bàn thành phố Kon Tum: Các thủ tục hành chính đều có quy trình xử lý công việc niêm yết công khai, minh bạch; Công tác quản lý tài liệu, hồ sơ được cập nhật và đạt hiệu quả hơn; Nhận thức về chức trách của cán bộ, công chức được cải thiện rõ thông qua tính tự giác, chủ động và hiệu quả cụ thể của từng công đoạn tác nghiệp; Hoạt động đánh giá chất lượng nội bộ được quan tâm thực hiện; Năng suất, chất lượng của các hoạt động tác nghiệp được nâng cao; Sự phối hợp liên thông giữa các công đoạn, bộ phận nhịp nhàng, đồng bộ, giảm chồng chéo, nâng cao hiệu quả. Tuy nhiên, trình độ, năng lực và tinh thần trách nhiệm, thái độ phục vụ của một bộ phận cán bộ công chức chưa đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ; thời gian trả kết quả đối với một số hồ sơ còn chậm, công tác chăm sóc, hỗ trợ, hướng dẫn cho người dân có lúc chưa được quan tâm đúng mức.

Chương 2
THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU

2.1. CÁC MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU VỀ SỰ HÀI LÒNG

2.1.1. Sắp xếp mô hình theo không gian nghiên cứu

2.1.1.1. Mô hình nghiên cứu sự hài lòng khách hàng của Mỹ.

Giá trị cảm nhận chịu tác động bởi chất lượng cảm nhận và sự mong đợi của khách hàng.

2.1.1.2. Mô hình nghiên cứu sự hài lòng khách hàng của Châu Âu.

Sự hài lòng của khách hàng là sự tác động tổng hòa của 4 nhân tố hình ảnh, giá trị cảm nhận, chất lượng cảm nhận về cả sản phẩm hữu hình và vô hình.

2.1.1.3. Mô hình hài lòng khách hàng của Việt Nam.

Sự hài lòng khách hàng có 4 biến số khởi đầu là: hình ảnh thương hiệu, chất lượng mong đợi, chất lượng cảm nhận, giá trị cảm nhận.

2.1.2. Sắp xếp theo tác giả mô hình

2.1.2.1. Mô hình nghiên cứu sự hài lòng khách hàng của Kano.

2.1.2.2. Mô hình hài lòng khách hàng của Parasuraman

Parasuraman & ctg (1988, 17) định nghĩa chất lượng dịch vụ là “mức độ khác nhau giữa sự mong đợi của người tiêu dùng về dịch vụ và nhận thức của họ về kết quả của dịch vụ”. Sự thoả mãn chức năng đạt được khi khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ đạt chất lượng với giá cả hợp lí.

2.1.2.3. Mô hình nghiên cứu sự hài lòng khách hàng SERVPERF

Với mô hình SERVPERF, Cronin và Taylor (1992): mức độ cảm nhận của khách hàng đối với sự thực hiện dịch vụ của doanh nghiệp phản ánh tốt nhất chất lượng dịch vụ. Chất lượng dịch vụ=Mức độ cảm nhận.

2.1.3. Mô hình CSI trong dịch vụ hành chính công

Mô hình chỉ số hài lòng của khách hàng trong dịch vụ hành chính công được xem xét và đo lường bởi các biến số: Hình ảnh; Sự mong đợi; Chất lượng cảm nhận; Giá trị cảm nhận; Sự trung thành.

2.2. SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ HÀNH CHÍNH CÔNG

2.2.1. Một số tiêu chí nhận biết sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ hành chính công

- Số lần người dân đến giao dịch tại bộ phận tiếp nhận.
- Mức độ quan tâm đến các loại hình dịch vụ của UBND thành phố.
- Khách hàng không ngừng có ý kiến để cải thiện chất lượng dịch vụ.
- Cởi mở và vui vẻ khi đến giao dịch tại UBND thành phố.

2.2.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ hành chính công

2.2.2.1. Độ tin cậy của dịch vụ

2.2.2.2. Chất lượng dịch vụ

2.2.2.3. Đội ngũ cán bộ công chức phục vụ

2.2.2.4. Chi phí và thời gian để có dịch vụ

2.2.2.5. Cơ sở vật chất

2.2.2.6. Chăm sóc khách hàng

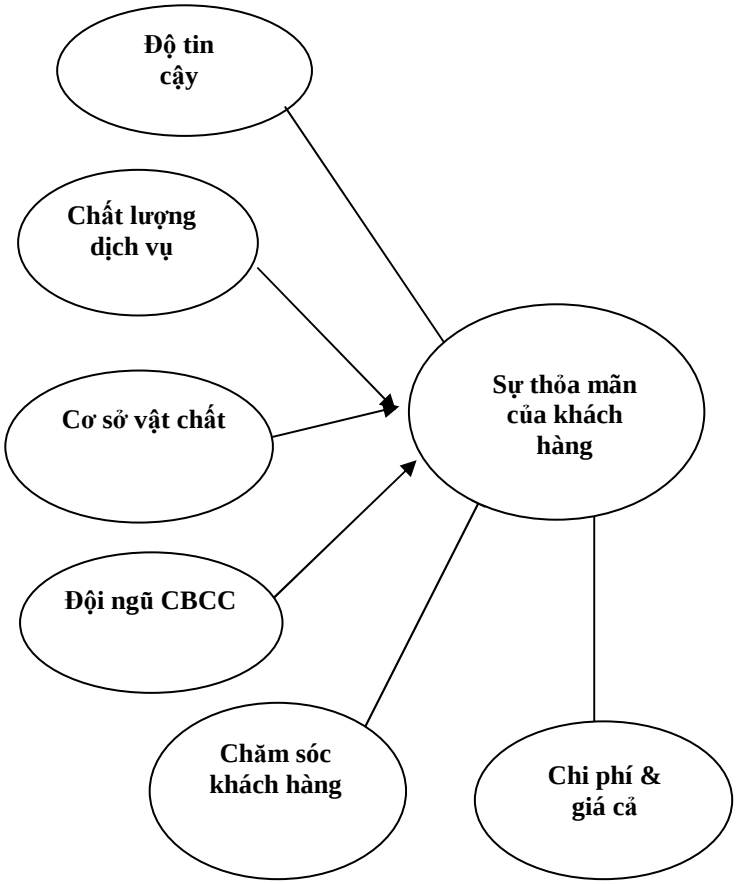
2.3. ĐỀ XUẤT MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.3.1. Mục tiêu nghiên cứu

- Xác định các yếu tố, đặc tính dịch vụ mà người dân luôn quan tâm.
- Xác định những vấn đề không hài lòng của người dân khi sử dụng dịch vụ hành chính công.
- Tìm hiểu những điều mong đợi của người dân đối với dịch vụ được cung cấp.

2.3.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Trên cơ sở kết hợp nghiên cứu một số mô hình nghiên cứu sự hài lòng khách hàng, căn cứ kết quả thảo luận nhóm, quá trình nghiên cứu và tình hình cung cấp dịch vụ hành chính công tại thành phố Kon Tum, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:



Hình 2.7: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Chương 3
QUY TRÌNH NGHIÊN CỨU

3.1. QUY TRÌNH NGHIÊN CỨU

Hình 3.1. Qui trình nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng

3.2. CÁC GIAI ĐOẠN NGHIÊN CỨU

3.2.1. Nghiên cứu định tính

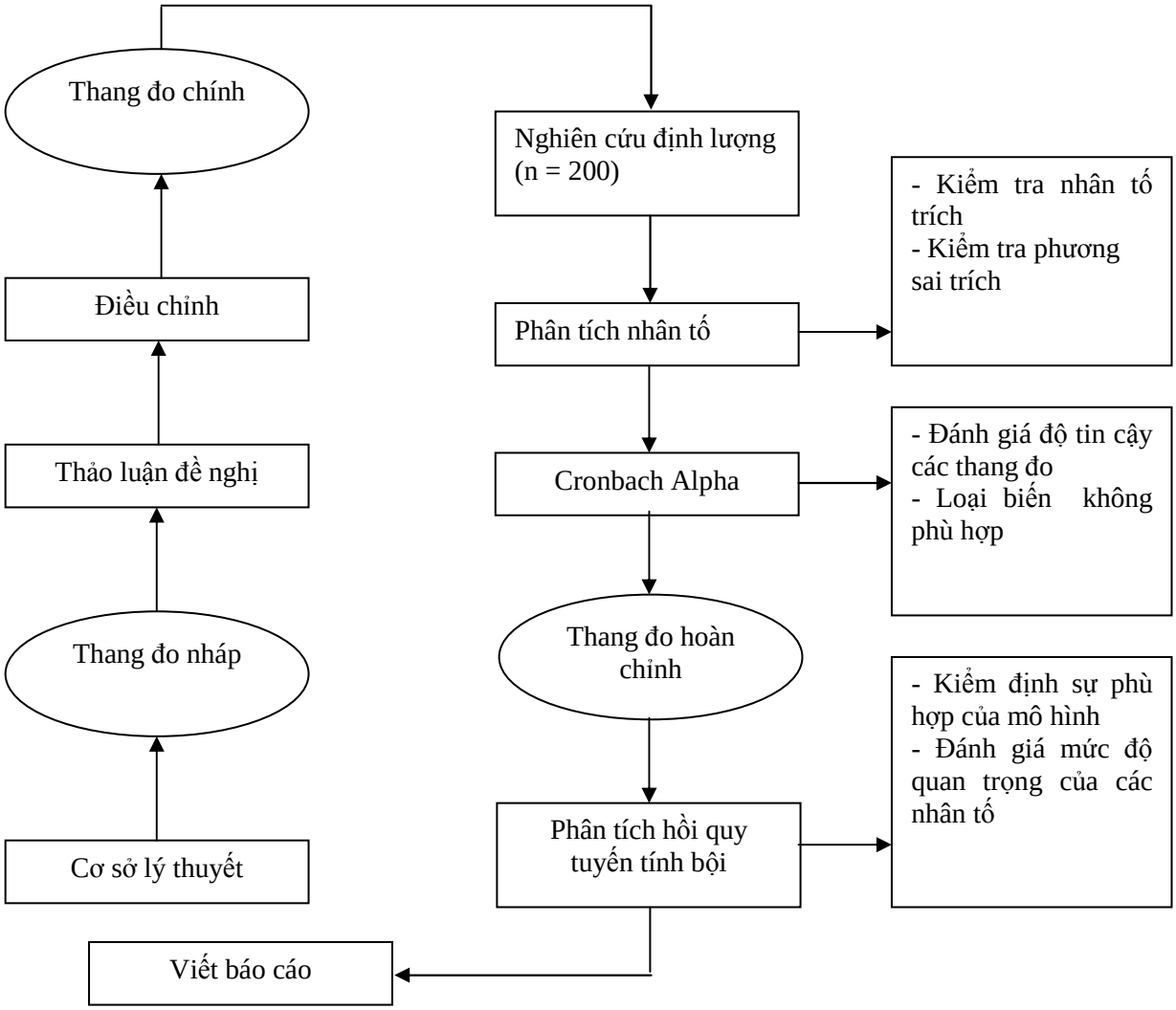
Bước 1: Thảo luận nhóm: Thảo luận nhóm với các đồng nghiệp, cán bộ có thâm niên lâu năm và trực tiếp thực hiện dịch vụ hành chính công trên địa bàn thành phố. Kết quả đồng ý các yếu tố chính ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân là: (1) Độ tin cậy, (2) Chất lượng dịch vụ, (3) Đội ngũ cán bộ công chức, (4) Cơ sở vật chất, (5) Thời gian và chi phí, (6) Chăm sóc khách hàng.

Bước 2: Tham khảo ý kiến chuyên gia: Tham khảo trực tiếp ý kiến của một số cán bộ làm việc tại UBND thành phố Kon Tum, với mục đích bổ sung hoặc gạn lọc các biến để có được các biến phù hợp hơn.

Bước 3: Thực hiện các nghiên cứu định tính: Tiến hành phỏng vấn bảng câu hỏi với 20 khách hàng.

3.2.2. Nghiên cứu định lượng

Từ quy trình nghiên cứu nêu trên và quy trình nghiên cứu của TS. Vũ Thế Dũng, tác giả thiết lập quy trình nghiên cứu cho đề tài với n = 200.



Hình 3.3: Quy trình nghiên cứu của đề tài

3.3. XÂY DỰNG THANG ĐO

3.3.1. Thang đo Độ tin cậy: gồm 05 biến quan sát và được đo lường bằng thang Linkert 5 mức độ.

3.3.2. Thang đo Chất lượng dịch vụ: gồm 06 biến q/sát và được đo lường bằng thang Linkert 5 mức độ.

3.3.3. Thang đo Đội ngũ công chức: gồm 05 biến q/sát và được đo lường bằng thang Linkert 5 mức độ.

3.3.4. Thang đo Chi phí và Thời gian: gồm 04 biến quan sát và được đo lường bằng thang Linkert 5 mức độ.

3.3.5. Thang đo Cơ sở vật chất: gồm 03 biến quan sát và được đo lường bằng thang Linkert 5 mức độ.

3.3.6. Thang đo Chăm sóc, hỗ trợ người dân: gồm 04 biến quan sát và được đo lường bằng thang Linkert 5 mức độ.

3.3.7. Thang đo Sự hài lòng: gồm 05 biến và được đo lường bằng thang Linkert 5 mức độ.

3.4. ĐÁNH GIÁ SƠ BỘ THANG ĐO.

3.4.1. Phân tích nhân tố EFA

Phương pháp EFA được dùng để xác định các biến đại diện của từng nhân tố. Các biến số có trọng số (factor loading) nhỏ hơn 0.50 sẽ bị loại. Phương pháp trích hệ số sử dụng là principal component với phép quay varimax và điểm dừng khi các yếu tố có eigenvalue = 1. Thang đo được chấp nhận khi tổng phương sai trích bằng hoặc lớn hơn 50%.

3.4.2. Hệ số tin cậy Cronbach Alpha (CA)

Hệ số CA dùng để kiểm tra tính nhất quán nội tại của các biến đại diện của từng nhân tố. Hệ số CA sẽ loại bỏ các biến không phù hợp. Đó là những biến có hệ số Cronbach alpha nhỏ hơn 0.6

3.5. MẪU NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG CHÍNH THỨC

Mô hình nghiên cứu có số biến quan sát là 32. Để đạt được kích thước mẫu đề ra, 220 bản câu hỏi được gửi đi phỏng vấn. Tổng số bản câu hỏi thu về là 205 bản

(93,2%). Trong số 205 bản thu về có 05 bản không hợp lệ. Kết quả là 200 bản câu hỏi hợp lệ được sử dụng làm dữ liệu cho nghiên cứu (91%).

3.6. PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH DỮ LIỆU.

Phần mềm SPSS 16.0 được sử dụng chủ yếu trong phân tích dữ liệu.

Chương 4
KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. PHÂN TÍCH CẢM NHẬN CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI CÁC NHÂN TỐ TRƯỚC KHI KIỂM ĐỊNH THANG ĐO

4.1.1. Cảm nhận của khách hàng về Độ tin cậy: Kết quả đánh giá của người dân về nhân tố Độ tin cậy là khá cao **3.904**.

4.1.2. Cảm nhận của khách hàng chất lượng dịch vụ: Kết quả đánh giá của người dân về nhân tố Chất lượng dịch vụ là tương đối khá **3.542**.

4.1.3. Cảm nhận của khách hàng về đội ngũ cán bộ công chức: Kết quả đánh giá của người dân về nhân tố Đội ngũ cán bộ công chức ở mức tương đối khá **3.586**.

4.1.4. Cảm nhận của khách hàng về Chi phí và thời gian: Về chi phí và thời gian được người dân đánh giá ở mức khá là **3.75**.

4.1.5. Cảm nhận của khách hàng về Cơ sở vật chất: Về Cơ sở vật chất được người dân đánh giá ở mức thấp: **3.22**.

4.1.6. Cảm nhận của khách hàng về Chăm sóc khách hàng: Về Chăm sóc khách hàng được người dân đánh giá ở mức tương đối khá: **3.535**.

4.1.7. Phân tích tổng hợp cảm nhận của khách hàng về sáu nhân tố: Sáu nhân tố trên đều được khách hàng cảm nhận trên mức trung bình.

4.2. PHÂN TÍCH NHÂN TỐ (EFA)

4.2.1. Phân tích các thang đo thuộc nhân tố chất lượng dịch vụ

Toàn bộ 27 biến được đưa vào phân tích nhân tố khám phá (EFA).

Phân tích lần đầu cho thấy, hệ số KMO là 0.897 > 0.5 , tổng phương sai trích là 61.634% với tiêu chuẩn eigenvalues 1.255 > 1 và dừng lại ở 6 nhân tố phân tích được. Tuy nhiên trong Ma trận hệ số tải nhân tố có 01 biến “Có giấy biên nhận hẹn ngày nhận kết quả” quan hệ cùng lúc với 2 nhân tố. Thêm vào đó, các biến nhỏ hơn 0 gồm có: “Có hệ thống cung cấp thông tin phù hợp”, “Có quy trình giải quyết khiếu nại khoa học”, “Có đường dây điện thoại nóng”, “Tác phong lịch sự, nhanh nhẹn”.

Đưa biến “Tác phong lịch sự, nhanh nhẹn” ra, chúng ta tiếp tục phân tích nhân tố các biến độc lập lần hai. Kết quả cho thấy

Sau khi nhận định mối quan hệ giữa các biến và các nhân tố mới được hình thành, tạo lập hệ thống các nhân tố mới tương ứng với 6 nhân tố.

Trong lượt phân tích nhân tố lần 2 và nhóm gộp các nhân tố, hệ số KMO = 0.899 > 0.6, điều đó khẳng định giá trị này đảm bảo tính thích hợp của việc phân tích nhân tố khám phá và mức độ ý nghĩa của dữ liệu đưa vào phân tích phân tích nhân tố. Thống kê chi-Square của kiểm định Bartlett đạt giá trị 2.265E3 với mức ý nghĩa Sig = 0.000 << 0.05, như vậy các biến quan sát có tương quan với nhau xét trên phạm vi tổng thể. Phân tích phương sai trích Bảng 4.10 cho thấy phương sai trích đạt giá trị 63.561%, giá trị này trên mức trung bình và đảm bảo 6 nhân tố mới (sau khi nhóm gộp) giải thích 63.561% biến thiên của dữ liệu, các thang đo được rút ra và nhóm gộp được chấp nhận. Điểm dừng khi trích các yếu tố tại nhân tố thứ 6 (sau nhóm gộp) với egenvalua = 1.210

4.2.2. Phân tích thang đo thuộc nhân tố sự hài lòng của người dân

Ngay trong lần phân tích đầu cho thấy, hệ số KMO là 0.854 > 0.5 , tổng phương sai trích là 64.952% với tiêu chuẩn eigenvalues 3.248 > 1 và dừng lại ở 01 nhân tố phân tích được. Các yêu cầu đều được đảm bảo và cả 05 biến đều đại diện cho Sự hài lòng của người dân.

4.3. PHÂN TÍCH CROMBACH'S ALPHA (CA) CHO CÁC THANG ĐO *(kiểm định độ tin cậy thang đo các nhân tố)*

4.3.1. Kiểm định thang đo nhân tố Độ tin cậy

Hệ số CA đạt giá trị 0.810 > 0.6 và đáp ứng được điều kiện giá trị với cả 5 biến đều đạt yêu cầu.

4.3.2. Kiểm định thang đo nhân tố Chất lượng dịch vụ

Hệ số CA đạt giá trị 0.884 > 0.6 và đáp ứng được điều kiện giá trị với cả 6 biến đều đạt yêu cầu.

4.3.3. Kiểm định thang đo nhân tố Đội ngũ cán bộ công chức

Hệ số CA đạt giá trị 0.860 > 0.6 và đáp ứng được điều kiện giá trị với 04 biến đều đạt yêu cầu.

4.3.4. Kiểm định thang đo nhân tố Chi phí và thời gian

Hệ số CA đạt giá trị 0.783 > 0.6 và đáp ứng được điều kiện giá trị với 04 biến đều đạt yêu cầu.

4.3.5. Kiểm định thang đo nhân tố Cơ sở vật chất

Hệ số CA đạt giá trị 0.744 > 0.6 và đáp ứng được điều kiện giá trị với 03 biến đều đạt yêu cầu.

4.3.6. Kiểm định thang đo nhân tố Chăm sóc và hỗ trợ người dân

Hệ số CA đạt giá trị 0.701 > 0.6 và đáp ứng được điều kiện giá trị với 04 biến đều đạt yêu cầu.

4.3.7. Kiểm định thang đo nhân tố Sự hài lòng

Hệ số CA đạt giá trị 0.865 > 0.6 là khá cao và đáp ứng được điều kiện giá trị với 05 biến đều đạt yêu cầu.

Với sự đảm bảo điều kiện trong phân tích EFA, nhân tố mức độ hài lòng chung được đưa vào kiểm định độ tin cậy, hệ số Cronbach’s Alpha đạt 0.865 > 0.6, giá trị này tương đối cao và đảm bảo sự phù hợp. Mặt khác, hệ số tương quan biến tổng của các biến đều > 0.3 nên các biến được giữ lại để tiếp tục thực hiện việc phân tích hồi quy trong quy trình tiếp theo.

4.4. KIỂM ĐỊNH SỰ PHÙ HỢP CỦA MÔ HÌNH

Mô hình hồi quy bội tổng quát có dạng :

$$Y_i = \beta_1 + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + \beta_4 X_{4i} + \beta_5 X_{5i} + \beta_6 X_{6i} + \beta_7 X_{7i} + U_i$$

Căn cứ các giá trị sig trong bảng Coefficients đều nhỏ hơn 0.05 nên có thể khẳng định Sự hài lòng của người dân trong sử dụng dịch vụ hành chính công chịu tác động bởi cả 04 nhân tố: Độ tin cậy, Chất lượng dịch vụ, Đội ngũ cán bộ công chức, Chi phí và thời gian. Mô hình sau khi phân tích có dạng:

$$Y_i = - 0.486 + 0.178\ X_{2i} + 0.386\ X_{3i} + 0.220\ X_{4i} + 0.270\ X_{5i}$$

Hệ số R^2 điều chỉnh đạt giá trị 0.619 tức cho thấy mô hình giải thích được 61.9% thực tế.

Hệ số Durbin Watson với giá trị d đạt được là 2.144 (xấp xĩ 2) và chấp nhận giả thuyết không có sự tương quan chuỗi bậc nhất trong mô hình.

Các hệ số phóng đại phương sai VIF trong mô hình đều nhỏ hơn 5 (1.651-1.763) thể hiện tính đa cộng tuyến của các biến độc lập là không đáng kể và các biến trong mô hình được chấp nhận.

Tuy nhiên, quá trình thực hiện khảo sát còn gặp một số hạn chế nhất định, đó là:

- Nhóm đối tượng nghiên cứu mà đề tài nhắm đến mới tập trung chủ yếu vào cá nhân sử dụng dịch vụ hành chính công.

- Đa số người dân sử dụng dịch vụ hành chính công thuộc các lĩnh vực khác nhau với thời gian hạn chế nên việc nhìn nhận và đánh giá vấn đề nghiên cứu chưa sâu sắc.

- Do hạn chế của phương pháp nên chưa thể đưa hết các biến còn thiếu vào mô hình phân tích.Vì vậy, 38,1% thực tế chưa được mô hình giải thích.

Chương 5
BÌNH LUẬN KẾT QUẢ VÀ KIẾN NGHỊ

5.1. BÌNH LUẬN SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI DÂN THEO MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Nhân tố 1: Độ tin cậy

Kết quả nghiên cứu xác định chất lượng dịch vụ hành chính công bị ảnh hưởng bởi 5 biến quan sát thuộc nhân tố Độ tin cậy với hệ số Beta là 0,178. Điều này có nghĩa, các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng khách hàng có bị ảnh hưởng bởi Độ tin cậy nhưng chỉ đứng ở hàng thứ tư trong 4 nhân tố. UBND thành phố Kon Tum nên quan tâm đến nhân tố này, nhưng nếu vì điều kiện chưa đáp ứng được thì có thể tập trung cho 3 nhân tố Chất lượng, Đội ngũ cán bộ công chức và nhân tố Chi phí và thời gian trước.

Nhân tố 2: Chất lượng dịch vụ

Kết quả nghiên cứu xác định chất lượng dịch vụ hành chính công bị ảnh hưởng bởi 6 biến quan sát với hệ số Beta là 0,386. Điều này có nghĩa, các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng khách hàng **rất** bị ảnh hưởng bởi Chất lượng dịch vụ, và đây là nhân tố cần được UBND thành phố Kon Tum đặc biệt quan tâm vì nhân tố này có hệ số Beta cao nhất trong 4 nhân tố tác động tới sự hài lòng của người dân.

Nhân tố 3: Đội ngũ cán bộ công chức

Kết quả nghiên cứu xác định chất lượng dịch vụ hành chính công bị ảnh hưởng bởi 04 biến quan sát thuộc nhân tố Đội ngũ cán bộ công chức với hệ số Beta là 0,22. Cho thấy nhân tố đội ngũ cán bộ công chức ảnh hưởng khá quan trọng đến sự hài lòng của khách hàng, cần được UBND thành phố Kon quan tâm đúng mức.

Nhân tố 4: Chi phí và thời gian

Kết quả nghiên cứu xác định chất lượng dịch vụ hành chính công bị ảnh hưởng bởi 4 biến quan sát thuộc nhân tố Chi phí và thời gian với hệ số Beta là 0,27. Cho

thấy nhân tố Chi phí và thời gian có ảnh hưởng quan trọng đến sự hài lòng của khách hàng, do đó cần được UBND thành phố Kon quan tâm hơn.

Phân tích đồng thời 04 nhân tố:

Nhân tố luôn đánh giá thấp nhất là Chất lượng dịch vụ (mean=3.542) nhưng lại làm tăng mức độ thỏa mãn của khách hàng nhiều nhất: Cứ tăng 1 đơn vị CLDV thì sẽ làm tăng 0,386 đơn vị sự hài lòng của khách hàng, trong khi đó nhân tố được đánh giá cao nhất là ĐTC (mean=3,904) thì chỉ góp phần làm tăng mức độ thỏa mãn với hệ số 0,178; hai nhân tố còn lại là nhân tố CP&TG (mean=3,75) và nhân tố đội ngũ CBCC (mean=3,554) đóng góp vào việc tăng mức độ thỏa mãn của khách hàng với hệ số tương ứng là 0,27 và 0,22.

5.2. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI DÂN

5.2.1. Nâng cao độ tin cậy:

- Chỉ đạo và giám sát đội ngũ cán bộ công chức thực hiện các dịch vụ theo đúng các quy trình, quy định, nhất là về thủ tục hành chính, về tiến độ giải quyết và thời gian trả kết quả, đảm bảo chữ tín với người dân.

- Tăng độ chính xác và giá trị sử dụng lâu dài của dịch vụ hành chính công. Muốn vậy thì kết quả giải quyết công việc cho người dân phải có độ chính xác cao.

- Đặc biệt, trong quá trình tiếp nhận và xử lý công việc của người dân, đội ngũ cán bộ công chức phải nắm vững và thực hành tốt các kỹ năng giao tiếp với người dân.

5.2.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ:

- Tiếp nhận các hồ sơ đầu vào đủ và đúng theo yêu cầu quy định, bao gồm các hồ sơ có thể thay thế.

- Xác định rõ các khâu xử lý công việc và yêu cầu đối với từng khâu.

- Đảm bảo cung cấp đầy đủ các thông tin mà người dân cần.

- Đảm bảo điều kiện tiếp đón và thái độ của đội ngũ công chức trực tiếp giao dịch với người dân ở mức tốt nhất.

- Xây dựng các thủ tục đơn giản dễ hiểu và dễ thực hiện.

- Định mức thời gian chờ ngắn nhất có thể.

- Hoàn trả kết quả cho người dân đầy đủ, đúng thời gian quy định, không bị sai sót và nhầm lẫn.

5.2.3. Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ công chức

- Coi trọng công tác giáo dục đạo đức và phẩm chất chính trị cho đội ngũ cán bộ công chức.

- Nâng cao tinh thần trách nhiệm, đạo đức công vụ, tinh thần thái độ phục vụ của đội ngũ cán bộ, công chức; trách nhiệm của người đứng đầu cơ quan chuyên môn.

- Đẩy mạnh công tác đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ cán bộ công chức với chương trình và nội dung sát hợp. Lựa chọn những cán bộ, công chức có phẩm chất đạo đức tốt, có năng lực về chuyên môn nghiệp vụ, nắm chắc về thủ tục hành chính để tiếp nhận, giải quyết hồ sơ tại bộ phận "một cửa", "một cửa liên thông".

- Nghiên cứu và xây dựng khung mô tả công việc của cán bộ công chức theo từng vị trí việc làm. Quan tâm hơn nữa đến lợi ích chính đáng của cán bộ, công chức để họ yên tâm phục vụ công tác.

- Tăng cường thanh tra công vụ đối với cán bộ, công chức, nhất là cán bộ công chức làm việc ở những vị trí có mối quan hệ liên quan đến quyền, lợi ích của người dân. Kiên quyết chuyển đổi công tác đối với cán bộ công chức không đủ năng lực, đưa ra khỏi bộ máy những người tiêu cực, tham nhũng.

- Thành lập bộ phận tư vấn và chăm sóc, hỗ trợ người dân nhằm xác định được nhu cầu, mong muốn của người dân; tổ chức thăm dò ý kiến của người dân đối với từng loại hình dịch vụ.

- Thực hiện tốt quy chế dân chủ ở cơ sở, tạo điều kiện để nhân dân được tiếp xúc với cơ quan công quyền. Thường xuyên tổ chức diễn đàn đối thoại, góp ý, phản biện giữa người dân với các cơ quan nhà nước.

5.2.4. Giảm bớt chi phí và thời gian

- Phát triển dịch vụ hành chính đến tận UBND phường, xã; đồng thời xây dựng được hệ thống kết cấu và cơ sở vật chất đồng bộ, hiện đại nhằm góp phần tăng sự thỏa mãn cho khách hàng.

- Đẩy mạnh công tác công khai minh bạch các thủ tục hành chính; áp dụng công nghệ thông tin trong giải quyết thủ tục hành chính nhằm tạo thuận lợi tối đa và giảm chi phí tuân thủ thủ tục hành chính cho người dân

- Tạo môi trường đầu tư - kinh doanh lành mạnh, giảm thiểu chi phí không chính thức, rút ngắn thời gian giao dịch hành chính cho người dân khi đến giao dịch với các cơ quan Nhà nước.

KẾT LUẬN

Sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ hành chính công vừa là mục tiêu, vừa là động lực để thúc đẩy quá trình cải cách hành chính; đồng thời qua đó đánh giá sự hài lòng, niềm tin của người dân đối với cơ quan công quyền, củng cố niềm tin đối với chế độ. Trong bối cảnh chúng ta đang tập trung xây dựng nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa của nhân dân, do nhân dân và vì nhân dân thì việc nghiên cứu sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ hành chính công càng có giá trị hữu ích trong việc phân tích, đánh giá và đề ra các chính sách, biện pháp để đẩy mạnh cải cách hành chính trên địa bàn thành phố Kon Tum nói riêng và tỉnh Kon Tum nói chung.

Trên cơ sở phân tích thực trạng cung cấp dịch vụ hành chính công trên địa bàn thành phố Kon Tum kết hợp với những kết luận được rút ra từ việc nghiên cứu sự hài lòng của người dân trong việc sử dụng dịch vụ hành chính công trên địa bàn thành phố Kon Tum, đề tài đã đề ra những hàm ý mang tính giải pháp đối với các nhà quản lý của thành phố để góp phần nâng cao sự hài lòng của người dân trong việc sử dụng dịch vụ hành chính công trên địa bàn thành phố Kon Tum.