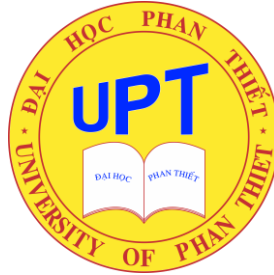


**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT**



NGUYỄN THỊ CHƠN

**ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA
KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ CUNG CẤP
NƯỚC SẠCH CỦA TRUNG TÂM NƯỚC SẠCH VÀ VỆ SINH
MÔI TRƯỜNG NÔNG THÔN TỈNH BÌNH THUẬN
TẠI ĐỊA BÀN HUYỆN HÀM THUẬN BẮC
TỈNH BÌNH THUẬN**

**ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Bình Thuận, năm 2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT



NGUYỄN THỊ CHƠN

ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA
KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ CUNG CẤP
NƯỚC SẠCH CỦA TRUNG TÂM NƯỚC SẠCH VÀ VỆ SINH
MÔI TRƯỜNG NÔNG THÔN TỈNH BÌNH THUẬN
TẠI ĐỊA BÀN HUYỆN HÀM THUẬN BẮC
TỈNH BÌNH THUẬN

CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

MÃ SỐ: 8340101

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: PGS.TS.NGUYỄN XUÂN MINH

Bình Thuận, năm 2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan: Bản Đề án tốt nghiệp thạc sĩ này là công trình nghiên cứu thực sự của cá nhân Học viên, dưới sự hướng dẫn khoa học của PGS.TS Nguyễn Xuân Minh.

Tất cả các nội dung Học viên tham khảo đều được trích dẫn nguồn đầy đủ và đúng quy định.

Phan Thiết, ngày tháng 9 năm 2024

Tác giả Đề án tốt nghiệp

Nguyễn Thị Chơn

LỜI CẢM ƠN

Đề án tốt nghiệp thạc sĩ với đề tài: **“Đánh giá sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận”** được hoàn thành dưới sự hướng dẫn của Thầy PGS.TS. Nguyễn Xuân Minh.

Để hoàn thành Đề án tốt nghiệp, Học viên đã nhận được sự hướng dẫn rất tận tình của Thầy PGS.TS. Nguyễn Xuân Minh cùng sự quan tâm giúp đỡ của các Thầy cô trong Trường Đại học Phan Thiết, sự góp ý của các đồng nghiệp và sự ủng hộ của các anh chị cùng lớp.

Tôi xin chân thành gửi lời cảm ơn đến Ban Giám hiệu, tất cả quý Thầy cô Trường Đại Học Phan Thiết; Lãnh đạo và viên chức của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường Nông thôn tỉnh Bình Thuận, sự đóng góp ý kiến của chuyên gia và khách hàng tại địa phương.

Do thời gian làm Đề án tốt nghiệp không nhiều, nên Đề án tốt nghiệp không tránh khỏi những thiếu sót. Học viên rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến từ các Thầy cô, các chuyên gia, các đồng nghiệp và tất cả những người quan tâm đến lĩnh vực này để Đề án tốt nghiệp có tính thực tiễn cao hơn nữa góp phần thực hiện thành công việc nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp nước sạch một cách hiệu quả theo hướng bền vững.

Trân trọng cảm ơn!

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC.....	iii
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT.....	vii
DANH MỤC BẢNG	viii
DANH MỤC HÌNH	ix
TÓM TẮT	x
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI	1
1.1 Lý do chọn đề tài	1
1.2 Mục tiêu nghiên cứu	2
1.2.1 Mục tiêu tổng quát.....	2
1.2.2 Mục tiêu chi tiết.....	3
1.3 Câu hỏi nghiên cứu	3
1.4 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	4
1.4.1 Đối tượng nghiên cứu.....	4
1.4.2 Phạm vi nghiên cứu	4
1.5 Phương pháp nghiên cứu	4
1.6 Ý nghĩa của đề tài	5
1.7 Kết cấu của đề án tốt nghiệp.....	6
TÓM TẮT CHƯƠNG 1	7
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	8
2.1 Cơ sở lý thuyết.....	8
2.1.1 Các khái niệm liên quan	8

2.1.1.1 Dịch vụ	8
2.1.1.2 Bản chất và đặc tính dịch vụ	8
2.1.1.3 Sự hài lòng	10
2.1.1.4 Nước sạch.....	11
2.1.1.5 Dịch vụ cung cấp nước	12
2.1.2 Các mô hình nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng	12
2.1.2.1 Mô hình chỉ số hài lòng của khách hàng (CSI - Customer Satisfaction Index)	12
2.1.2.1 Mô hình chỉ số hài lòng của khách hàng của các quốc gia EU (ECSI - European Customer Satisfaction Index)	13
2.1.2.3 Mô hình FSQ and TSQ (Gronroos, 1984)	16
2.2 Tổng quan các nghiên cứu liên quan	18
2.2.1 Các nghiên cứu nước ngoài	18
2.2.2 Các nghiên cứu trong nước	19
2.4 Mô hình nghiên cứu đề xuất và các giả thuyết nghiên cứu	20
TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....	23
CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	24
3.1 Quy trình nghiên cứu	24
3.2 Xây dựng thang đo sơ bộ	26
3.3 Nghiên cứu định tính	29
3.4 Nghiên cứu định lượng	30
3.4.1 Mẫu nghiên cứu và phương pháp chọn mẫu	30
3.4.2 Cỡ mẫu nghiên cứu và cách lấy mẫu.....	30
3.4.3 Các công cụ phân tích dữ liệu	31

TÓM TẮT CHƯƠNG 3	38
CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN.....	39
4.1 Thông tin mẫu nghiên cứu	39
4.2 Đánh giá chất lượng các thang đo	41
4.2.1 Phân tích Cronbach's Alpha.....	41
4.2.2 Phân tích nhân tố khám phá	44
4.2.2.1 Phân tích nhân tố khám phá cho các biến độc lập	44
4.2.2.2 Phân tích nhân tố khám phá cho biến phụ thuộc	46
4.3 Phân tích tương quan	47
4.4 Phân tích hồi quy	47
4.4.1 Kiểm định mức độ phù hợp của mô hình.....	47
4.4.2 Kết quả phân tích hệ số hồi quy	48
4.4.3 Dò tìm các quy phạm giả định cần thiết.....	49
4.4.4 Kết luận các giả thuyết nghiên cứu	52
4.5 Kiểm định sự khác biệt	53
4.5.1 Kiểm định sự khác biệt theo Giới tính	53
4.5.2 Kiểm định sự khác biệt theo Độ tuổi.....	54
4.5.3 Kiểm định sự khác biệt theo Trình độ học vấn	55
4.5.4 Kiểm định sự khác biệt theo Thu nhập	56
4.5.5 Kiểm định sự khác biệt theo Thời gian sử dụng dịch vụ	57
4.6 Thảo luận kết quả nghiên cứu.....	58
TÓM TẮT CHƯƠNG 4.....	61
CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ	62
5.1 Kết luận.....	62

5.2 Hàm ý quản trị	63
5.2.1 Khả năng đáp ứng.....	63
5.2.2 Chất lượng nước	64
5.2.3 Năng lực phục vụ	65
5.2.4 Sự tin cậy	66
5.3 Hạn chế của đề tài và hướng nghiên cứu tiếp theo	67
5.3.1 Hạn chế của đề tài	67
5.3.2 Hướng nghiên cứu tiếp theo	67
TÓM TẮT CHƯƠNG 5.....	68
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	xi
PHỤ LỤC.....	xiv

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

DANH MỤC CHỮ TIẾNG VIỆT

STT	CHỮ VIẾT	NỘI DUNG
1	CL	Chất lượng nước
2	CTCN	Công trình cấp nước
3	DVCCNS	Dịch vụ cung cấp nước sạch
4	DU	Khả năng đáp ứng
5	GC	Giá cả
6	HL	Sự hài lòng
7	PV	Năng lực phục vụ
8	TC	Sự tin cậy
9	VC	Cơ sở vật chất

DANH MỤC CHỮ TIẾNG ANH

STT	CHỮ VIẾT	NỘI DUNG	DỊCH NGHĨA
1	ANOVA	Analysis of Variance	Phân tích phương sai
2	EFA	Exploratory Factor Analysis	Phân tích nhân tố khám phá
3	FSQ	Functional Service Quality	Chất lượng dịch vụ chức năng
4	OLS	Ordinary Least Square	Phương pháp bình phương nhỏ nhất thông thường
5	SPSS	Statistical Product and Services Solutions	Phần mềm xử lý số liệu thống kê
6	TSQ	Technical Service Quality	Chất lượng dịch vụ kỹ thuật
7	VIF	Variance inflation factor	Hệ số phóng đại phương sai

DANH MỤC BẢNG

Bảng 3.1 Thang đo sơ bộ	26
Bảng 4.1 Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu theo Giới tính	39
Bảng 4.2 Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu theo Độ tuổi	39
Bảng 4.3 Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu theo Trình độ học vấn	40
Bảng 4.4 Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu theo Thu nhập	40
Bảng 4.5 Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu theo Thời gian sử dụng dịch vụ	41
Bảng 4.6 Tổng hợp kết quả Kiểm định Cronbach's Alpha	41
Bảng 4.7 Kết quả kiểm định Barlett và KMO cho Biến độc lập	44
Bảng 4.8 Kết quả ma trận xoay nhân tố cho Biến độc lập	44
Bảng 4.9 Kết quả kiểm định Barlett và KMO cho Biến phụ thuộc	46
Bảng 4.10 Kết quả ma trận xoay nhân tố cho Biến phụ thuộc	46
Bảng 4.11 Kết quả phân tích hệ số tương quan Pearson	47
Bảng 4.12 Kết quả phân tích ANOVA trong hồi quy	48
Bảng 4.13 Bảng tóm tắt mô hình hồi quy	48
Bảng 4.14 Kết quả phân tích hệ số hồi quy	49
Bảng 4.15 Kết luận các giả thuyết	52
Bảng 4.16 Kiểm định sự khác biệt theo Giới tính	54
Bảng 4.17 Kiểm định sự khác biệt theo Độ tuổi	55
Bảng 4.18 Kiểm định sự khác biệt theo Trình độ học vấn	56
Bảng 4.19 Kiểm định sự khác biệt theo Thu nhập	57
Bảng 4.20 Kiểm định sự khác biệt theo Thời gian sử dụng dịch vụ	58

DANH MỤC HÌNH

Hình 2.1 Mô hình chỉ số hài lòng CSI	13
Hình 2.2 Mô hình chỉ số hài lòng khách hàng các quốc gia EU - ECSI.....	14
Hình 2.3 Mô hình PSQM	18
Hình 2.1 Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	21
Hình 3.1 Quy trình nghiên cứu	24
Hình 4.1 Biểu đồ phân phối chuẩn phần dư.....	50
Hình 4.2 Biểu đồ P-P plot	51
Hình 4.3 Biểu đồ Scatter	52

TÓM TẮT

Đề án được thực hiện với mục tiêu là xác định các yếu tố chính tác động đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận. Mô hình nghiên cứu được kế thừa từ nghiên cứu của Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021), Diệp Thanh Tùng và cộng sự (2021) gồm 6 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận, đó là: (1) Chất lượng nước; (2) Sự tin cậy; (3) Năng lực phục vụ; (4) Cơ sở vật chất; (5) Giá cả; (6) Khả năng đáp ứng. Kết quả phân tích dữ liệu từ 245 phiếu trả lời khảo sát hợp lệ trong số 250 phiếu khảo sát phát ra cho các khách hàng sử dụng dịch vụ của Trung tâm cho thấy có 4 trong 6 nhân tố được phân tích có ảnh hưởng tích cực đến Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận với mức độ ảnh hưởng giảm dần, bao gồm: Khả năng đáp ứng ($\beta = 0.546$); Chất lượng nước ($\beta = 0.204$); Năng lực phục vụ ($\beta = 0.174$); Sự tin cậy ($\beta = 0.088$). Kết quả nghiên cứu là cơ sở để nghiên cứu đề xuất các hàm ý quản trị nhằm giúp lãnh đạo Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận trong việc hoàn thiện các chiến lược nhằm nâng cao hơn sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm trong thời gian tới.

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ ĐỀ TÀI

1.1 Lý do chọn đề tài

Nước sạch rất cần thiết trong đời sống và sinh hoạt của mỗi chúng ta. Chúng ta luôn cần một lượng nước nhất định để duy trì sự sống, nếu không sẽ ảnh hưởng đến sức khỏe, sức khỏe sẽ bị tác động xấu nếu chúng ta sử dụng nguồn nước không sạch, không đảm bảo vệ sinh. Nước được dùng trong các hoạt động nông nghiệp, công nghiệp, dân dụng, giải trí và môi trường. Các khu vực nông thôn trên địa bàn tỉnh Bình Thuận hiện đang trong giai đoạn phát triển mạnh về quy mô đầu tư xây dựng cùng với mức sống không ngừng được nâng cao trong những năm gần đây và đồng thời để đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế xã hội địa phương đảm bảo tiêu chí nông thôn mới, Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận đã tận dụng mọi nguồn kinh phí từng bước đầu tư, cải tạo nâng cấp hệ thống xử lý nước, lắp đặt các thiết bị điều khiển tự động, thiết lập hệ thống kiểm soát chất lượng nước tương ứng, phát triển hệ thống mạng lưới đường ống cấp nước đảm bảo cấp nước bền vững, an toàn về chất lượng, lưu lượng và áp lực.

Trong điều kiện toàn cầu hóa, cơ chế chính sách xã hội hóa, tất cả các lĩnh vực thành phần kinh tế Việt Nam đã và đang phải đối mặt với những thách thức không hề nhỏ, đó là sự cạnh tranh. Mặc dù là một trong những đơn vị mang tính độc quyền cung cấp nước cho người dân khu vực nông thôn trên các địa bàn trực tiếp phụ trách nhưng bản thân đơn vị cũng không tránh khỏi xu thế cạnh tranh này, đặc biệt là nguy cơ mở rộng mạng lưới hay phát triển dịch vụ mới, chèo lấn địa bàn... Nước sạch là mặt hàng thiết yếu của mỗi người dân vì vậy việc đảm bảo nhu cầu thiết yếu này đòi hỏi các nhà quản lý phải luôn quan tâm trong việc duy trì sự ổn định và hiệu quả trong công tác cung ứng dịch vụ nước sạch.

Đã có nghiên cứu được tiến hành để đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ nước sạch ở nhiều khu vực, lãnh thổ khác nhau, điển hình như nghiên cứu của Pangemanan và cộng sự (2016) tập trung vào nhân mạnh tầm quan trọng của việc cải thiện các dịch vụ như cung cấp nước sạch để nâng cao sự hài lòng của người dùng; Ngoài ra, Hidayat và cộng sự (2018) đã thảo luận về ý nghĩa của chất lượng

sản phẩm và dịch vụ đối với việc chuyển đổi thương hiệu và sự hài lòng của khách hàng, chỉ ra tầm quan trọng của nguồn nước sạch trong việc duy trì lòng trung thành của khách hàng; Tijjag và cộng sự (2020) đã xem xét mối quan hệ giữa chất lượng sản phẩm và dịch vụ với sự hài lòng của khách hàng trong bối cảnh nước uống ở Indonesia, nhấn mạnh nhu cầu về dịch vụ chất lượng để đảm bảo lòng trung thành của khách hàng. Nhìn chung, các nghiên cứu này nhấn mạnh tầm quan trọng của chất lượng dịch vụ, chất lượng sản phẩm và nhận thức của khách hàng trong việc xác định mức độ hài lòng với dịch vụ nước sạch. Cải tiến liên tục và phương pháp tiếp cận lấy khách hàng làm trung tâm là điều cần thiết để đáp ứng kỳ vọng của người dùng và nâng cao mức độ hài lòng chung trong việc cung cấp dịch vụ nước sạch.

Trong quản lý chất lượng hiện đại, triết lý hướng đến khách hàng đang đóng vai trò then chốt và chủ đạo, điều này có nghĩa rằng khách hàng đóng vai trò trung tâm, mang tính sống còn giúp doanh nghiệp vượt qua được các khó khăn, thách thức của sự biến động thị trường. Với phương châm, lấy hiệu quả và chất lượng phục vụ khách hàng làm tiêu chuẩn đạo đức kinh doanh, việc lắng nghe ý kiến góp ý của khách hàng về dịch vụ nhằm hoàn thiện và thỏa mãn nhu cầu ngày cao của khách hàng; đồng thời thu hút và tạo điều kiện cho cộng đồng kết nối với nguồn nước sạch, được xem là vấn đề cần thiết trong giai đoạn hiện tại của Trung tâm.

Xuất phát từ lý do thực tiễn trên, tác giả lựa chọn đề tài ***“Đánh giá sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận”*** làm đề tài nghiên cứu Đề án tốt nghiệp thạc sỹ.

1.2 Mục tiêu nghiên cứu

1.2.1 Mục tiêu tổng quát

Mục tiêu tổng quát của nghiên cứu là xác định các yếu tố chính ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận cũng như mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố, từ đó đề xuất các

hàm ý nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm trong thời gian tới.

1.2.2 Mục tiêu chi tiết

Trên cơ sở mục tiêu tổng quát trên, đề tài cần thực hiện các mục tiêu chi tiết như sau:

(i) Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận.

(ii) Xác định mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đó đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận.

(iii) Xem xét sự khác biệt về sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận theo các đặc điểm nhân khẩu học của khách hàng.

(iv) Đề xuất các hàm ý quản trị giúp lãnh đạo Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận trong việc nâng cao sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm trên địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc.

1.3 Câu hỏi nghiên cứu

Với mục tiêu chi tiết của đề tài, các câu hỏi nghiên cứu được phát biểu như sau:

(i) Các yếu tố nào ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận?

(ii) Các yếu tố đó ảnh hưởng như thế nào đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận?

(iii) Có sự khác biệt hay không về sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận theo các đặc điểm nhân khẩu học của khách hàng?

(iv) Các hàm ý quản trị nào giúp lãnh đạo Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận trong việc nâng cao sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm trên địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc?

1.4 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

1.4.1 Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Đánh giá sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận.

Đối tượng khảo sát: Các khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận.

1.4.2 Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận.

Phạm vi thời gian: Thời gian nghiên cứu tiến hành thực hiện khảo sát từ tháng 07/2024 đến tháng 08/2024.

Phạm vi nội dung: Nghiên cứu tập trung vào việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch.

1.5 Phương pháp nghiên cứu

Đề án tốt nghiệp sử dụng tổng hợp hai phương pháp định tính và định lượng.

- Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua việc xây dựng bảng câu hỏi dành cho khách hàng: được sử dụng trong giai đoạn nghiên cứu sơ bộ đưa ra mô hình

các yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu sử dụng nước và các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng nước do Đơn vị cấp nước cung cấp. Thông qua thảo luận với cán bộ Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận, một số khách hàng hiện đang sử dụng nước và các chuyên gia của các Đơn vị cung cấp nước sạch trên địa bàn tỉnh Bình Thuận để xây dựng, bổ sung và hoàn thiện bảng câu hỏi;

- Nghiên cứu định lượng là nghiên cứu chủ yếu, được sử dụng để đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng khách hàng đối với dịch vụ cung cấp nước sạch tại Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận. Dữ liệu để nghiên cứu định lượng dựa trên khảo sát với cỡ mẫu 250 khách hàng đang sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm trên địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc thông qua bảng câu hỏi được xây dựng hiệu chỉnh từ phương pháp nghiên cứu định tính. Dữ liệu sau khi thu thập sẽ được xử lý bằng phương pháp thống kê và phân tích trên phần mềm SPSS 22.0.

1.6 Ý nghĩa của đề tài

- Về mặt khoa học:

Kết quả của nghiên cứu củng cố và bổ sung cơ sở lý thuyết về các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm.

- Về mặt thực tiễn:

+ Giúp Trung tâm nhận diện những yếu tố then chốt ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng nước, qua đó đưa ra các chính sách phù hợp nhằm nâng cao dịch vụ, nâng cao năng lực cạnh tranh và tính hoạt động bền vững đối với các công trình cấp nước;

+ Là tài liệu tham khảo cho các nghiên cứu sau này về các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ cấp nước khu vực nông thôn tỉnh Bình Thuận;

+ Cá nhân người nghiên cứu: Nghiên cứu hoàn thành sẽ giúp củng cố năng lực nghiên cứu và nâng cao năng lực quản lý cho bản thân, đồng thời nghiên cứu này là một đóng góp của bản thân cho Đơn vị đang công tác.

1.7 Kết cấu của đề án tốt nghiệp

Đề án tốt nghiệp được kết cấu gồm 5 chương cụ thể như sau:

Chương 1. Tổng quan về đề tài

Chương 2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Chương 3. Phương pháp nghiên cứu

Chương 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Chương 5. Kết luận và hàm ý quản trị

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Chương 1 đã trình bày tổng quan về đề tài nghiên cứu của tác giả từ bối cảnh nghiên cứu, tính cấp thiết, xác định mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu được sử dụng cho đến những đóng góp của đề tài và kết cấu của Đề án tốt nghiệp.

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1 Cơ sở lý thuyết

2.1.1 Các khái niệm liên quan

2.1.1.1 Dịch vụ

Dịch vụ là một khái niệm rất phổ biến nên có nhiều định nghĩa khác nhau về dịch vụ như:

- Theo chuyên gia Marketing: “Dịch vụ là mọi hành động và kết quả mà một bên có thể cung cấp cho bên kia, chủ yếu là vô hình và không dẫn đến quyền sở hữu một cái gì đó. Sản phẩm của nó có thể gắn hay không gắn với một sản phẩm vật chất”. Bao quát hơn dịch vụ bao gồm toàn bộ sự hỗ trợ mà khách hàng trông đợi, vượt ra ngoài sản phẩm hay dịch vụ cơ bản, phù hợp với giá cả, hình ảnh và uy tín có liên quan.

- 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 theo Kotler và Armstrong (2004).

- 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 Zeithaml và Bitner (2000).

Như vậy, trên cơ sở các khái niệm về dịch vụ của các tác giả trên, có thể hiểu dịch vụ là *một quá trình hoạt động bao gồm các nhân tố không hiện hữu, giải quyết các mối quan hệ giữa người cung cấp với khách hàng hoặc tài sản của khách hàng mà không có sự thay đổi quyền sở hữu.*

2.1.1.2 Bản chất và đặc tính dịch vụ

Bản chất của dịch vụ là một quá trình hoạt động, quá trình đó diễn ra theo một trình tự bao gồm nhiều khâu, nhiều bước khác nhau. Giá trị của dịch vụ gắn liền với lợi ích mà họ nhận được từ dịch vụ.

Không giống như sản phẩm có các đặc điểm kỹ thuật đặc trưng như chiều dài, độ dày, chiều rộng, trọng lượng, màu sắc... một dịch vụ có thể có nhiều điều mơ hồ hay có các chi tiết kỹ thuật mang tính chất định tính. Dịch vụ là một sản phẩm đặc biệt, có nhiều đặc tính khác với loại hàng hóa khác như tính không hiện hữu (tính vô hình), tính không đồng nhất, tính không thể tách rời, tính không lưu trữ và tính không chuyển quyền sở hữu được.

Tính vô hình: Dịch vụ không có hình dáng cụ thể, không thể sờ mó, cân đong, đo đếm một cách cụ thể như đối với các sản phẩm vật chất hữu hình. Khi mua sản phẩm vật chất, khách hàng có thể yêu cầu kiểm định, thử nghiệm chất lượng trước khi mua nhưng sản phẩm dịch vụ thì không thể tiến hành đánh giá như thế. Do tính chất vô hình, dịch vụ không có “mẫu” và cũng không có “dùng thử” như sản phẩm vật chất. Chỉ thông qua việc sử dụng dịch vụ, khách hàng mới có thể cảm nhận và đánh giá chất lượng dịch vụ một cách đúng đắn nhất.

Tính không đồng nhất: Đặc tính này còn nữa gọi là tính khác biệt của dịch vụ, sản phẩm dịch vụ không tiêu chuẩn hóa được. Việc thực hiện dịch vụ có thay đổi tùy thuộc vào cách thức phục vụ, nhà cung cấp dịch vụ, người phục vụ, thời gian thực hiện, lĩnh vực phục vụ, đối tượng phục vụ và địa điểm phục vụ. Hơn nữa, cùng một loại dịch vụ cũng có nhiều mức độ thực hiện từ “cao cấp”, “phổ thông” đến “thứ cấp”. Vì vậy, việc đánh giá chất lượng dịch vụ hoàn hảo hay yếu kém khó có thể xác định dựa vào một thước đo chuẩn mà phải xét đến nhiều yếu tố liên quan khác trong trường hợp cụ thể.

Tính không thể tách rời: tính không thể tách rời của dịch vụ thể hiện ở việc khó phân chia dịch vụ thành hai giai đoạn rạch rời là giai đoạn sản xuất và giai đoạn sử dụng. Quá trình cung cấp dịch vụ và sử dụng dịch vụ diễn ra đồng thời cùng lúc với nhau. Nói cách khác, sự gắn liền của hai quá trình này làm cho dịch vụ trở nên hoàn tất. Người cung cấp dịch vụ và khách hàng phải tiếp xúc với nhau để cung cấp và tiêu dùng dịch vụ tại các địa điểm và thời gian phù hợp cho hai bên.

Tính không lưu trữ được: Dịch vụ chỉ tồn tại vào thời gian mà nó được cung cấp. Dịch vụ không thể cất trữ, lưu kho rồi đem bán như hàng hóa khác và không thể

vận chuyển từ khu vực này tới khu vực khác. Dịch vụ chỉ tồn tại vào thời gian mà nó được cung cấp. Chúng ta có thể ưu tiên thực hiện dịch vụ theo thứ tự trước sau nhưng không thể đem cất dịch vụ rồi sau đó đem ra sử dụng vì dịch vụ thực hiện xong là hết, không thể để dành cho việc “tái sử dụng” hay “phục hồi” lại. Chính vì vậy, dịch vụ là sản phẩm được sử dụng khi tạo thành và kết thúc ngay sau đó.

Tính không chuyển quyền sở hữu được: Khi mua một hàng hóa cụ thể, khách hàng được chuyển quyền sở hữu và trở thành chủ sở hữu hàng hóa mình đã mua. Khi mua dịch vụ thì khách hàng chỉ được quyền sử dụng dịch vụ, được hưởng lợi ích mà dịch vụ mang lại trong một thời gian nhất định mà thôi.

Ngoài ra dịch vụ còn có các đặc tính khác như: Tính dễ hỏng, không thể hoàn trả, nhu cầu bất định, quan hệ qua con người, tính cá nhân...

2.1.1.3 Sự hài lòng

Có nhiều định nghĩa khác nhau về sự hài lòng của khách hàng. Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng sự hài lòng là sự khác biệt giữa kỳ vọng của khách hàng và cảm nhận thực tế nhận được. Tức là sự hài lòng hoặc thất vọng sau khi tiêu dùng, được định nghĩa như là phản ứng của khách hàng về việc đánh giá bằng cảm nhận sự khác nhau giữa kỳ vọng trước khi tiêu dùng (hoặc một vài chỉ tiêu thực hiện khác) với cảm nhận thực tế về sản phẩm sau khi tiêu dùng nó (Fornell, 1995).

Theo Kotler “mức độ của trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh kết quả thu được từ sản phẩm với những kỳ vọng của người đó”. Hay “sự thỏa mãn là sự phản ứng của người tiêu dùng đối với việc đáp ứng những mong muốn” (Oliver, 1997). Còn Zeithalm & Bitner (2000) cho rằng “sự hài lòng của khách hàng bị tác động bởi nhiều yếu tố như: chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ, giá cả, yếu tố tình huống, yếu tố cá nhân”. Theo Bachelet, 1995; Oliver, 1997 thì “Sự hài lòng được giải thích như là một phản ứng mang tính cảm xúc của khách hàng về một sản phẩm hay dịch vụ dựa trên những kinh nghiệm cá nhân”.

Như vậy, trên cơ sở các khái niệm về sự hài lòng của các tác giả trên, sự hài lòng được hiểu là *sự so sánh giữa lợi ích thực tế cảm nhận được và những kỳ vọng.*

Nếu lợi ích thực tế không như kỳ vọng thì khách hàng sẽ thất vọng. Còn nếu lợi ích thực tế đáp ứng với kỳ vọng đã đặt ra thì khách hàng sẽ hài lòng. Nếu lợi ích thực tế cao hơn kỳ vọng của khách hàng thì sẽ tạo ra hiện tượng hài lòng cao hơn hoặc là hài lòng vượt quá mong đợi.

2.1.1.4 Nước sạch

Nước sạch là nước đã qua xử lý có chất lượng đảm bảo, được sử dụng cho sinh hoạt và các hoạt động sản xuất dịch vụ là nguồn nước đảm bảo các tiêu chuẩn, quy chuẩn theo quy định của từng quốc gia, ngành nghề, mục đích sử dụng, ...

Hiện nay ở Việt Nam, theo quy định của Bộ Y tế nguồn nước được đánh giá là nước sạch sử dụng cho sinh hoạt, ăn uống khi có các chỉ tiêu hóa lý, vi sinh đạt Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về chất lượng nước sạch sử dụng cho mục đích sinh hoạt QCVN 01-1:2018/BYT do Bộ Y tế ban hành kèm theo Thông tư số 41/2018/TT-BYT ngày 14 tháng 12 năm 2018.

Nguồn nước sạch được cung cấp từ các công trình cấp nước tập trung (nhà máy nước) hoặc các công trình cấp nước phân tán (giếng khoan, giếng đào, bể chứa nước mưa,...). Tuy nhiên, ở Việt Nam do đặc điểm tự nhiên, nhận thức, thói quen và khả năng thu nhập còn nhiều hạn chế nên việc sử dụng nguồn nước sạch từ các công trình cấp nước phân tán chiếm tỉ lệ rất thấp. Do vậy, hầu hết nguồn nước sạch đều được cung cấp từ các nhà máy nước nên còn được gọi là “nước máy”.

Hoạt động cung cấp nước là các hoạt động có liên quan trong lĩnh vực sản xuất, cung cấp và tiêu thụ nước sạch theo hệ thống cấp nước tập trung hoàn chỉnh tại khu vực đô thị, khu vực nông thôn và các khu công nghiệp, khu chế xuất, khu công nghệ cao, khu kinh tế (sau đây gọi tắt là khu công nghiệp), bao gồm: quy hoạch, tư vấn thiết kế, đầu tư xây dựng, quản lý vận hành, bán buôn nước sạch, bán lẻ nước sạch và sử dụng nước của các tổ chức, cá nhân và hộ gia đình trên lãnh thổ Việt Nam (căn cứ theo quy định tại khoản 1 và 2, điều 2 Nghị định số 117/2007/NĐ-CP về sản xuất, cung cấp và tiêu thụ nước sạch).

Công trình cấp nước (viết tắt là CTCN) tập trung nông thôn là một hệ thống bao gồm các hạng mục công trình khai thác, xử lý nước, mạng lưới đường ống cung

cấp nước sạch đến khách hàng sử dụng nước và các công trình phụ trợ có liên quan trên địa bàn các xã và thị trấn (đô thị loại V) có số dân dưới 30.000 người (theo Nghị quyết số 1210/2016/UBTVQH13 ngày 25 tháng 5 năm 2016 Nghị quyết về phân loại đô thị, quy định tiêu chí đô thị loại 5 - tiêu chí 2 “ Quy mô dân số” dân số toàn đô thị từ 4.000 người đến 50.000 người).

Công trình phụ trợ là các công trình hỗ trợ cho việc quản lý, vận hành, bảo dưỡng, sửa chữa đối với hệ thống cấp nước như sân, đường, nhà xưởng, tường rào, trạm biến áp, các loại hồ van, hộp đồng hồ, họng cứu hỏa...

Đơn vị cấp nước là tổ chức, cá nhân thực hiện một phần hoặc tất cả các hoạt động khai thác, sản xuất, truyền dẫn, bán buôn nước sạch và bán lẻ nước sạch và thực hiện việc bán nước sạch cho một đơn vị cấp nước khác để phân phối, bán trực tiếp đến khách hàng sử dụng nước.

Khách hàng sử dụng nước là tổ chức, cá nhân và hộ gia đình mua nước sạch của đơn vị cấp nước.

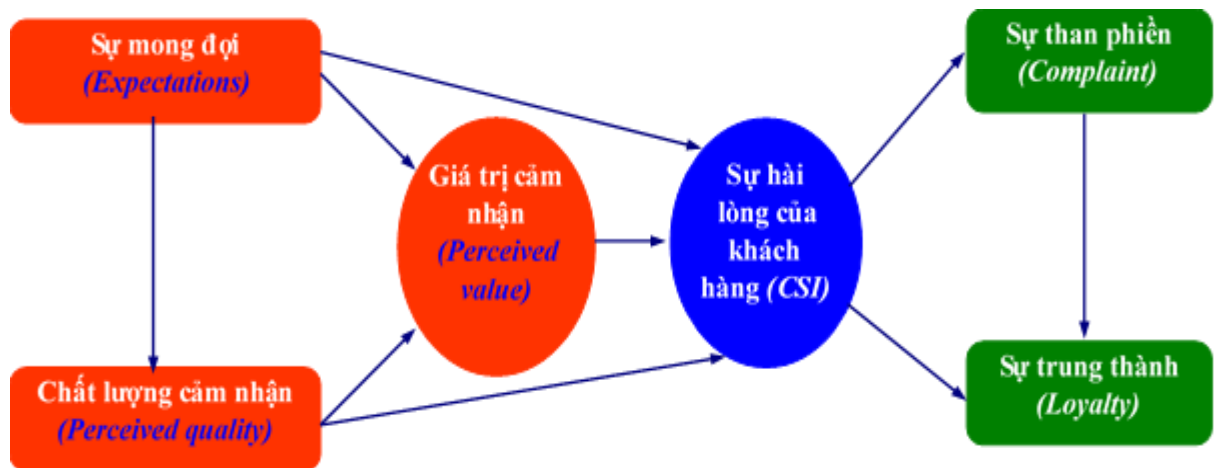
2.1.1.5 Dịch vụ cung cấp nước

Dịch vụ cung cấp nước là các hoạt động có liên quan của tổ chức, cá nhân trong lĩnh vực bán buôn nước sạch, bán lẻ nước sạch thông qua các hệ thống ống dẫn đến với khách hàng; có thể được xem là dịch vụ nhằm đáp ứng các nhu cầu nào đó của con người, đặc biệt đó là nhu cầu sinh học và các hoạt động sản xuất trong kinh doanh. Đặc điểm của dịch vụ này là vừa tồn tại ở dạng sản phẩm cụ thể (hữu hình) là nước nhằm phục vụ trực tiếp nhu cầu nhất định của người dân, tổ chức nhưng vừa tồn tại dưới dạng vô hình. Mặc dù sử dụng nhưng khách hàng khó có thể đánh giá chính xác chất lượng sản phẩm này như thế nào.

2.1.2 Các mô hình nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng

2.1.2.1 Mô hình chỉ số hài lòng của khách hàng (CSI - Customer Satisfaction Index)

Chỉ số hài lòng của khách hàng bao gồm các nhân tố (biến), mỗi nhân tố được cấu thành từ nhiều yếu tố cụ thể, đặc trưng của sản phẩm hoặc dịch vụ.



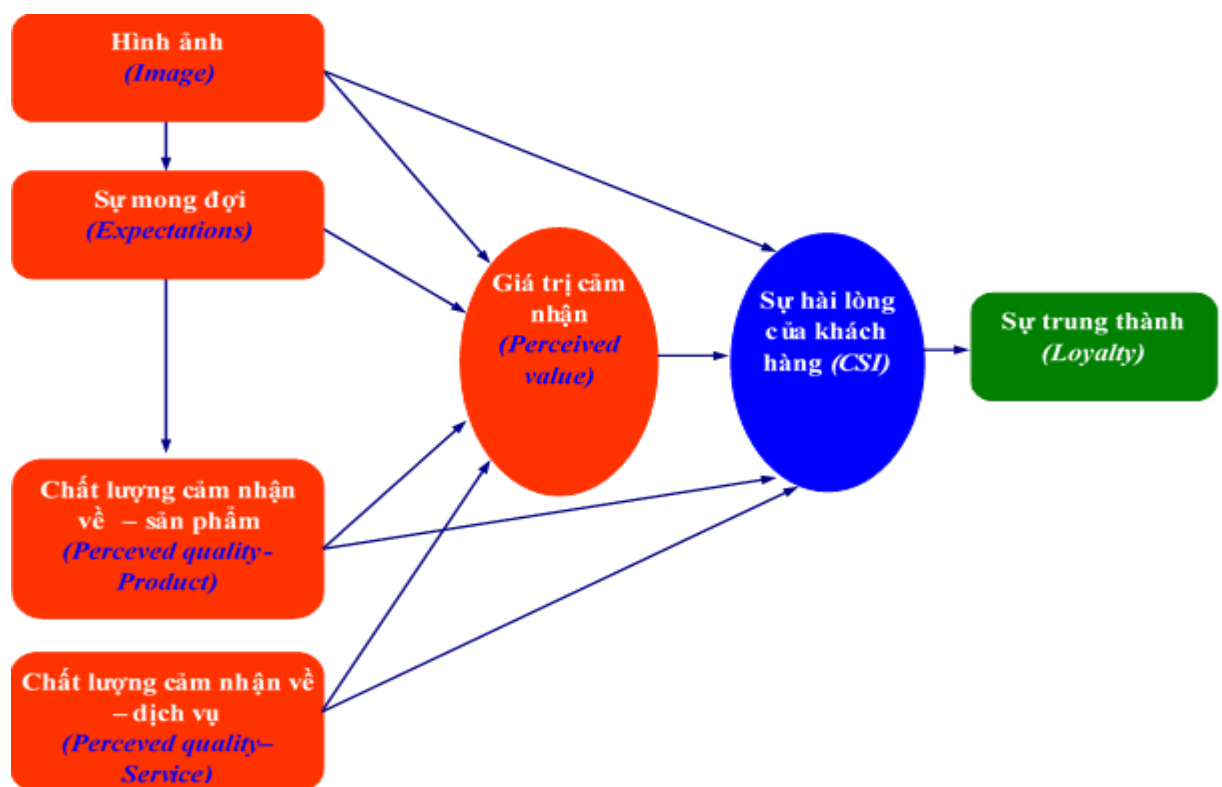
Hình 2.1 Mô hình chỉ số hài lòng CSI

Nguồn: Fornell (1996)

Trong mô hình này thì biến số sự hài lòng khách hàng (Customer Satisfaction Index) được định nghĩa như là một sự đánh giá toàn diện về sự sử dụng một dịch vụ hoặc hoạt động sau bán hàng của doanh nghiệp. Biến số này chịu tác động bởi các biến số: Sự mong đợi (expectations) của khách hàng; Chất lượng cảm nhận (perceived quality); Giá trị cảm nhận (perceived quality) về sản phẩm hoặc dịch vụ; Các biến số kết quả của sự hài lòng như sự trung thành (customer loyalty) hay sự than phiền của khách hàng (customer complaints).

2.1.2.1 Mô hình chỉ số hài lòng của khách hàng của các quốc gia EU (ECSI - European Customer Satisfaction Index)

Mô hình chỉ số hài lòng ECSI (European Customer Satisfaction Index) của Châu Âu có một số khác biệt nhất định. So với CSI, hình ảnh của sản phẩm, thương hiệu có tác động trực tiếp đến sự mong đợi của khách hàng. Khi đó, 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.



Hình 2.2 Mô hình chỉ số hài lòng khách hàng các quốc gia EU - ECSI

Nguồn: ECSI Technical Committee (1998)

Mô hình ECSI giải thích giá trị cảm nhận chịu ảnh hưởng trực tiếp của (1) hình ảnh doanh nghiệp, (2) sự mong đợi, (3) chất lượng cảm nhận sản phẩm và (4) chất lượng cảm nhận dịch vụ. Sự hài lòng chịu ảnh hưởng trực tiếp từ 04 nhân tố: (1) hình ảnh, (2) giá trị cảm nhận, (3) chất lượng cảm nhận sản phẩm và (4) chất lượng cảm nhận dịch vụ. Sự hài lòng của khách hàng tới lượt nó lại ảnh hưởng trực tiếp sự trung thành của khách hàng.

Theo đó:

Hình ảnh (Image): Hình ảnh biểu hiện mối quan hệ giữa thương hiệu và sự liên tưởng của khách hàng đối với các thuộc tính của thương hiệu. Biến số này được thể hiện bởi danh tiếng, uy tín, lòng tin của khách hàng đối với thương hiệu. Các nghiên cứu thực tiễn đã khẳng định rằng, đây là nhân tố quan trọng và có tác động trực tiếp đến sự hài lòng của khách hàng. Đồng thời, nó cũng có mối quan hệ đồng

biến (positive) đối với sự hài lòng và sự trung thành đối với sản phẩm hoặc thương hiệu.

Sự mong đợi (Expectations): Thể hiện mức độ chất lượng mà khách hàng mong đợi nhận được, các thông số đo lường sự mong đợi gắn liền với những thông số của hình ảnh và chất lượng cảm nhận của sản phẩm và dịch vụ. Đây là kết quả của kinh nghiệm tiêu dùng trước đó hoặc thông tin thông qua những kênh truyền thông đối với sản phẩm hoặc dịch vụ. Trên thực tế, mong đợi càng cao thì càng dễ có khả năng dẫn đến quyết định mua nhưng mong đợi càng cao thì khả năng ngân hàng thỏa mãn khách hàng đó càng khó.

Chất lượng cảm nhận (Perceived quality): Chất lượng cảm nhận chính là chất lượng cảm nhận sản phẩm dịch vụ.

Giá trị cảm nhận (Perceived value): Các nghiên cứu về lý thuyết cho thấy, sự hài lòng của khách hàng phụ thuộc vào giá trị cảm nhận của hàng hóa và dịch vụ. Giá trị là mức độ đánh giá/cảm nhận đối với chất lượng sản phẩm so với giá phải trả hoặc phương diện “giá trị không chỉ bằng tiền” mà khách hàng tiêu dùng sản phẩm đó. Giá trị dành cho khách hàng là chênh lệch giữa tổng giá trị mà khách hàng nhận được và tổng chi phí mà khách hàng phải trả về một sản phẩm/dịch vụ nào đó.

Giá cả (Price): Đây là biến số mới được đề nghị xem xét trong mô hình lý thuyết. Do đặc điểm biến động của thị trường tài chính và những đặc thù của văn hóa kinh doanh, giá cả sản phẩm luôn được khách hàng so sánh, đánh giá giữa các doanh nghiệp. Yếu tố giá đối với một sản phẩm đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa hình ảnh, sự mong đợi và chất lượng cảm nhận với giá trị cảm nhận của khách hàng.

Sự trung thành (Loyalty): Là biến số cuối cùng trong mô hình và mang tính quyết định đến sự tồn vong của doanh nghiệp trong tương lai, nó được đo lường bởi ý định tiếp tục mua, lòng tin và sự giới thiệu với người khác về sản phẩm và dịch vụ mà họ đang dùng. Ngược lại với sự trung thành là sự than phiền, khi khách hàng

không hài lòng với sản phẩm dịch vụ so với những mong muốn của họ. Sự trung thành của khách hàng được xem như một tài sản của doanh nghiệp, vì vậy, các doanh nghiệp cần phải tạo ra sự hài lòng đối với khách hàng, nâng cao sự trung thành của họ đối với doanh nghiệp.

2.1.2.3 Mô hình FSQ and TSQ (Gronroos, 1984)

Theo Gronroos, chất lượng dịch vụ được xem xét dựa trên hai tiêu chí là chất lượng chức năng (FSQ: Functional Service Quality) và chất lượng kỹ thuật (TSQ: Technical Service Quality) và chất lượng dịch vụ bị tác động mạnh mẽ bởi hình ảnh doanh nghiệp (corporate image). Như vậy, Gronroos đã đưa ra 3 nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ là chất lượng chức năng, chất lượng kỹ thuật và hình ảnh doanh nghiệp (gọi tắt là mô hình FTSQ)

Chất lượng kỹ thuật: Đây là chất lượng khách hàng nhận được thông qua việc tiếp xúc với doanh nghiệp và được cảm nhận quan trọng đối với khách hàng.

Nói cách khác, chất lượng kỹ thuật là kết quả của quá trình tương tác giữa doanh nghiệp và khách hàng mà ở đó doanh nghiệp cung cấp dịch vụ và khách hàng tiếp nhận dịch vụ đó. Có 5 tiêu chí để đánh giá nhân tố này:

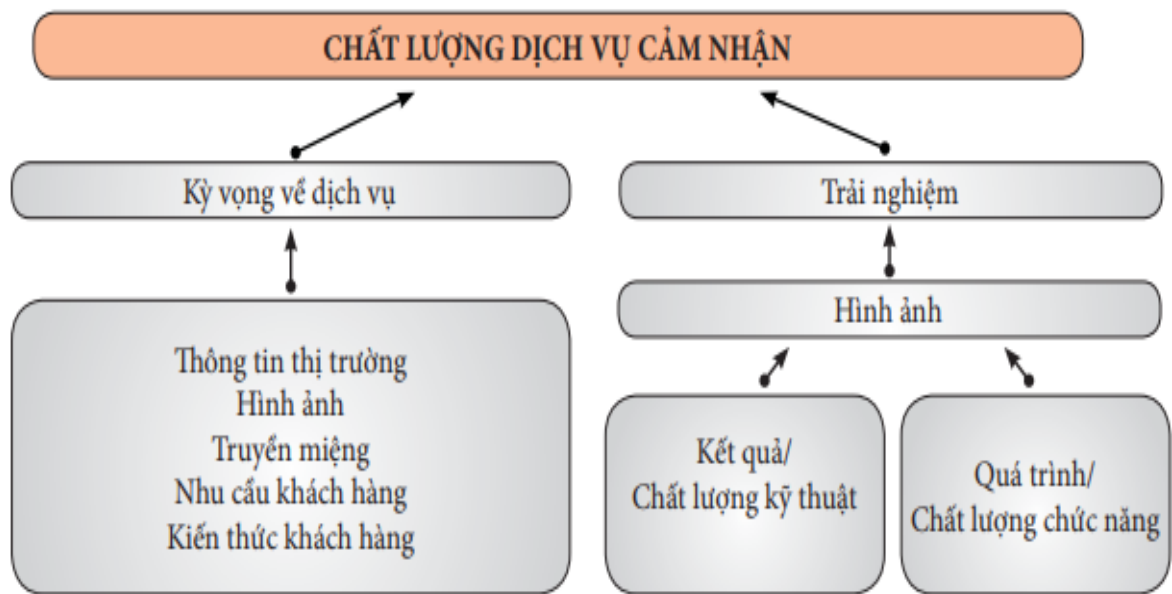
- Khả năng giải quyết vấn đề;
- Kỹ năng chuyên môn;
- Trình độ tác nghiệp;
- Trang thiết bị hiện đại;
- Hệ thống lưu trữ thông tin;

Chất lượng chức năng: Chất lượng chức năng thể hiện quá trình thực hiện dịch vụ của doanh nghiệp, phản ánh việc dịch vụ được cung cấp như thế nào. Trong tương quan giữa hai khía cạnh chất lượng kể trên thì chất lượng chức năng đóng vai trò quan trọng hơn được thể hiện thông qua 7 tiêu chí sau:

- Sự thuận tiện trong giao dịch;
- Hành vi ứng xử;
- Thái độ phục vụ;
- Công tác tổ chức doanh nghiệp;

- Tiếp xúc khách hàng;
- Phong thái phục vụ;
- Tinh thần tất cả vì khách hàng;

Hình ảnh doanh nghiệp: Hình ảnh doanh nghiệp được hiểu là cảm nhận/ấn tượng chung của khách hàng về doanh nghiệp, theo đó, nếu doanh nghiệp tạo được hình ảnh tốt trong lòng khách hàng thì họ dễ dàng bỏ qua những thiếu sót xảy ra trong quá trình sử dụng dịch vụ. Gronroos cũng chỉ ra rằng hình ảnh doanh nghiệp là tài sản vô giá của doanh nghiệp và có tác động tích cực đến đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ, giá trị sản phẩm và sự hài lòng của họ. Hơn thế hình ảnh doanh nghiệp cũng giúp cho khách hàng tin tưởng hơn vào doanh nghiệp và trở thành khách hàng trung thành của doanh nghiệp (Andreassen & Lindestand, 1998). Như vậy, hình ảnh doanh nghiệp có tác động đến và chịu ảnh hưởng bởi chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng. Cũng cần lưu ý rằng, những khách hàng thường xuyên sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp sẽ có cảm nhận đúng đắn hơn về hình ảnh doanh nghiệp so với những khách hàng khác (Johnson, Fornell, Andreassen, Lervik, và Cha, 2001). Hình ảnh doanh nghiệp được xem như là “thiết bị lọc” (filter) giúp cho mối quan hệ giữa khách hàng và doanh nghiệp tốt đẹp và bền vững hơn. Ngoài ra, khách hàng đánh giá hình ảnh doanh nghiệp tốt hay xấu thông qua cảm nhận của họ đối với doanh nghiệp và so sánh hình ảnh doanh nghiệp với các đối thủ khác. Tuy nhiên, mức độ ảnh hưởng nhiều hay ít phụ thuộc vào từng đơn vị, doanh nghiệp cụ thể.



Hình 2.3 Mô hình PSQM

Nguồn: Gronroos (1984)

2.2 Tổng quan các nghiên cứu liên quan

2.2.1 Các nghiên cứu nước ngoài

Nghiên cứu của Wahyuni wahyuni và cộng sự (2018) được thực hiện với mục tiêu xác định tác động của chất lượng dịch vụ và chất lượng sản phẩm nước sạch đến sự hài lòng của khách hàng tại PDAM Tirta Jeneberang, Gowa Regency. Phương pháp nghiên cứu được sử dụng là định lượng với cách tiếp cận mô tả. Địa điểm nghiên cứu được thực hiện tại PDAM Tirta Jeneberang, Gowa Regency, trong khoảng thời gian 3 tháng. Dữ liệu được thu thập thông qua bảng câu hỏi và được phân tích bằng phương pháp thống kê mô tả. Kết quả thu được từ nghiên cứu này cho thấy chất lượng dịch vụ và chất lượng sản phẩm nước sạch có tác động tích cực và có ý nghĩa đến sự hài lòng của khách hàng.

Nghiên cứu của Julia Denantes và cộng sự (2021) được thực hiện với mục tiêu phân tích các yếu tố giải thích sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng nước và dịch vụ cũng như dịch vụ do các nhà cung cấp nước và vệ sinh tại Chile cung cấp, làm sáng tỏ các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng trong bối cảnh một quốc gia đang phát triển và trong tình huống có các tiêu chuẩn dịch vụ nước nghiêm

ngặt và nguồn cung cấp nước đáng tin cậy. Mô hình phương trình cấu trúc đã được ước tính, sử dụng mẫu nghiên cứu với 32.745 quan sát do Cơ quan quản lý dịch vụ vệ sinh Chile thu thập. Kết quả cho thấy chất lượng nước được nhận thức có ảnh hưởng lớn đến rủi ro sức khỏe được nhận thức. Ngoài ra, nhận thức rủi ro của khách hàng chủ yếu phụ thuộc vào cảm quan, được giải thích bằng hương vị, mùi và độ trong. Chất lượng dịch vụ và giá cả chủ yếu chịu ảnh hưởng bởi nhận thức của người tiêu dùng về chất lượng nước và hệ thống thanh toán.

Nghiên cứu của Bakhtiar Tijjang và cộng sự (2020) nhằm mục đích kiểm tra chất lượng dịch vụ sản phẩm đối với sự hài lòng của người tiêu dùng đối với nước uống đóng bình tại Indonesia. Loại nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu giải thích (giải thích nghiên cứu) sử dụng phương pháp định lượng. Đối tượng nghiên cứu trong nghiên cứu này là những khách hàng sử dụng nước uống đóng bình tại Indonesia, những người không rõ dân số, sử dụng phương pháp Roscoe để lấy mẫu, gồm 50 người với kỹ thuật lấy mẫu ngẫu nhiên. Kết quả cho thấy chất lượng sản phẩm và dịch vụ ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến sự hài lòng của người tiêu dùng một phần hoặc đồng thời đối với khách hàng sử dụng nước uống đóng bình tại Indonesia.

2.2.2 Các nghiên cứu trong nước

Nghiên cứu của Diệp Thanh Tùng và cộng sự (2021) được thực hiện với mục tiêu đánh giá sự hài lòng của người dân về dịch vụ cung cấp nước sạch nông thôn trên địa bàn tỉnh Sóc Trăng. Nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu gồm 8 thành phần theo mô hình SERVPERF: Sự tin cậy, Sự đồng cảm, Khả năng đáp ứng, Năng lực phục vụ, Phương tiện hữu hình, Giá cả, Chất lượng dịch vụ; nhóm tác giả phát triển thêm 01 thành phần đặc thù là Mạng lưới. Ngoài ra, trong mô hình nhóm tác giả còn đề xuất thêm một số biến kiểm soát thuộc về đặc điểm cá nhân như: Độ tuổi, Giới tính, Thu nhập, Nghề nghiệp... Kết quả cho thấy, có 6 nhân tố ảnh hưởng đến dịch vụ xếp theo thứ tự giảm dần như sau: (1) Khả năng đáp ứng; (2) Phương tiện hữu hình; (3) Mạng lưới; (4) Giá cả; (5) Chất lượng; (6) Sự tin cậy. Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý chính sách nâng cao mức độ hài lòng của

người dân về dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Sóc Trăng.

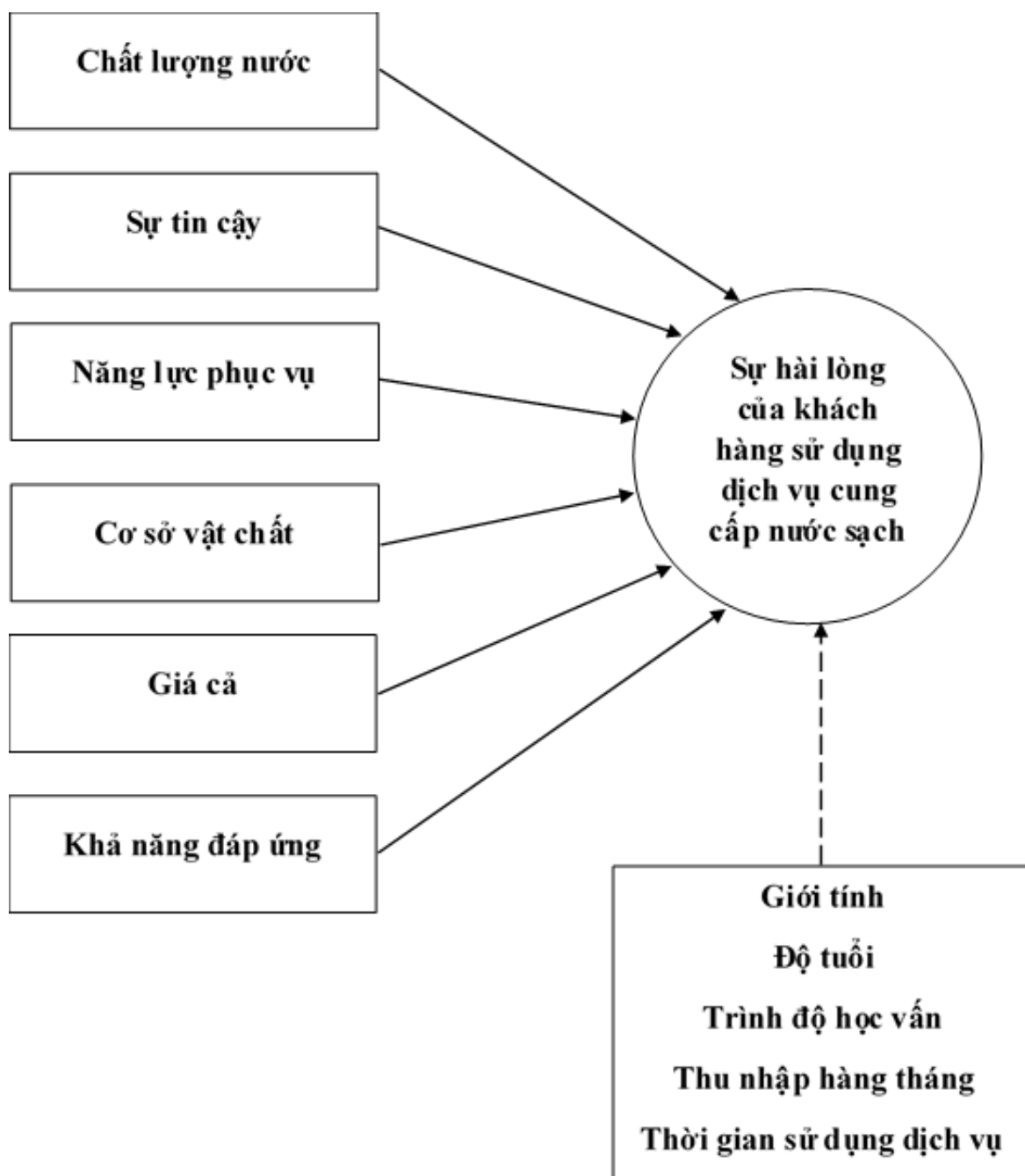
Nghiên cứu của Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021) được thực hiện với mục tiêu nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ cung cấp nước sạch nông thôn tại Trung tâm Đầu tư, khai thác thủy lợi và nước sạch nông thôn tỉnh Bình Dương. Mô hình nghiên cứu lý thuyết gồm 5 yếu tố: (1) Chất lượng và hoạt động cung cấp nước; (2) Sự tin tưởng; (3) Năng lực phục vụ; (4) Thái độ phục vụ; (5) Điều kiện đón tiếp và phục vụ. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ cung cấp nước sạch nông thôn tại Trung tâm được sắp xếp theo thứ tự mức độ ảnh hưởng từ lớn đến nhỏ là: (1) Năng lực phục vụ; (2) Thái độ phục vụ; (3) Chất lượng và hoạt động cung cấp nước; (4) Điều kiện đón tiếp và phục vụ; (5) Sự tin tưởng. Căn cứ vào kết quả nghiên cứu này, tác giả đã đề xuất 5 hàm ý quản trị nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp nước sạch nông thôn tại Trung tâm Đầu tư, khai thác thủy lợi và nước sạch nông thôn tỉnh Bình Dương.

Nghiên cứu của Lê Thị Diệu Hiền và cộng sự (2015) được thực hiện với mục tiêu xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ cung cấp nước sạch (DVCCNS) tại quận Ninh Kiều, TP. Cần Thơ. Số liệu của nghiên cứu được thu thập từ 228 người dân đang sử dụng DVCCNS trên địa bàn quận Ninh Kiều. Kết quả nghiên cứu đã xác định các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của người dân đối với DVCCNS là sự tin cậy và đảm bảo, khả năng đáp ứng, phương tiện hữu hình và sự đồng cảm. Trong đó, nhân tố khả năng đáp ứng có ảnh hưởng mạnh nhất đến mức độ hài lòng của người dân đối với DVCCNS. Một số khuyến nghị được đề xuất nhằm nâng cao sự hài lòng của người dân đối với DVCCNS ở quận Ninh Kiều, TP. Cần Thơ.

2.4 Mô hình nghiên cứu đề xuất và các giả thuyết nghiên cứu

Thông qua cơ sở lý thuyết về dịch vụ, sự hài lòng khách hàng và các nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước có liên quan đến mục tiêu nghiên cứu của đề tài, tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu lý thuyết cho đề tài. Mô hình nghiên cứu của đề tài kế thừa từ mô hình trong các nghiên cứu của Nguyễn Minh Tuấn và cộng

sự (2021), Diệp Thanh Tùng và cộng sự (2021) gồm 6 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận, đó là: (1) Chất lượng nước; (2) Sự tin cậy; (3) Năng lực phục vụ; (4) Cơ sở vật chất; (5) Giá cả; (6) Khả năng đáp ứng.



Hình 2.1 Mô hình nghiên cứu đề xuất

Trên cơ sở lý thuyết nền và các nghiên cứu trước, điển hình như nghiên cứu của Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021), Diệp Thanh Tùng và cộng sự (2021), Lê Thị Diệu Hiền và cộng sự (2015), ứng với mô hình nghiên cứu đề xuất trên, các giả thuyết nghiên cứu được trình bày như sau:

Giả thuyết H₁: Chất lượng nước có tương quan với sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.

Giả thuyết H₂: Sự tin cậy có tương quan với sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.

Giả thuyết H₃: Năng lực phục vụ có tương quan với sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.

Giả thuyết H₄: Cơ sở vật chất có tương quan với sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.

Giả thuyết H₅: Giá cả có tương quan với sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.

Giả thuyết H₆: Khả năng đáp ứng có tương quan với sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

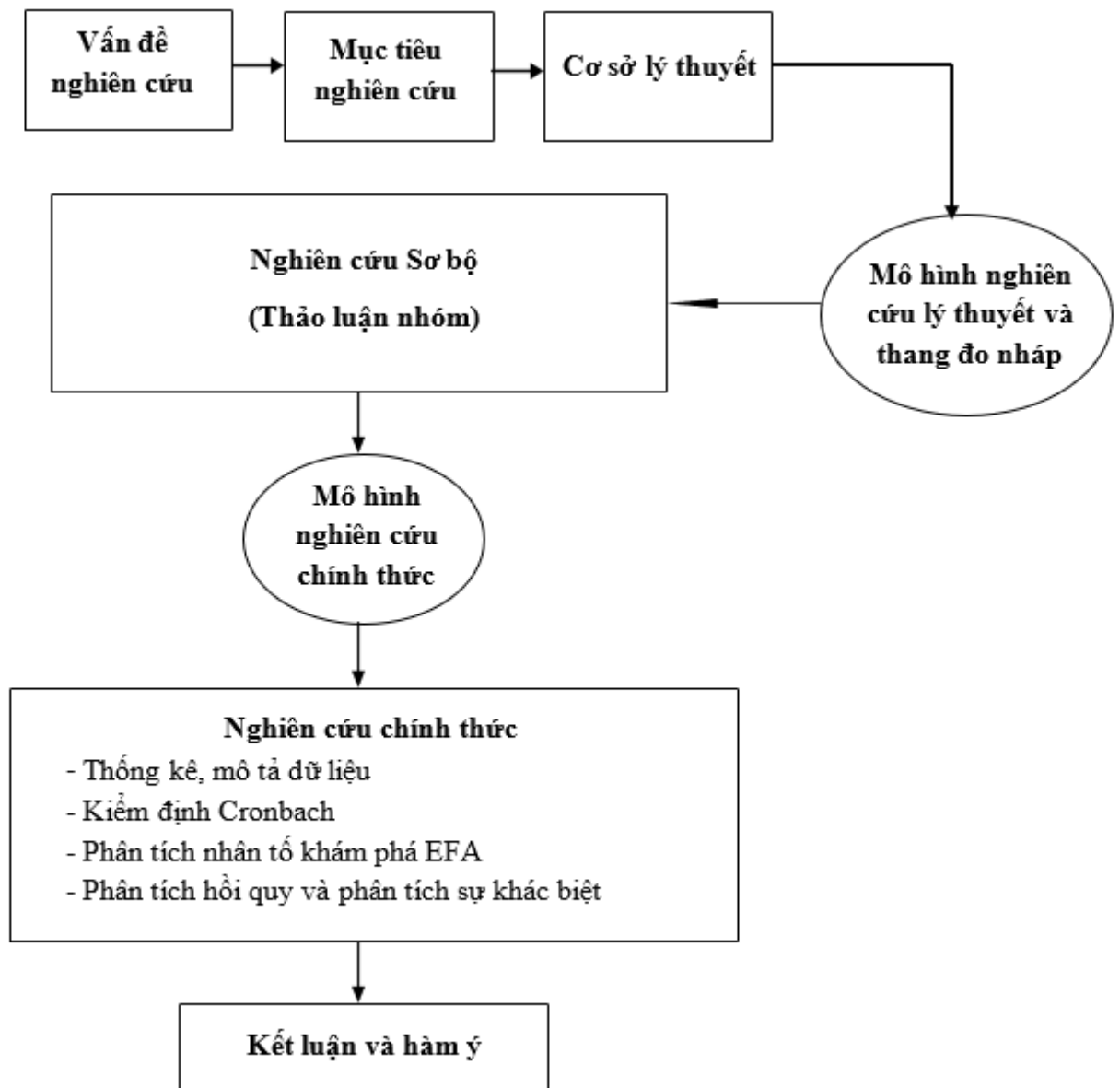
Chương 2 đã trình bày các lý thuyết nền liên quan mục tiêu nghiên cứu của đề tài như lý thuyết về dịch vụ, dịch vụ nước sạch, sự hài lòng khách hàng và các nghiên cứu trước có mục tiêu nghiên cứu tương đồng với mục tiêu của đề tài để làm cơ sở xây dựng mô hình nghiên cứu lý thuyết cho đề tài. Mô hình nghiên cứu của đề tài gồm 6 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận, đó là: (1) Chất lượng nước; (2) Sự tin cậy; (3) Năng lực phục vụ; (4) Cơ sở vật chất; (5) Giá cả; (6) Khả năng đáp ứng.

CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1 Quy trình nghiên cứu

Quy trình nghiên cứu được thực hiện qua hai giai đoạn: giai đoạn nghiên cứu định tính và giai đoạn nghiên cứu định lượng.

Quy trình nghiên cứu được thực hiện theo hình 3.1 bên dưới như sau:



Hình 3.1 Quy trình nghiên cứu

Nguồn: Tác giả xây dựng

Trên cơ sở các vấn đề nghiên cứu, thông qua các lý thuyết nền liên quan đến đề tài, tác giả tìm ra các khoảng trống cho nghiên cứu, đề ra mục tiêu nghiên cứu.

Dựa trên cơ sở lý thuyết nền liên quan đến dịch vụ, dịch vụ nước sạch, sự hài lòng khách hàng và các nghiên cứu trước có mục tiêu tương đồng với mục tiêu của đề tài, nghiên cứu đề xuất mô hình nghiên cứu lý thuyết và các thang đo đo lường cho các khái niệm nghiên cứu dùng trong đề tài.

Thực hiện nghiên cứu định tính bằng phương pháp thảo luận nhóm gồm các quản lý, nhân viên có thâm niên và kinh nghiệm đang làm việc Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận và các khách hàng đang sử dụng dịch vụ nước sạch của Trung tâm nhằm giúp nghiên cứu hiệu chỉnh mô hình và thang đo sơ bộ mà đề tài đã xây dựng cho phù hợp với điều kiện nghiên cứu. Đây cũng là cơ sở giúp tác giả hoàn thiện Bảng hỏi nhằm phục vụ cho công tác thu thập dữ liệu từ khảo sát để đáp ứng cho bước phân tích định lượng tiếp theo.

Nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua phân tích các dữ liệu thu thập được từ khảo sát các khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận. Dữ liệu sau khi thu thập sẽ được tiến hành làm sạch, xử lý, mã hóa và thực hiện các bước phân tích thông qua các kiểm định về độ tin cậy của các thang đo mà nghiên cứu xây dựng thông qua kiểm định Kiểm định Cronbach, Kiểm định EFA; Kiểm định tương quan; Phân tích hồi quy; Kiểm định sự khác biệt để tìm ra các yếu tố chính ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm và khẳng định các kết quả nghiên cứu cũng như đưa ra các kiến nghị phù hợp xoay quanh các kết quả nghiên cứu mà đề tài đã xác định được.

3.2 Xây dựng thang đo sơ bộ

Các thang đo sơ bộ dùng trong nghiên cứu được xây dựng trên cơ sở kế thừa các thang đo trong nghiên cứu trước. Có tất cả 06 thang đo gồm 05 thang đo đo lường cho các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận và 01 thang đo đo lường cho yếu tố phụ thuộc của mô hình lý thuyết là sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.

Tổng hợp nội dung các thang đo sơ bộ mà đề tài xây dựng được trình bày trong Bảng 3.1 bên dưới như sau:

Bảng 3.1 Thang đo sơ bộ

Thang đo	Biến quan sát	Nội dung	Nguồn gốc
Chất lượng nước - CL	CL1	Nguồn nước không (rất ít) bị tạm ngừng cung cấp	Lê Thị Diệu Hiền và cộng sự (2015), Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021), Diệp Thanh Tùng và cộng sự (2021)
	CL2	Nguồn nước luôn trong sạch, chất lượng cao	
	CL3	Trung tâm luôn cố gắng duy trì cung cấp trong mọi điều kiện	
Sự tin cậy - TC	TC1	Trung tâm luôn giữ đúng cam kết	Lê Thị Diệu Hiền và cộng sự (2015), Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021), Diệp
	TC2	Khi có bất kì thay đổi gì (về lịch tạm ngừng cấp nước, phí dịch vụ...) Trung tâm luôn thông báo rõ ràng với khách hàng	

Thang đo	Biến quan sát	Nội dung	Nguồn gốc
	TC3	Trung tâm luôn đúng hẹn với khách hàng khi lắp đặt, sửa chữa hệ thống cung cấp nước	Thanh Tùng và cộng sự (2021)
	TC4	Khi có bất kì vấn đề nào Trung tâm luôn quan tâm để giải quyết trở ngại đó	
Năng lực phục vụ - PV	PV1	Thủ tục lắp đặt, sửa chữa nhanh chóng	Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021), Diệp Thanh Tùng và cộng sự (2021)
	PV2	Thời gian khắc phục sự cố nhanh	
	PV3	Nhân viên bảo trì, sửa chữa luôn biết họ cần làm gì	
	PV4	Nhân viên bảo trì, sửa chữa rất lịch sự và họ không đòi hỏi tiền bồi dưỡng	
	PV5	Thủ tục ngưng, đóng, mở nước nhanh	
	PV6	Trung tâm có phương thức thanh toán thuận tiện thông qua các ngân hàng	
Cơ sở vật chất - VC	VC1	Trung tâm có cơ sở vật chất đầy đủ	Lê Thị Diệu Hiền và cộng sự (2015), Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021)
	VC2	Trung tâm có trang thiết bị và máy móc hiện đại	
	VC3	Cán bộ nhân viên có trang phục đẹp, lịch sự	
	VC4	Chỗ để xe thuận tiện	

Thang đo	Biến quan sát	Nội dung	Nguồn gốc
Giá cả - GC	GC1	Chi phí lắp đặt, sửa chữa hợp lý	Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021), Diệp Thanh Tùng và cộng sự (2021)
	GC2	Định mức m ³ nước phù hợp với nhu cầu của từng hộ gia đình	
	GC3	Giá nước tính cho từng m ³ phù hợp	
Khả năng đáp ứng - DU	DU1	Nhân viên Trung tâm luôn có thái độ phục vụ tốt.	Lê Thị Diệu Hiền và cộng sự (2015), Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021), Diệp Thanh Tùng và cộng sự (2021)
	DU2	Nhân viên Trung tâm nhiệt tình hỗ trợ khách hàng.	
	DU3	Thời gian giao dịch nhanh chóng.	
	DU4	Giờ làm việc thuận tiện cho khách hàng.	
	DU5	Nhân viên không bao giờ quá bận.	
Sự hài lòng – HL	HL1	Anh/ Chị hoàn toàn hài lòng với dịch vụ cung cấp nước của Trung tâm.	Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021), Diệp Thanh Tùng và cộng sự (2021)
	HL2	Anh/ Chị hoàn toàn yên tâm về dịch vụ cung cấp nước của Trung tâm với người khác.	
	HL3	Anh/ Chị sẽ nói tốt về dịch vụ cung cấp nước của Trung tâm với người khác.	

Nguồn: Kế thừa từ các nghiên cứu trước.

3.3 Nghiên cứu định tính

Nghiên cứu định tính được sử dụng để giúp hiệu chỉnh mô hình nghiên cứu lý thuyết và hiệu chỉnh nội dung các thang đo sử dụng trong nghiên cứu mà đề tài đã xây dựng. Mô hình nghiên cứu lý thuyết được xây dựng với 6 yếu tố độc lập bao gồm: Chất lượng nước (3 biến quan sát); Sự tin cậy (4 biến quan sát); Năng lực phục vụ (6 biến quan sát); Cơ sở vật chất (4 biến quan sát); Giá cả (3 biến quan sát); Khả năng đáp ứng (5 biến quan sát) và yếu tố phụ thuộc của mô hình là: sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc (3 biến quan sát).

Nghiên cứu sử dụng phương pháp thảo luận nhóm gồm 05 chuyên gia hiện đang giữ các chức vụ quản lý phòng ban và các nhân viên có thâm niên làm việc tại Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận từ 5 năm trở lên và 10 khách hàng đang sử dụng dịch vụ nước sạch của Trung tâm.

Các đối tượng tham gia thảo luận nhóm sẽ được tác giả gửi trước các nội dung liên quan đến đề tài và các nội dung cần được thảo luận trước buổi thảo luận nhóm. Trong buổi thảo luận nhóm, các nội dung sẽ được tác giả lần lượt trình bày theo dàn bài chuẩn bị trước để các chuyên gia lần lượt trao đổi, góp ý từng nội dung riêng lẻ. Các nội dung nếu được từ 2/3 các chuyên gia trở lên đồng thuận sẽ được thống nhất; Các nội dung cần được hiệu chỉnh cũng sẽ được các chuyên gia định hướng cho phù hợp với điều kiện nghiên cứu tại Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc.

Kết quả thảo luận chuyên gia cho thấy rằng tất cả các chuyên gia tham gia thảo luận các nội dung của đề tài đều thống nhất về mô hình nghiên cứu đề xuất mà tác giả đã xây dựng. Về các biến quan sát trong các thang đo sơ bộ mà đề tài đã xây dựng, tất cả các chuyên gia thống nhất giữ nguyên số lượng và nội dung các biến quan sát trong các thang đo mà đề tài đã xây dựng.

Sau khi tổng hợp các kết quả thu được từ nghiên cứu định tính, các thang đo trong nghiên cứu sẽ được sử dụng để thiết kế bảng khảo sát nhằm phục vụ cho công tác khảo sát thu thập dữ liệu cho nghiên cứu. Phiếu khảo sát sẽ được bổ sung thêm các thông tin liên quan về cá nhân người được khảo sát và tiến hành thực hiện bước khảo sát thử với số lượng mẫu 20 khách hàng ngẫu nhiên để xem xét mức độ phù hợp và dễ hiểu của các nội dung được hỏi trong phiếu khảo sát. Kết quả khảo sát thử cho thấy 20/20 người được hỏi đều đồng thuận với sự phù hợp và dễ hiểu của các nội dung được hỏi trong phiếu khảo sát. Như vậy, phiếu khảo sát đã đạt được sự tin cậy cần thiết và phù hợp để sử dụng cho khảo sát ở quy mô lớn hơn.

Thang đo trong nghiên cứu được xây dựng với dạng thang đo Likert 5 bậc với mức độ là: (1) Hoàn toàn không đồng ý; (2) Không đồng ý; (3) Trung dung; (4) Đồng ý và (5) Hoàn toàn đồng ý.

3.4 Nghiên cứu định lượng

3.4.1 Mẫu nghiên cứu và phương pháp chọn mẫu

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ khảo sát các khách hàng đang sử dụng dịch vụ nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc thông qua công cụ thu thập dữ liệu là Phiếu khảo sát.

Phương pháp chọn mẫu mà nghiên cứu sử dụng là chọn mẫu phi xác suất với phương thức lấy mẫu thuận tiện. Đây là phương pháp lấy mẫu giúp cho tác giả tiết kiệm được chi phí, thời gian và phù hợp với nghiên cứu mang tính khám phá nhân tố của đề tài.

3.4.2 Cỡ mẫu nghiên cứu và cách lấy mẫu

Mẫu nghiên cứu phụ thuộc vào mục tiêu, quy mô của nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu mà đề tài sử dụng để phân tích.

Kumar (2005) cho rằng kích thước của mẫu nghiên cứu tùy thuộc vào việc nghiên cứu muốn đạt được những gì từ nguồn dữ liệu thu thập được.

Theo Gorsuch (1983), kích thước mẫu nghiên cứu là 100, còn Guilford (1954) cho rằng con số đó là 200.

Hair và cộng sự (2010) cho rằng: khi phân tích nhân tố khám phá EFA thì yêu cầu kích thước mẫu tối thiểu phải là 50 hoặc theo tỷ lệ 5:1 (5 đối tượng được khảo sát cho 1 biến quan sát). Nghiên cứu có tất cả 28 biến quan sát, trong đó có 25 biến quan sát đo lường cho 6 nhân tố độc lập và 03 biến quan sát đo lường cho nhân tố phụ thuộc của mô hình. Do đó, kích thước mẫu tối thiểu mà nghiên cứu cần có để đáp ứng yêu cầu mẫu dành cho phân tích EFA sẽ bằng $28 \times 5 = 140$.

Tabachnick & Fidell (1991) thì cho rằng kích thước mẫu nghiên cứu dựa vào quy trình xử lý và phân tích số liệu có sử dụng hồi quy bội, theo đó để phân tích hồi quy và đạt được kết quả hồi quy tốt nhất thì kích cỡ mẫu phải thỏa mãn công thức: $n \geq 8m + 50$ (Với n là kích cỡ mẫu, m là số biến độc lập trong mô hình). Theo đó, đề tài có tất cả 6 biến độc lập thì kích thước mẫu nghiên cứu tối thiểu phải bằng 98 đối tượng khảo sát.

Trong nghiên cứu này, để đảm bảo cỡ mẫu nghiên cứu đạt yêu cầu cho các phân tích và giảm các sai sót trong việc thu thập dữ liệu, tác giả tiến hành khảo sát với kích thước mẫu là 250 khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc. Phiếu khảo sát được các nhân viên trung tâm gửi đến khách hàng khi các nhân viên đến thống kê chỉ số nước tại nhà dân. Kích thước mẫu này hoàn toàn đáp ứng được các tiêu chuẩn của nghiên cứu và phù hợp với khả năng nghiên cứu cũng như năng lực tài chính của tác giả.

3.4.3 Các công cụ phân tích dữ liệu

Phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha

Thang đo được kiểm định độ tin cậy thông qua hệ số Cronbach's Alpha. Hệ số Cronbach's Alpha giúp loại bỏ các biến không phù hợp và hạn chế các biến rác trong mô hình nghiên cứu, tránh gây ra nhiễu kết quả thu được, làm ảnh hưởng xấu

đến ý nghĩa thống kê. Hệ số Cronbach's Alpha đo lường tốt nhất độ tin cậy của thang đo từ 3 biến quan sát trở lên (Nguyễn Đình Thọ, 2011).

Hệ số Cronbach's Alpha có giá trị biến thiên trong đoạn $[0,1]$. Về lý thuyết, hệ số này càng cao càng tốt (thang đo càng có độ tin cậy cao). Tuy nhiên, điều này không hoàn toàn chính xác bởi hệ số Cronbach's Alpha quá lớn (khoảng từ 0.95 trở lên) cho thấy có nhiều biến quan sát trong thang đo không có khác biệt gì nhau, chúng gần như là giống nhau hoàn toàn về ý nghĩa, hiện tượng này gọi là trùng lặp trong thang đo.

Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), mức giá trị hệ số Cronbach's Alpha: Từ 0.8 đến gần bằng 1: thang đo lường rất tốt; Từ 0.7 đến gần bằng 0.8: thang đo lường sử dụng tốt; Từ 0.6 trở lên: thang đo lường đủ điều kiện.

Đối với những nghiên cứu lặp lại, giá trị Cronbach's Alpha nên từ 0.7 trở lên. Với những nghiên cứu mới, giá trị Cronbach's Alpha từ 0.6 trở lên là được chấp nhận. Khi thực hiện phân tích Cronbach's Alpha cho một nhân tố, nếu hệ số Cronbach's Alpha của nhóm nhỏ hơn 0.6 và không có biến nào trong nhóm hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến lớn hơn 0.6 thì cần xem xét loại bỏ cả nhân tố đó.

Thông thường, các nghiên cứu cũng sẽ đánh giá hệ số tương quan biến tổng Corrected Item – Total Correlation, nếu giá trị Cronbach's Alpha if Item Deleted của một biến lớn hơn hệ số Cronbach's Alpha của nhóm và Corrected Item – Total Correlation biến đó nhỏ hơn 0.3 thì sẽ loại biến quan sát đang xem xét để tăng độ tin cậy của thang đo. Trường hợp giá trị Cronbach's Alpha if Item Deleted một biến lớn hơn không quá nhiều so với hệ số Cronbach Alpha của nhóm (chênh lệch nhỏ hơn 0.1) nhưng Corrected Item – Total Correlation biến đó lớn hơn 0.3 thì xem xét giữ biến đó lại.

Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng các tiêu chí về phân tích Cronbach's Alpha theo Nguyễn Đình Thọ (2011): Thứ nhất: Các hệ số Cronbach's Alpha của các biến phải từ 0.7 trở lên; Thứ hai: Những biến quan sát có hệ số tương quan biến tổng

phù hợp từ 0.3 trở lên. Thỏa mãn 2 điều kiện trên thì các biến phân tích được xem là chấp nhận và thích hợp đưa vào phân tích những bước tiếp theo.

Phân tích nhân tố khám phá EFA

Phân tích nhân tố khám phá (EFA), dùng để rút gọn một tập hợp k biến quan sát thành một tập f (với $f < k$) các nhân tố có ý nghĩa hơn. Trong nghiên cứu, chúng ta thường thu thập được một số lượng biến khá lớn và rất nhiều các biến quan sát trong đó có liên hệ tương quan với nhau. Phân tích nhân tố khám phá xem xét mối quan hệ giữa các biến ở tất cả các nhóm (các nhân tố) khác nhau nhằm phát hiện ra những biến quan sát tải lên nhiều nhân tố hoặc các biến quan sát bị phân sai nhân tố từ ban đầu. Nhờ EFA, chúng ta có thể định hình lại cấu trúc các nhóm thang đo, xem xét sự hội tụ và phân biệt của các nhóm biến, cùng với đó là loại bỏ đi những biến quan sát rác giúp cải thiện kết quả nghiên cứu.

Một số tiêu chuẩn áp dụng khi phân tích EFA trong nghiên cứu như sau:

(i) Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) là một chỉ số dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích nhân tố. Trị số của KMO phải đạt giá trị 0.5 trở lên ($0.5 \leq KMO \leq 1$) là điều kiện đủ để phân tích nhân tố là phù hợp. Nếu trị số này nhỏ hơn 0.5, thì phân tích nhân tố có khả năng không thích hợp với tập dữ liệu nghiên cứu. Hutcheson & Sofroniou (1999) đề xuất một số ngưỡng giá trị KMO như sau:

$KMO \geq 0.9$: mức chấp nhận tối thiểu

$0.8 < KMO \leq 0.9$: bình thường

$0.7 < KMO \leq 0.8$: tốt

$0.6 < KMO \leq 0.7$: rất tốt

$KMO > 0.9$: xuất sắc

(ii) Kiểm định Bartlett (Bartlett's test of sphericity) là một kiểm định xem xét có mối tương quan xảy ra giữa các biến tham gia vào EFA. Giả định rất quan trọng trong EFA là các biến quan sát đưa vào phân tích cần có sự tương quan với nhau. Thay vì đánh giá dựa vào ma trận tương quan khá khó khăn, chúng ta sẽ dùng tới

kiểm định Bartlett. Kiểm định này sẽ xem xét có mối tương quan xảy ra giữa các biến tham gia vào EFA hay không với giả thuyết H_0 : Không có mối tương quan giữa các biến quan sát. Nếu sig kiểm định Bartlett nhỏ hơn 0.05, chúng ta bác bỏ H_0 và kết luận các biến tham gia vào EFA có sự tương quan với nhau, ngược lại, nếu sig lớn hơn 0.05, chúng ta chấp nhận H_0 và kết luận các biến quan sát không có sự tương quan với nhau, phân tích EFA là không phù hợp.

(iii) Trị số Eigenvalue là một tiêu chí sử dụng phổ biến để xác định số lượng nhân tố trong phân tích EFA. Với tiêu chí này, chỉ có những nhân tố nào có Eigenvalue ≥ 1 mới được giữ lại trong mô hình phân tích.

(iv) Tổng phương sai trích (Total Variance Explained) $\geq 50\%$ cho thấy mô hình EFA là phù hợp. Coi biến thiên là 100% thì trị số này thể hiện các nhân tố được trích cô đọng được bao nhiêu % và bị thất thoát bao nhiêu % của các biến quan sát.

(v) Hệ số tải nhân tố (Factor Loading) hay còn gọi là trọng số nhân tố, giá trị này biểu thị mối quan hệ tương quan giữa biến quan sát với nhân tố. Hệ số tải nhân tố càng cao, nghĩa là tương quan giữa biến quan sát đó với nhân tố càng lớn và ngược lại. Theo Hair và cộng sự (2010):

Factor Loading ở mức ± 0.3 : Điều kiện tối thiểu để biến quan sát được giữ lại.

Factor Loading ở mức ± 0.5 : Biến quan sát có ý nghĩa thống kê tốt.

Factor Loading ở mức ± 0.7 : Biến quan sát có ý nghĩa thống kê rất tốt.

Phân tích tương quan

Kiểm định hệ số tương quan Pearson dùng để kiểm tra mối liên hệ tuyến tính giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc. Theo Gayen (1951), các nhà nghiên cứu sử dụng hệ số tương quan Pearson (ký hiệu r) để lượng hóa mức độ chặt chẽ của mối liên hệ tuyến tính giữa hai biến định lượng. Nếu một trong hai hoặc cả hai biến không phải là biến định lượng (biến định tính, biến nhị phân...) chúng ta sẽ không thực hiện phân tích tương quan Pearson cho các biến này. Hệ số tương quan Pearson r có giá trị dao động từ -1 đến 1.

Andy Field (2009) cho rằng mặc dù có thể đánh giá mối liên hệ tuyến tính giữa hai biến qua hệ số tương quan Pearson, nhưng chúng ta cần thực hiện kiểm định giả thuyết hệ số tương quan này có ý nghĩa thống kê hay không. Giả thuyết được đặt ra $H_0: r = 0$. Phép kiểm định t được sử dụng để kiểm định giả thuyết này. Kết quả kiểm định: $\text{Sig} < 0.05$: Bác bỏ giả thuyết H_0 , nghĩa là $r \neq 0$ một cách có ý nghĩa thống kê, hai biến có tương quan tuyến tính với nhau; $\text{Sig} > 0.05$: Chấp nhận giả thuyết H_0 , nghĩa là $r = 0$ một cách có ý nghĩa thống kê, hai biến không có tương quan tuyến tính với nhau.

Phân tích hồi quy bội

Hồi quy tuyến tính là phép hồi quy xem xét mối quan hệ tuyến tính giữa biến độc lập với biến phụ thuộc. Phương trình hồi quy bội:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e$$

Trong đó:

Y: biến phụ thuộc, là biến chịu tác động của biến khác.

X, X_1, X_2, X_n : biến độc lập, là biến tác động lên biến khác.

β_0 : hằng số hồi quy, hay còn được gọi là hệ số chặn. Đây là chỉ số nói lên giá trị của Y sẽ là bao nhiêu nếu tất cả X cùng bằng 0.

$\beta_1, \beta_2, \beta_n$: hệ số hồi quy, hay còn được gọi là hệ số góc. Chỉ số này cho chúng ta biết về mức thay đổi của Y gây ra bởi X tương ứng.

e: sai số. Chỉ số này càng lớn càng khiến cho khả năng dự đoán của hồi quy trở nên kém chính xác hơn hoặc sai lệch nhiều hơn so với thực tế.

Chúng ta sẽ đánh giá hệ số hồi quy của mỗi biến độc lập có ý nghĩa trong mô hình hay không dựa vào kiểm định t với giả thuyết H_0 : Hệ số hồi quy của biến độc lập X_i bằng 0. Mô hình hồi quy có bao nhiêu biến độc lập, chúng ta sẽ đi kiểm tra bấy nhiêu giả thuyết H_0 . Kết quả kiểm định: $\text{Sig} < 0.05$: Bác bỏ giả thuyết H_0 , nghĩa là hệ số hồi quy của biến X_i khác 0 một cách có ý nghĩa thống kê, biến X_i có tác động lên

biến phụ thuộc; $\text{Sig} > 0.05$: Chấp nhận giả thuyết H_0 , nghĩa là hệ số hồi quy của biến X_i bằng 0 một cách có ý nghĩa thống kê, biến X_i không tác động lên biến phụ thuộc.

Trong phân tích hồi quy, để đánh giá độ phù hợp của mô hình, các nhà nghiên cứu sử dụng hệ số R^2 . Trong hồi quy tuyến tính bội thường dùng hệ số R^2 để điều chỉnh, đánh giá độ phù hợp của mô hình nghiên cứu vì nó không phóng đại mức độ phù hợp của mô hình.

Kiểm định F được dùng để khẳng định khả năng mở rộng mô hình này áp dụng cho tổng thể.

Hệ số Beta chuẩn hóa được dùng để đánh giá mức độ quan trọng của từng nhân tố, hệ số Beta của biến độc lập nào càng cao thì mức độ tác động của nó lên biến phụ thuộc càng lớn (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Nhằm đảm bảo độ tin cậy của phương trình hồi quy được xây dựng, một loạt các dò tìm sự vi phạm của giả định cần thiết trong hồi quy tuyến tính cũng được thực hiện. Các giả định trong phần này bao gồm: Giả định liên hệ tuyến tính, Giả định phương sai phần dư không đổi, Phân phối chuẩn của phần dư, Tính độc lập của phần dư, Hiện tượng đa cộng tuyến.

Kiểm định sự khác biệt

Để thực hiện kiểm định sự khác biệt chúng ta tiến hành phân tích phương sai ANOVA và Independent-sample T – test. Phương pháp kiểm định T-Test được sử dụng trong kiểm định sự khác biệt về giá trị trung bình của tổng thể với một giá trị cho trước, hoặc kiểm định sự khác biệt về giá trị trung bình giữa hai tổng thể. Independent Samples T-Test: là một thử nghiệm thống kê kiểm định xem có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa các phương tiện trong hai nhóm thống kê không liên quan hay không. Kiểm tra kiểm định Levene's ở bảng Independent Samples Test. Nếu sig. của kiểm định này < 0.05 thì phương sai giữa 2 lựa chọn của biến định tính ở trên khác nhau, ta sẽ sử dụng kết quả kiểm định t ở phần Equal variances not assumed. Nếu giá trị sig của kiểm định t ở phần Equal variances not assumed $\text{sig.} > 0.05$ thì kết luận kiểm định t không có sự khác biệt, còn $\text{Sig} \leq 0.05$ thì kết luận có sự khác biệt giữa

các nhóm của biến định tính. Nếu các biến định tính có nhiều hơn hai lựa chọn, ta sẽ sử dụng phép kiểm định ANOVA để tìm sự khác biệt với biến định lượng. Thực hiện kiểm tra kiểm định Levene ở bảng Test of Homogeneity of variances, nếu sig ở kiểm định này ≤ 0.05 thì kết luận phương sai giữa các lựa chọn của biến định tính ở trên khác nhau. Nếu sig ở kiểm định này > 0.05 thì phương sai giữa các lựa chọn của biến định tính ở trên không khác nhau, xem tiếp kết quả ở bảng ANOVA. Nếu sig ở bảng này > 0.05 thì kết luận không có sự khác biệt giữa các nhóm biến định tính, còn nếu sig ở bảng này ≤ 0.05 thì kết luận có sự khác biệt giữa các nhóm biến định tính.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Chương 3 đã trình bày cách thức thực hiện các nghiên cứu định tính và định lượng mà đề tài đã sử dụng. Nghiên cứu định tính được thực hiện bằng phương pháp thảo luận nhóm các nhà quản lý và nhân viên có thâm niên quản lý hoạt động cung ứng nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc và các khách hàng đang sử dụng dịch vụ nước sạch của Trung tâm để hiệu chỉnh mô hình nghiên cứu cũng như các thang đo mà đề tài đã xây dựng; Nghiên cứu định lượng thực hiện thông qua phân tích dữ liệu thu thập từ khảo sát các khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc. Các dữ liệu thu thập về sẽ được xử lý, làm sạch và phân tích qua các kiểm định cần thiết ở Chương 4 tiếp theo thông qua phần mềm phân tích dữ liệu thống kê SPSS.

CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1 Thông tin mẫu nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu được thu thập trong thời gian 30 ngày với 250 phiếu khảo sát được phát đi. Dữ liệu thu thập về sau khi loại bỏ các phiếu trả lời không đạt yêu cầu, số phiếu trả lời hợp lệ để đưa vào phân tích cho nghiên cứu là 245 phiếu.

Về đặc điểm giới tính của khách hàng tham gia trả lời khảo sát của nghiên cứu (Bảng 4.1), đa số khách hàng có giới tính nam với 126 người (chiếm 51.4%); còn lại là 119 khách hàng tham gia khảo sát là nữ (chiếm 48.6%).

Bảng 4.1 Thông kê mô tả mẫu nghiên cứu theo Giới tính

Giới tính	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Nam	126	51.4
Nữ	119	48.6

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

Về độ tuổi của khách hàng tham gia trả lời khảo sát của nghiên cứu (Bảng 4.2), đa số người tham gia trả lời khảo sát của nghiên cứu có độ tuổi từ 25 đến dưới 45 tuổi (chiếm 50.3%; 133 người); 66 khách hàng có độ tuổi dưới 25 tuổi (chiếm 26.9%); còn lại là các khách hàng có độ tuổi từ 45 tuổi trở lên với 46 người trong tổng thể 245 phiếu trả lời hợp lệ (chiếm 18.8%).

Bảng 4.2 Thông kê mô tả mẫu nghiên cứu theo Độ tuổi

Độ tuổi	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Dưới 25 tuổi	66	26.9
Từ 25 đến dưới 45 tuổi	133	54.3
Từ 45 tuổi trở lên	46	18.8

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

Về trình độ học vấn của khách hàng tham gia trả lời khảo sát của nghiên cứu (Bảng 4.3), phần lớn khách hàng có học vấn đại học với 104 người (chiếm 42.4%); các khách hàng có trình độ học vấn từ Trung cấp đến Cao đẳng là 79 người (chiếm 32.2%); các khách hàng có trình độ học vấn từ Phổ thông trở xuống là 51 người

(chiếm 20.8%); cuối cùng là các khách hàng có trình độ học vấn trên đại học với 11 người (chiếm 4.5%) trong tổng thể mẫu của nghiên cứu.

Bảng 4.3 Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu theo Trình độ học vấn

Trình độ học vấn	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Phổ thông trở xuống	51	20.8
Cao đẳng - Trung cấp	79	32.2
Đại học	104	42.4
Sau đại học	11	4.5

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

Về thu nhập của các khách hàng tham gia trả lời khảo sát của nghiên cứu (Bảng 4.4), đa số khách hàng có thu nhập bình quân hàng tháng từ 5 đến dưới 10 triệu đồng với 133 khách hàng và chiếm 54.3%; có 67 khách hàng tham gia khảo sát có thu nhập dưới 5 triệu đồng và chiếm 27.3%; còn lại là các khách hàng có thu nhập bình quân hàng tháng từ 10 triệu đồng trở lên với 45 khách hàng và chiếm 18.4% trong tổng thể 245 phiếu trả lời hợp lệ.

Bảng 4.4 Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu theo Thu nhập

Thu nhập	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Dưới 5 triệu đồng	67	27.3
Từ 5 đến dưới 10 triệu đồng	133	54.3
Từ 10 triệu đồng trở lên	45	18.4

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

Về Thời gian sử dụng dịch vụ nước sạch của các khách hàng tham gia trả lời khảo sát của nghiên cứu (Bảng 4.5), đa số khách hàng có thời gian tham gia sử dụng dịch vụ nước sạch của Trung tâm nước sạch nông thôn tỉnh Bình Thuận từ 1 đến dưới 3 năm với 123 khách hàng (Chiếm 50.2%); có 49 khách hàng có thời gian sử dụng dịch vụ nước sạch dưới 1 năm và chiếm 20.0%; có 45 khách hàng có thời gian sử dụng dịch vụ nước sạch từ 3 đến dưới 5 năm và chiếm 18.4%; cuối cùng là các khách hàng có thời gian tham gia sử dụng dịch vụ nước sạch của Trung tâm nước sạch nông

thôn từ 5 năm trở lên với 28 khách hàng và chiếm 11.4% trong tổng thể mẫu của nghiên cứu.

Bảng 4.5 Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu theo Thời gian sử dụng dịch vụ

Thu nhập	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Dưới 1 năm	49	20.0
Từ 1 đến dưới 3 năm	123	50.2
Từ 3 đến dưới 5 năm	45	18.4
Từ 5 năm trở lên	28	11.4

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

4.2 Đánh giá chất lượng các thang đo

4.2.1 Phân tích Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định độ tin cậy các thang đo dùng trong nghiên cứu bằng hệ số Cronbach Alpha cho thấy giá trị α của các thang đo đều nằm trong khoảng đạt yêu cầu của kiểm định Cronbach's Alpha: Giá trị α nhỏ nhất là của thang đo “Sự tin cậy” với hệ số $\alpha = 0.804$; Giá trị α lớn nhất là của thang đo “Năng lực phục vụ” với hệ số $\alpha = 0.884$. Kết quả tổng hợp được trình bày trong Bảng 4.6 bên dưới.

Bảng 4.6 Tổng hợp kết quả Kiểm định Cronbach's Alpha

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Thang đo “Chất lượng nước”				
Hệ số Alpha = 0.850				
CL1	8.180	2.951	0.685	0.823
CL2	8.131	2.557	0.770	0.742
CL3	8.073	2.962	0.709	0.802
Thang đo “Sự tin cậy”				
Hệ số Alpha = 0.804				
TC1	11.869	6.057	0.572	0.776
TC2	11.886	5.659	0.618	0.755

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
TC3	11.820	5.443	0.668	0.730
TC4	11.776	5.667	0.617	0.755
Thang đo “Năng lực phục vụ” – Lần 01				
Hệ số Alpha = 0.836				
PV1	17.404	23.684	0.283	0.884
PV2	17.163	20.662	0.700	0.791
PV3	17.249	21.032	0.669	0.798
PV4	17.143	20.672	0.701	0.791
PV5	17.033	20.991	0.705	0.791
PV6	17.049	21.153	0.710	0.791
Thang đo “Năng lực phục vụ” – Lần 02				
Hệ số Alpha = 0.884				
PV2	13.959	15.433	0.718	0.860
PV3	14.045	15.650	0.699	0.864
PV4	13.939	15.525	0.708	0.862
PV5	13.829	15.749	0.720	0.859
PV6	13.845	15.632	0.760	0.850
Thang đo “Cơ sở vật chất”				
Hệ số Alpha = 0.841				
VC1	11.396	6.896	0.628	0.819
VC2	11.147	6.454	0.717	0.782
VC3	11.241	6.544	0.691	0.793
VC4	11.657	5.669	0.685	0.801
Thang đo “Giá cả”				
Hệ số Alpha = 0.848				

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
GC1	7.461	4.086	0.707	0.800
GC2	7.433	4.353	0.701	0.803
GC3	7.457	4.315	0.745	0.764
Thang đo “Khả năng đáp ứng” – Lần 01				
Hệ số Alpha = 0.793				
DU1	15.355	5.886	0.665	0.729
DU2	15.241	5.897	0.630	0.738
DU3	15.339	6.569	0.295	0.848
DU4	15.331	5.460	0.656	0.726
DU5	15.322	5.465	0.689	0.715
Thang đo “Khả năng đáp ứng” – Lần 02				
Hệ số Alpha = 0.848				
DU1	11.547	3.954	0.742	0.786
DU2	11.433	4.091	0.648	0.823
DU4	11.522	3.775	0.651	0.825
DU5	11.514	3.710	0.715	0.794
Thang đo “Sự hài lòng”				
Hệ số Alpha = 0.861				
HL1	6.808	1.361	0.793	0.757
HL2	7.016	1.270	0.739	0.807
HL3	6.559	1.436	0.687	0.850

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

Kết quả tổng hợp từ Bảng 4.6 cũng đã cho thấy, tại thang đo “Năng lực phục vụ” có biến quan sát PV1 và thang đo “Khả năng đáp ứng” có biến quan sát DU3 đều có hệ số tương quan biến – tổng nhỏ hơn 0.3 (0.283 và 0.295) (không đạt yêu cầu của Kiểm định Cronbach). Do đó, tác giả sẽ loại 02 biến quan sát này khỏi thang đo

““Năng lực phục vụ” và “Khả năng đáp ứng” trước khi đi vào phân tích nhân tố khám phá EFA.

4.2.2 Phân tích nhân tố khám phá

4.2.2.1 Phân tích nhân tố khám phá cho các biến độc lập

Thực hiện phân tích nhân tố khám phá EFA cho biến độc lập (Bảng 4.7) cho kết quả: Hệ số KMO là $0.883 > 0.5$; Kiểm định Barlett có Sig. = 0.000 (nhỏ hơn 0.05) cho thấy phân tích EFA phù hợp với dữ liệu khảo sát.

Bảng 4.7 Kết quả kiểm định Barlett và KMO cho Biến độc lập

HỆ SỐ KMO		0.883
KIỂM ĐỊNH BARLETT	Approx. Chi-Square	2864.194
	df	253
	Sig.	0.000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

Kết quả phân tích nhân tố ở Bảng 4.8 bên dưới cho thấy phân tích rút trích được 06 nhân tố tại giá trị Eigenvalues bằng $1.176 > 1$ với tổng phương sai trích khi phân tích khám phá nhân tố cho các biến độc lập là 70.673% ($>50\%$) cho thấy các nhân tố được trích có thể giải thích 70.673% sự biến thiên của dữ liệu.

Bảng 4.8 Kết quả ma trận xoay nhân tố cho Biến độc lập

Biến quan sát	Nhân tố 1	Nhân tố 2	Nhân tố 3	Nhân tố 4	Nhân tố 5	Nhân tố 6
PV6	0.802					
PV5	0.784					
PV2	0.770					
PV3	0.767					
PV4	0.738					
DU1		0.841				
DU5		0.818				
DU4		0.769				
DU2		0.758				

Biến quan sát	Nhân tố 1	Nhân tố 2	Nhân tố 3	Nhân tố 4	Nhân tố 5	Nhân tố 6
VC2			0.816			
VC1			0.776			
VC3			0.755			
VC4			0.748			
TC3				0.821		
TC4				0.749		
TC1				0.684		
TC2				0.674		
CL2					0.855	
CL1					0.817	
CL3					0.804	
GC2						0.807
GC3						0.786
GC1						0.778
Eigenvalue	7.722	2.365	2.096	1.646	1.251	1.176
Tổng phương sai trích (%)	35.575	43.857	52.969	60.125	65.562	70.673

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

Các biến quan sát của 06 nhân tố được trích đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0.5 và vẫn giải thích cho các nhân tố ban đầu khi được gom lại chung trong các nhân tố cho nên tác giả giữ nguyên tên gọi như ban đầu cho các nhân tố:

Nhân tố 1: gồm 05 biến quan sát: PV6, PV5, PV2, PV3, PV4 vẫn đo lường cho nhân tố Năng lực phục vụ;

Nhân tố 2: gồm 04 biến quan sát: DU1, DU5, DU4, DU2 vẫn đo lường cho nhân tố Khả năng đáp ứng;

Nhân tố 3: gồm 04 biến quan sát: VC2, VC1, VC3, VC4 vẫn đo lường cho nhân tố Cơ sở vật chất;

Nhân tố 4: gồm 04 biến quan sát: TC3, TC4, TC1, TC2 vẫn đo lường cho nhân tố Sự tin cậy;

Nhân tố 5: gồm 03 biến quan sát: CL2, CL1, CL3 vẫn đo lường cho nhân tố Chất lượng nước;

Nhân tố 6: gồm 03 biến quan sát: GC2, GC3, GC1 vẫn đo lường cho nhân tố Giá cả.

4.2.2.2 Phân tích nhân tố khám phá cho biến phụ thuộc

Phân tích nhân tố khám phá EFA cho biến phụ thuộc (Bảng 4.9) cho kết quả: hệ số KMO là $0.717 > 0.5$; Kiểm định Barlett có $\text{Sig.} = 0.000$, cho thấy phân tích EFA phù hợp với dữ liệu khảo sát.

Bảng 4.9 Kết quả kiểm định Barlett và KMO cho Biến phụ thuộc

HỆ SỐ KMO		0.717
KIỂM ĐỊNH BARLETT	Approx. Chi-Square	355.419
	df	3
	Sig.	0.000

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

Kết quả phân tích trong Bảng 4.10 bên dưới cũng cho thấy phân tích EFA rút trích được 1 nhân tố tại giá trị Eigenvalues bằng $2.356 > 1$ với tổng phương sai trích khi phân tích khám phá nhân tố là 78.523% ($> 50\%$) cho thấy các nhân tố được trích có thể giải thích 78.523% sự biến thiên của dữ liệu.

Bảng 4.10 Kết quả ma trận xoay nhân tố cho Biến phụ thuộc

Eigenvalue	2.356
Tổng phương sai trích (%)	78.523%
Biến quan sát	Hệ số tải
HL1	0.914
HL2	0.887
HL3	0.856

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

Các biến quan sát trong nhân tố được trích đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0.5 (Bảng 4.10) và đạt yêu cầu của Kiểm định EFA, gồm 03 biến quan sát: HL1, HL2, HL3 vẫn đo lường cho nhân tố Sự hài lòng của khách hàng.

4.3 Phân tích tương quan

Hệ số tương quan biểu hiện mối quan hệ giữa biến phụ thuộc của mô hình hồi quy là Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận (F_HL) và các yếu tố độc lập: Chất lượng nước (F_CL); Sự tin cậy (F_TC); Năng lực phục vụ (F_PV); Cơ sở vật chất (F_VC); Giá cả (F_GC); Khả năng đáp ứng (F_DU).

Kết quả phân tích tương quan trong Bảng 4.11 bên dưới cho thấy: ở mức ý nghĩa 1%, tất cả các nhân tố độc lập đều cho thấy mối quan hệ tương quan tuyến tính với nhân tố phụ thuộc của mô hình hồi quy, qua đó cho thấy tất cả các yếu tố độc lập đều phù hợp để đưa vào phân tích hồi quy.

Bảng 4.11 Kết quả phân tích hệ số tương quan Pearson

Correlations								
		F_HL	F_CL	F_TC	F_PV	F_VC	F_GC	F_DU
F_HL	Pearson Correlation	1	0.541**	0.418**	0.536**	0.395**	0.433**	0.742**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	245	245	245	245	245	245	245
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

4.4 Phân tích hồi quy

4.4.1 Kiểm định mức độ phù hợp của mô hình

Kiểm định F được sử dụng để kiểm tra mức độ phù hợp của phân tích hồi quy đối với tập dữ liệu thị trường (Nguyễn Đình Thọ, 2011).

Kết quả kiểm định F ở Bảng 4.12 bên dưới cho giá trị Sig. = 0.000 < 0.05, cho thấy phân tích hồi quy là phù hợp và mô hình nghiên cứu đề xuất phù hợp với tập dữ liệu khảo sát thu thập được.

Bảng 4.12 Kết quả phân tích ANOVA trong hồi quy

Mô hình		Tổng bình phương	Df	Bình phương trung bình	F	Sig.
1	Hồi qui	53.488	6	8.915	88.984	0.000 ^b
	Phần dư	23.844	238	0.100		
	Tổng	77.332	244			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

Hệ số R^2 hiệu chỉnh được sử dụng để xem xét mức độ giải thích của các nhân tố độc lập lên nhân tố phụ thuộc.

Kết quả phân tích hồi quy trong Bảng 4.13 cho kết quả hệ số R^2 hiệu chỉnh bằng 0.684, tức mức độ phù hợp của mô hình đạt 68.4%, có nghĩa rằng khả năng giải thích của các yếu tố độc lập giải thích được 68.4% sự biến thiên trong dữ liệu của biến phụ thuộc Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận (F_HL).

Bảng 4.13 Bảng tóm tắt mô hình hồi quy

Mô hình	R	R bình phương	R bình phương hiệu chỉnh	Sai số chuẩn ước tính	Durbin-Watson
1	0.832 ^a	0.692	0.684	0.31652	1.474

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

4.4.2 Kết quả phân tích hệ số hồi quy

Kết quả phân tích hệ số hồi quy (Bảng 4.14) cho thấy rằng: mức ý nghĩa (giá trị Sig.) trong Kiểm định t của các nhân tố độc lập: Chất lượng nước (F_CL); Sự tin cậy (F_TC); Năng lực phục vụ (F_PV); Khả năng đáp ứng (F_DU) đều nhỏ hơn 0.05. Do đó, 4 nhân tố này cho thấy sự ảnh hưởng tuyến tính đến Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận;

Kết quả phân tích cũng cho thấy hai nhân tố độc lập còn lại là: Cơ sở vật chất (F_VC); Giá cả (F_GC) có mức ý nghĩa (giá trị Sig.) trong Kiểm định t của nhân tố bằng: 0.162 và $0.277 > 0.05$, nên hai nhân tố này không cho thấy sự ảnh hưởng tuyến tính đến Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.

Bảng 4.14 Kết quả phân tích hệ số hồi quy

Mô hình		Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	T	Sig.	Kiểm tra đa cộng tuyến	
		B	Độ lệch chuẩn	Beta			Độ chấp nhận biến	VIF
1	Hằng số	0.112	0.153		0.736	0.462		
	F_CL	0.142	0.029	0.204	4.864	0.000	0.736	1.359
	F_TC	0.065	0.033	0.088	1.983	0.048	0.651	1.536
	F_PV	0.101	0.026	0.174	3.812	0.000	0.621	1.610
	F_VC	0.042	0.030	0.062	1.402	0.162	0.670	1.493
	F_GC	0.028	0.026	0.049	1.089	0.277	0.628	1.592
	F_DU	0.480	0.036	0.546	13.312	0.000	0.771	1.298

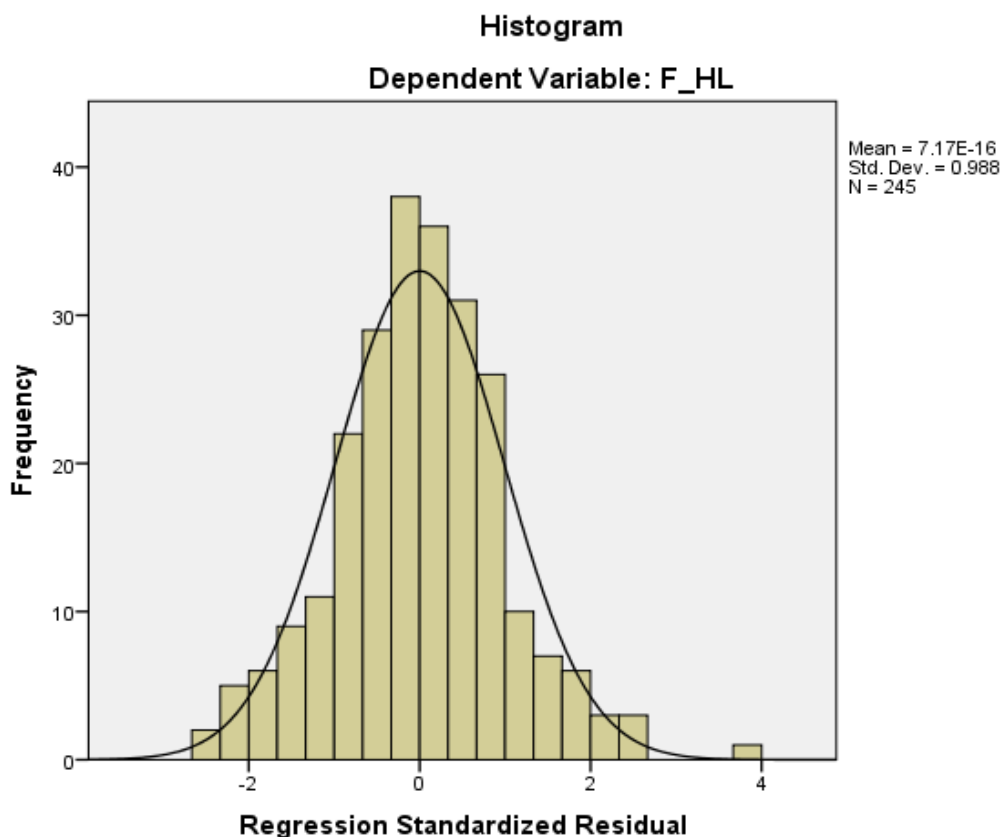
Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

4.4.3 Dò tìm các quy phạm giả định cần thiết

❖ Giả định về phân phối chuẩn của phần dư

Giả định thứ nhất là giả định về phân phối chuẩn phần dư, biểu đồ tần số Histogram được sử dụng để kiểm tra giả định này.

Dựa vào biểu đồ 4.1 bên dưới có thể nói phân phối chuẩn của phần dư xấp xỉ chuẩn (Mean = $7.17E-16$) và độ lệch chuẩn bằng 0.988, tức gần bằng 1. Do đó có thể kết luận rằng giả thuyết phân phối chuẩn của phần dư không vi phạm.



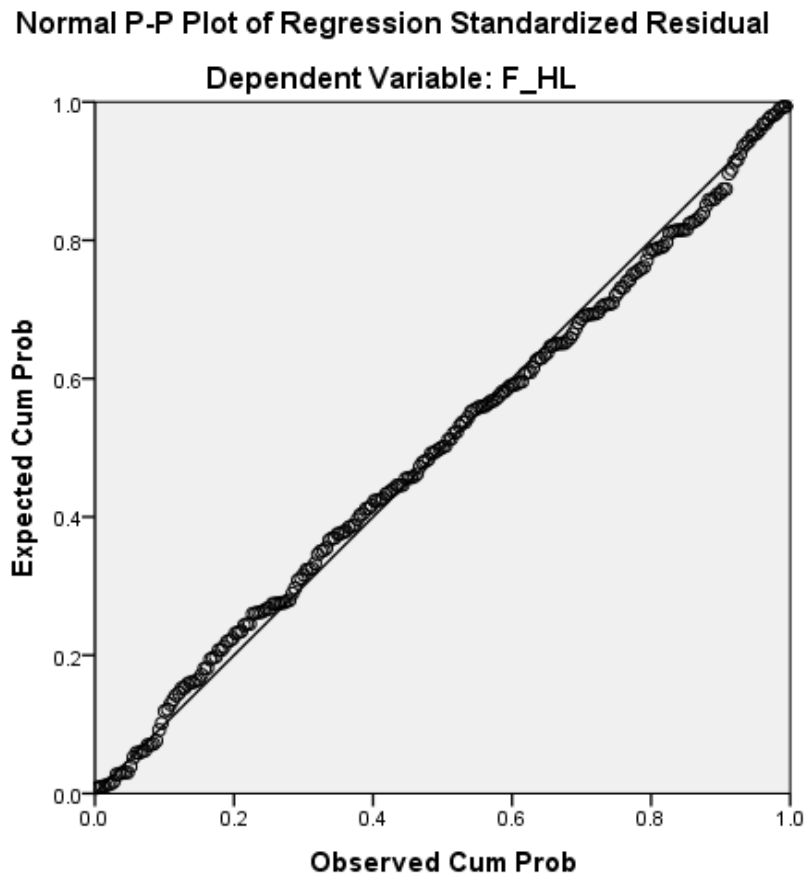
Hình 4.1 Biểu đồ phân phối chuẩn phần dư

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

❖ **Giả định Phương sai sai số không đổi**

Phương sai của phần dư được thể hiện trên đồ thị của phần dư chuẩn hóa theo giá trị dự báo của biến phụ thuộc.

Quan sát trên biểu đồ 4.2 bên dưới cho thấy các phần dư phân tán ngẫu nhiên quanh trục 0 trong một phạm vi không đổi. Điều này có nghĩa là phương sai của phần dư là không đổi.



Hình 4.2 Biểu đồ P-P plot

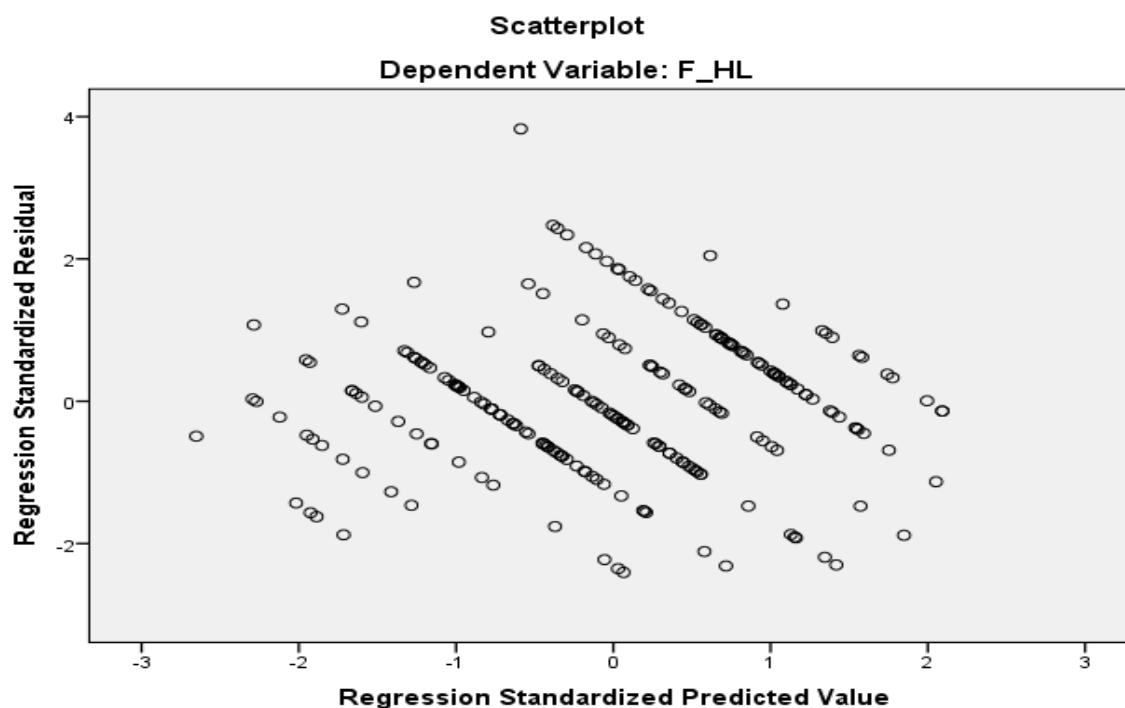
Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

❖ **Giả định không có hiện tượng đa cộng tuyến**

Theo kết quả phân tích từ Bảng 4.14, cho thấy hệ số phóng đại phương sai (VIF) đều có giá trị không lớn hơn 2 (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008), do vậy có thể kết luận rằng không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình.

❖ **Giả định về tính độc lập của các phần dư**

Biểu đồ Scatter được sử dụng để xem xét tính độc lập của các phần dư. Kết quả Biểu đồ Scatter tại Hình 4.3 cho thấy các phần dư phân tán ngẫu nhiên trong một vùng đi qua gốc tọa độ chứ không tạo thành một hình dạng đặc biệt nào. Điều này cho thấy giá trị dự đoán và phần dư độc lập với nhau, phương sai của phần dư không đổi.



Hình 4.3 Biểu đồ Scatter

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

4.4.4 Kết luận các giả thuyết nghiên cứu

Từ kết quả có được sau phân tích hồi quy, nghiên cứu đi đến kết luận cho các giả thuyết ban đầu như sau:

Bảng 4.15 Kết luận các giả thuyết

Giả thuyết	Nội dung	P_value	Kết luận
H1	Chất lượng nước có tương quan với sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.	0.000	Chấp nhận
H2	Sự tin cậy có tương quan với sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.	0.048	Chấp nhận

Giả thuyết	Nội dung	P_value	Kết luận
H3	Năng lực phục vụ có tương quan với sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.	0.000	Chấp nhận
H4	Cơ sở vật chất có tương quan với sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.	0.162	Bác bỏ
H5	Giá cả có tương quan với sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.	0.277	Bác bỏ
H6	Khả năng đáp ứng có tương quan với sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.	0.000	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

4.5 Kiểm định sự khác biệt

4.5.1 Kiểm định sự khác biệt theo Giới tính

Kiểm định t được dùng khi nghiên cứu ảnh hưởng của biến định tính có 2 đặc điểm như biến giới tính lên biến phụ thuộc của mô hình hồi quy là Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.

Kết quả phân tích ở Bảng 4.16 cho thấy rằng: giá trị Sig. trong kiểm định F của thống kê Levene là $0.273 > 0.05$ do đó kết quả kiểm định t sẽ được sử dụng ở phân phương sai đồng nhất với Sig. của kiểm định t là $0.753 > 0.05$.

Như vậy, có thể kết luận rằng không có sự khác biệt về Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận khi khảo sát các khách hàng có giới tính khác nhau.

Bảng 4.16 Kiểm định sự khác biệt theo Giới tính

		Giá trị phương sai của thống kê Levene		Giá trị trung bình của kiểm định t		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
HL	Equal variances assumed	1.208	0.273	-0.315	243	0.753
	Equal variances not assumed			-0.316	242.981	0.752

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

4.5.2 Kiểm định sự khác biệt theo Độ tuổi

Kiểm định One Way ANOVA được sử dụng để nghiên cứu ảnh hưởng của biến định tính có từ 3 đặc điểm khác nhau như Độ tuổi, Trình độ học vấn, Thu nhập và Thời gian sử dụng dịch vụ lên biến phụ thuộc của nghiên cứu là Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận.

Kiểm định Levene test được tiến hành trước để kiểm định sự bằng nhau về phương sai giữa các nhóm. Kết quả này cho biết Phương sai của Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận có bằng nhau hay khác nhau giữa các độ tuổi của các khách hàng sử dụng dịch vụ.

Với kết quả Sig. của Kiểm định Levene bằng $0.061 > 0.05$ nên ta chấp nhận giả thuyết H_0 nghĩa là phương sai giữa các nhóm so sánh giống nhau. Do đó, kết quả phân tích ANOVA có thể sử dụng được.

Kết quả phân tích ANOVA cho thấy không có sự khác biệt về Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận khi khảo sát các khách hàng có độ tuổi khác nhau (Sig. = $0.391 > 0.05$).

Bảng 4.17 Kiểm định sự khác biệt theo Độ tuổi

<i>Levene Statistic</i>	<i>df1</i>	<i>df2</i>	<i>Sig.</i>
2.834	2	242	0.061

	<i>Tổng bình phương</i>	<i>df</i>	<i>Trung bình bình phương</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Giữa các nhóm</i>	0.598	2	0.299	0.942	0.391
<i>Trong các nhóm</i>	76.734	242	0.317		
<i>Tổng</i>	77.332	244			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

4.5.3 Kiểm định sự khác biệt theo Trình độ học vấn

Kiểm định Levene test được tiến hành trước để cho biết Phương sai của Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận có bằng nhau hay khác nhau giữa các nhóm trình độ học vấn của các khách hàng sử dụng dịch vụ.

Với kết quả Sig. của Kiểm định Levene bằng $0.128 > 0.05$ nên ta chấp nhận giả thuyết H_0 nghĩa là phương sai giữa các nhóm so sánh giống nhau. Do đó, kết quả phân tích ANOVA có thể sử dụng được.

Kết quả phân tích ANOVA cho thấy không có sự khác biệt về Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận khi khảo sát các khách hàng có trình độ học vấn khác nhau ($\text{Sig.} = 0.413 > 0.05$).

Bảng 4.18 Kiểm định sự khác biệt theo Trình độ học vấn

<i>Levene Statistic</i>	<i>df1</i>	<i>df2</i>	<i>Sig.</i>
1.911	3	241	0.128

	<i>Tổng bình phương</i>	<i>df</i>	<i>Trung bình bình phương</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Giữa các nhóm</i>	0.912	3	0.304	0.959	0.413
<i>Trong các nhóm</i>	76.419	241	0.317		
<i>Tổng</i>	77.332	244			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

4.5.4 Kiểm định sự khác biệt theo Thu nhập

Kiểm định Levene test được tiến hành trước để cho biết Phương sai của Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận có bằng nhau hay khác nhau giữa các nhóm thu nhập khác nhau của các khách hàng sử dụng dịch vụ.

Với kết quả Sig. của Kiểm định Levene bằng $0.888 > 0.05$ nên ta chấp nhận giả thuyết H_0 nghĩa là phương sai giữa các nhóm so sánh giống nhau. Do đó, kết quả phân tích ANOVA có thể sử dụng được.

Kết quả phân tích ANOVA cho thấy không có sự khác biệt về Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ

sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận khi khảo sát các khách hàng có thu nhập bình quân hàng tháng khác nhau (Sig. = 0.881 > 0.05).

Bảng 4.19 Kiểm định sự khác biệt theo Thu nhập

<i>Levene Statistic</i>	<i>df1</i>	<i>df2</i>	<i>Sig.</i>
0.119	2	242	0.888

	<i>Tổng bình phương</i>	<i>df</i>	<i>Trung bình bình phương</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Giữa các nhóm</i>	0.081	2	0.041	0.127	0.881
<i>Trong các nhóm</i>	77.250	242	0.319		
<i>Tổng</i>	77.332	244			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

4.5.5 Kiểm định sự khác biệt theo Thời gian sử dụng dịch vụ

Kiểm định Levene test được tiến hành trước để cho biết Phương sai của Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận có bằng nhau hay khác nhau giữa các nhóm khách hàng có thời gian sử dụng dịch vụ khác nhau.

Với kết quả Sig. của Kiểm định Levene bằng 0.394 > 0.05 nên ta chấp nhận giả thuyết H_0 nghĩa là phương sai giữa các nhóm so sánh giống nhau. Do đó, kết quả phân tích ANOVA có thể sử dụng được.

Kết quả phân tích ANOVA cho thấy không có sự khác biệt về Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận khi khảo sát các nhóm khách hàng có thời gian sử dụng dịch vụ khác nhau (Sig. = 0.346 > 0.05).

Bảng 4.20 Kiểm định sự khác biệt theo Thời gian sử dụng dịch vụ

<i>Levene Statistic</i>	<i>df1</i>	<i>df2</i>	<i>Sig.</i>
1.000	3	241	0.394

	<i>Tổng bình phương</i>	<i>df</i>	<i>Trung bình bình phương</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Giữa các nhóm</i>	1.053	3	0.351	1.108	0.346
<i>Trong các nhóm</i>	76.279	241	0.317		
<i>Tổng</i>	77.332	244			

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát

4.6 Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích dữ liệu thu thập từ khảo sát các khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận đã cho thấy có 4 yếu tố chính ảnh hưởng đến Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận, đó là: Chất lượng nước; Sự tin cậy; Năng lực phục vụ; Khả năng đáp ứng.

Dựa vào hệ số hồi quy chuẩn hóa của từng nhân tố ảnh hưởng cho thấy cả 4 nhân tố đều cho thấy sự ảnh hưởng tích cực đến Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận. Theo đó, khi nhân tố Chất lượng nước thay đổi 1 đơn vị trong khi các nhân tố khác không đổi thì Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận cũng thay đổi cùng chiều 0.204 đơn vị; khi nhân tố Sự tin cậy thay đổi 1 đơn vị trong khi các nhân tố khác không đổi thì Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn

tỉnh Bình Thuận cũng thay đổi cùng chiều 0.088 đơn vị; khi nhân tố Năng lực phục vụ thay đổi 1 đơn vị trong khi các nhân tố khác không đổi thì Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận cũng thay đổi cùng chiều 0.174 đơn vị; khi nhân tố Khả năng đáp ứng thay đổi 1 đơn vị trong khi các nhân tố khác không đổi thì Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận cũng thay đổi cùng chiều 0.546 đơn vị.

Kết quả phân tích cũng cho thấy:

Đối với nhân tố Chất lượng nước, lãnh đạo Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận cần quan tâm nhiều hơn trong việc nâng cao chất lượng hoạt động cấp nước để hạn chế tối đa tình trạng tạm ngừng cung cấp nước cho khách hàng, luôn đảm bảo nguồn nước luôn trong sạch, chất lượng cao và luôn cố gắng duy trì cung cấp trong mọi điều kiện để nâng cao được sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ cung cấp nước của Trung tâm. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự tương đồng với kết quả trong các nghiên cứu của Diệp Thanh Tùng và cộng sự (2021), Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021).

Đối với nhân tố Sự tin cậy, lãnh đạo Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận cần chú ý nhiều hơn đến các cam kết mà Trung tâm đã đề ra trong quá trình cung ứng dịch vụ cho khách hàng, phải luôn đảm bảo cung cấp đầy đủ thông tin, thông báo rõ ràng với khách hàng về các dịch vụ cấp nước hay có những thay đổi trong quá trình cung ứng dịch vụ. Ngoài ra, Trung tâm cần luôn đúng hẹn với khách hàng khi lắp đặt, sửa chữa hệ thống cung cấp nước và luôn đảm bảo đáp ứng tốt nhất nhu cầu giải quyết khó khăn, vướng mắc mà khách hàng gặp phải. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự tương đồng với kết quả trong các nghiên cứu của Diệp Thanh Tùng và cộng sự (2021), Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021), Lê Thị Diệu Hiền và cộng sự (2015).

Đối với nhân tố Năng lực phục vụ, lãnh đạo Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận cần đảm bảo khắc phục các sự cố cấp nước một cách nhanh chóng và chính xác, luôn quan tâm đào tạo nhân viên bộ phận bảo trì của Trung tâm để họ luôn biết họ cần làm gì cũng như thái độ phục vụ như thế nào nhằm đảm bảo gia tăng sự hài lòng cho khách hàng. Bên cạnh đó, các thủ tục hành chính liên quan đến các hoạt động đăng ký và hỗ trợ khách hàng sử dụng dịch vụ nước sạch của Trung tâm cũng cần được tối ưu hơn nhằm tránh mất thời gian cho khách hàng khi thực hiện các thủ tục hành chính. Ngoài ra, việc Trung tâm có phương thức thanh toán thuận tiện thông qua các ngân hàng trên địa bàn cũng là một giải pháp hữu hiệu nhằm nâng cao được sự thuận tiện và hài lòng cho khách hàng. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự tương đồng với kết quả trong các nghiên cứu của Diệp Thanh Tùng và cộng sự (2021), Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021), Lê Thị Diệu Hiền và cộng sự (2015).

Đối với nhân tố Khả năng đáp ứng, lãnh đạo Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận cần quan tâm nhiều hơn trong việc nâng cao năng lực đáp ứng của nhân viên Trung tâm khi cung ứng dịch vụ cho khách hàng, đảm bảo thái độ nhân viên luôn thân thiện, nhiệt tình và luôn đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng và luôn đảm bảo không bao giờ quá bận khi phục vụ khách hàng. Ngoài ra, việc đảm bảo giờ làm việc thuận tiện cho khách hàng cũng cần được chú ý hơn nhằm tạo sự thuận tiện cho khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ của Trung tâm. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự tương đồng với kết quả trong các nghiên cứu của Diệp Thanh Tùng và cộng sự (2021), Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021), Lê Thị Diệu Hiền và cộng sự (2015).

TÓM TẮT CHƯƠNG 4

Chương 4 đã trình bày các kết quả phân tích các dữ liệu thu thập được từ khảo sát các khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận thông qua các kiểm định Cronbach's Alpha, Phân tích nhân tố khám phá, Phân tích tương quan, Phân tích hồi quy và Phân tích sự khác biệt. Kết quả phân tích cho thấy có 4 trong 6 nhân tố được phân tích có ảnh hưởng tích cực đến Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận, đó là: Chất lượng nước; Sự tin cậy; Năng lực phục vụ; Khả năng đáp ứng. Kết quả này là cơ sở để nghiên cứu đưa ra các hàm ý giúp nâng cao sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch trong thời gian tới.

CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

5.1 Kết luận

Nghiên cứu được thực hiện bằng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu định tính (tham vấn ý kiến các chuyên gia có kinh nghiệm về quản lý hoạt động cung ứng dịch vụ nước sạch tại Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận) và định lượng (phân tích dữ liệu thu thập từ khảo sát 250 khách hàng sử dụng dịch vụ của Trung tâm) với mục tiêu là giúp lãnh đạo Trung tâm nhìn nhận một cách chi tiết các yếu tố chính ảnh hưởng đến Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm để làm cơ sở giúp Trung tâm đề ra các chính sách giúp nâng cao sự hài lòng khách hàng đối với dịch vụ nước sạch trong thời gian tới.

Thông qua cơ sở lý thuyết và các mô hình nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước liên quan đến nội dung đề tài nghiên cứu mà tiêu biểu là các nghiên cứu của Nguyễn Minh Tuấn và cộng sự (2021), Diệp Thanh Tùng và cộng sự (2021), tác giả đã xây dựng mô hình lý thuyết cho đề tài nghiên cứu này gồm 6 yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận tại địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc tỉnh Bình Thuận, đó là: (1) Chất lượng nước; (2) Sự tin cậy; (3) Năng lực phục vụ; (4) Cơ sở vật chất; (5) Giá cả; (6) Khả năng đáp ứng.

Kết quả phân tích dữ liệu từ 245 phiếu trả lời khảo sát hợp lệ trong số 250 phiếu khảo sát phát ra cho các khách hàng sử dụng dịch vụ của Trung tâm cho thấy có 4 trong 6 nhân tố được phân tích có ảnh hưởng tích cực đến Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận, đó là: Chất lượng nước; Sự tin cậy; Năng lực phục vụ; Khả năng đáp ứng. Trong đó, yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm là Khả năng đáp ứng ($\beta = 0.546$); kế đến là yếu tố Chất lượng nước ($\beta = 0.204$); kế tiếp nữa là yếu tố Năng lực phục vụ ($\beta = 0.174$); và yếu tố Sự tin cậy là yếu tố cho thấy sự ảnh hưởng yếu

nhất đến Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận ($\beta = 0.088$). Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy sự tương đồng nhất định với kết quả trong các nghiên cứu trước, đây cũng là cơ sở để tác giả đưa ra các hàm ý nhằm nâng cao hơn nữa Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm trong thời gian tới.

5.2 Hàm ý quản trị

5.2.1 Khả năng đáp ứng

Yếu tố Khả năng đáp ứng là yếu tố cho thấy sự ảnh hưởng mạnh nhất đến Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận. Do đó, để nâng cao sự hài lòng của khách hàng, lãnh đạo Trung tâm cần ưu tiên trong việc xây dựng và hoàn thiện chính sách liên quan đến khả năng đáp ứng dịch vụ đến với khách hàng.

Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận cần quan tâm xây dựng và đưa vào thực hiện bộ quy tắc ứng xử trong phục vụ khách hàng sử dụng dịch vụ. Trong xu thế hội nhập và phát triển của nền kinh tế - xã hội, việc nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên từ thái độ đến hành vi nhân viên, chuyên môn của nhân viên được xem là một công việc mang tính thực tiễn giúp doanh nghiệp nâng cao được khả năng cạnh tranh của mình. Do đó, lãnh đạo Trung tâm cần thường xuyên quan tâm đến việc nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên để nâng cao được khả năng đáp ứng tốt nhất dịch vụ cho khách hàng, xây dựng niềm tin cho khách hàng ngay từ lần phục vụ đầu tiên để tạo ấn tượng tốt cho khách hàng. Trung tâm cần hoàn thiện hơn nữa hoàn thiện quy trình làm việc cho nhân viên từ đội ngũ lắp đặt, bảo trì, bảo dưỡng đến đội ngũ tư vấn khách hàng khi đăng ký sử dụng dịch vụ và đội ngũ hỗ trợ giải quyết khó khăn trong quá trình sử dụng dịch vụ của khách hàng. Quy trình làm việc cần được thường xuyên cập nhật kịp thời với sự thay đổi của môi trường kinh doanh và thực tế từng địa phương sử dụng dịch vụ. Điều này giúp Trung tâm

nâng cao được khả năng đáp ứng dịch vụ cho khách hàng, gia tăng niềm tin và sự hài lòng cho khách hàng.

Ngoài ra, lãnh đạo Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận cũng cần phân định rõ những yêu cầu cũng như công việc cụ thể theo từng vị trí công việc để hạn chế tối đa tình trạng chồng chéo công việc gây ra việc đùn đẩy trách nhiệm, xử lý chậm các yêu cầu của khách hàng, ảnh hưởng tiêu cực đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ của Trung tâm. Trung tâm cũng thường xuyên tổ chức thu thập ý kiến khảo sát khách hàng sử dụng dịch vụ của Trung tâm để có những cơ sở nhằm đánh giá tốt hơn sự đáp ứng dịch vụ của Trung tâm đến với khách hàng, đảm bảo mang lại sự đáp ứng tốt nhất dịch vụ cho khách hàng. Phát triển và nâng cấp kênh dịch vụ chăm sóc khách hàng 24/7 nhằm tư vấn, cung cấp thông tin một cách chuẩn xác, nhanh chóng để nâng cao được hiệu quả phục vụ dịch vụ đến với khách hàng.

5.2.2 Chất lượng nước

Chất lượng nước là yếu tố cho thấy sự ảnh hưởng mạnh thứ hai đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận. Việc đảm bảo chất lượng nước được thể hiện qua việc Trung tâm luôn cố gắng đảm bảo nguồn nước cung cấp luôn trong sạch, chất lượng cao và luôn cố gắng duy trì cung cấp trong mọi điều kiện cũng như luôn đảm bảo cung cấp nước sạch một cách liên tục cho khách hàng. Để làm được điều này, một trong những vấn đề quan trọng mà lãnh đạo Trung tâm cần dành nhiều sự quan tâm đó là việc cập nhật các công nghệ tiên tiến trong việc nâng cấp chất lượng lọc nước và các vấn đề chuyên môn. Theo đó, cải tiến công nghệ xử lý nước, sử dụng các công nghệ tiên tiến như lọc màng, lọc nano, và xử lý bằng tia cực tím (UV) để loại bỏ các tạp chất, vi khuẩn và virus trong nước cần được lãnh đạo Trung tâm chú ý hơn nữa. Ngoài ra, việc kiểm soát nguồn nước đầu vào như bảo vệ và quản lý tốt các nguồn nước tự nhiên như sông, hồ, và giếng ngầm để ngăn chặn ô nhiễm từ các hoạt động công nghiệp, nông nghiệp và sinh hoạt ảnh hưởng đến nguồn nước mà Trung tâm sử dụng. Bên cạnh đó, Trung tâm cũng cần có các bộ phận quản lý, giám

sát chất lượng nước thường xuyên, thiết lập hệ thống giám sát chất lượng nước tự động để phát hiện kịp thời các vấn đề về ô nhiễm và có biện pháp xử lý nhanh chóng. Đây là những vấn đề mang tính chuyên môn, tuy nhiên nó gây ảnh hưởng quan trọng đến niềm tin và sự hài lòng của khách hàng.

Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận cũng cần quan tâm nhiều hơn trong việc nâng cao chất lượng cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật cung cấp nước của Trung tâm để luôn đảm bảo hệ thống luôn hoạt động trong trạng thái tốt nhất, đáp ứng tốt nhất nhu cầu sử dụng nước của người dân. Mặt khác, Trung tâm cần hợp tác với các tổ chức quốc tế và các chuyên gia trong lĩnh vực nước sạch để học hỏi và áp dụng các phương pháp tiên tiến trên thế giới nhằm nâng cao chất lượng nguồn nước cũng như khả năng cung ứng nước cho khách hàng.

5.2.3 Năng lực phục vụ

Năng lực phục vụ là yếu tố cho thấy sự ảnh hưởng mạnh thứ ba đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận. Nhân viên là bộ mặt của doanh nghiệp. Đối với dịch vụ cấp nước, nhân viên bộ phận bảo trì, sửa chữa là những người thường xuyên sẽ tương tác với khách hàng, đây được xem là đội ngũ quan trọng đóng góp vào sự thành công của dịch vụ. Cho nên, thái độ của nhân viên đối với khách hàng như thế nào đều ảnh hưởng đến tình cảm, hành vi của khách hàng đối với Trung tâm. Vậy nên, thái độ ứng xử của nhân viên đối với khách hàng là một nhân tố vô cùng quan trọng đối với sự hài lòng của khách hàng. Do đó, trong thời gian tới, lãnh đạo Trung tâm cần quán triệt nhân viên đội ngũ bảo trì, sửa chữa tuân thủ các quy định, quy tắc ứng xử với khách hàng trong quá trình thực hiện dịch vụ. Bên cạnh đó, trong thời gian tới, lãnh đạo Trung tâm cũng cần quan tâm nhiều hơn nữa trong việc tạo điều kiện cho nhân viên được tham gia các chương trình đào tạo chuyên môn, nghiệp vụ liên quan đến hoạt động cung ứng dịch vụ, bảo trì hệ thống cung cấp nước nhằm hỗ trợ và đáp ứng tốt nhất các yêu cầu công việc của nhân viên. Ngoài ra, Trung tâm cũng cần mở thêm các khóa học, đào tạo cho nhân viên về kỹ năng giao tiếp, xử lý

tình huống nhằm trang bị kiến thức và kỹ năng để nhân viên có thể bình tĩnh xử lý thỏa đáng những sai sót, sự cố, hướng đến lợi ích của khách hàng và đặt mình vào vị trí của khách hàng. Ngoài ra, môi trường làm việc thân thiện, chuyên nghiệp, tích cực cũng là một trong những yếu tố thúc đẩy động lực làm việc của nhân viên, tăng cường khuyến khích nhân viên bằng các chính sách khen thưởng cho những nhân viên có thái độ phục vụ tốt, tạo sự hài lòng cho khách hàng và xây dựng hình ảnh tốt đẹp giữa Trung tâm và khách hàng.

5.2.4 Sự tin cậy

Sự tin cậy là yếu tố cho thấy sự ảnh hưởng yếu nhất trong bốn yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận. Tuy nhiên, đối với các ngành dịch vụ nói chung và dịch vụ nước sạch nói riêng, tin cậy được xem là nội dung quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến tâm lý, hành vi của khách hàng đối với dịch vụ. Cho nên, để nâng cao sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm, lãnh đạo Trung tâm cần luôn giữ đúng cam kết như đã cam kết khi khách hàng đăng ký dịch vụ. Đối với các vướng mắc, khó khăn mà khách hàng gặp phải, Trung tâm cần hoàn thiện hơn nữa cơ chế về chăm sóc khách hàng, thiết lập các kênh thông tin (như đường dây nóng, email, hộp thư góp ý...) để tiếp nhận và xử lý kịp thời, thỏa đáng các phản ánh, khiếu nại của người dân về dịch vụ. Trung tâm nên sắp xếp các nhân sự có kinh nghiệm và chuyên môn tốt để đảm bảo công tác tư vấn, hỗ trợ khách hàng được hiệu quả, chính xác, nhanh chóng.

Trung tâm phải luôn đúng hẹn với khách hàng khi lắp đặt, sửa chữa hệ thống cung cấp nước. Để làm được điều này, Trung tâm cần hoàn thiện các quy định liên quan đến thời gian xử lý thông tin và đáp ứng dịch vụ cho khách hàng để đảm bảo giữ đúng lời hứa và lịch hẹn với khách hàng, giúp gia tăng niềm tin cho khách hàng đối với Trung tâm. Khi có bất kỳ thay đổi gì (về lịch tạm ngừng cấp nước, phí dịch vụ...), Trung tâm cần luôn thông báo rõ ràng với khách hàng một cách nhanh nhất để không làm ảnh hưởng đến sinh hoạt của khách hàng.

5.3 Hạn chế của đề tài và hướng nghiên cứu tiếp theo

5.3.1 Hạn chế của đề tài

Thứ nhất, Đề tài sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện nên chịu sự ảnh hưởng từ tính chủ quan của người được khảo sát;

Thứ hai, Nghiên cứu chỉ thực hiện tại Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận nên tính tổng quát chưa cao;

Thứ ba, Đề tài chỉ phân tích 6 yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận nên kết quả nghiên cứu vẫn chưa được tổng quát các yếu tố ảnh hưởng.

5.3.2 Hướng nghiên cứu tiếp theo

Đầu tiên, các nghiên cứu sau nên sử dụng phương pháp chọn mẫu khác để mẫu có tính đại diện hơn cho tổng thể;

Thứ hai, các nghiên cứu sau nên được thực hiện ở nhiều cơ quan, đơn vị khác nhau để có thể đối chứng được kết quả nghiên cứu;

Thứ ba, bổ sung thêm các yếu tố khác ngoài những yếu tố mà đề tài đã phân tích để kết quả nghiên cứu được đầy đủ hơn.

TÓM TẮT CHƯƠNG 5

Chương 5 đã đưa ra kết luận chung cho Đề án tốt nghiệp từ các kết quả có được thông qua phân tích dữ liệu khảo sát và đề xuất các hàm ý xoay quanh các yếu tố ảnh hưởng giúp nâng cao sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận trên cơ sở mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố. Bên cạnh đó, chương 5 cũng đã chỉ ra các hạn chế mà đề tài còn gặp phải và kiến nghị các hướng giải quyết nhằm khắc phục các hạn chế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT

Diệp Thanh Tùng, Phan Thị Ngọc (2021), “Đánh giá sự hài lòng của người dân về dịch vụ cung cấp nước sạch nông thôn trên địa bàn tỉnh Sóc Trăng”, *Tạp chí Công Thương*, Số 29+30, tháng 12 năm 2020.

Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. Nhà xuất bản Hồng Đức, TP. Hồ Chí Minh.

Kotler, P. (2001), *Quản trị Marketing*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội

Nguyễn Đình Thọ (2011), *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nhà xuất bản LĐXH, Hà Nội

Nguyễn Minh Tuấn, Lê Thị Huyền (2021), “Chất lượng dịch vụ cung cấp nước sạch nông thôn tại Trung tâm Đầu tư, khai thác thủy lợi và nước sạch nông thôn tỉnh Bình Dương”, *Tạp chí Công Thương*, Số 19, tháng 8 năm 2021.

Thảo, V. P., Lộc, H. T. H., & Nghi, N. Q. (2015), “Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ cung cấp nước sạch ở quận Ninh Kiều, Thành Phố Cần Thơ”, *Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ*, (39), 50-56.

TIẾNG ANH

Bachelet, D. (1995), “Measuring Satisfaction, or the Chain, the Tree and the Nest, Customer Satisfaction Research, Amsterdam”, *European Society for Opinion and Marketing Research*, 1(5), pp. 12-15.

Cronin J.J. & Taylor S.A. (1992), “SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectation Measurement of Service Quality”, *Journal of Marketing*, 58(January), pp. 125- 131.

Denantes, J., & Donoso, G. (2021), *Factors influencing customer satisfaction with water service quality in Chile*, *Utilities Policy*, 73, 101295.

ECSI Technical Committee (1998), *European Customer Satisfaction Index: Foundation and structure for harmonized national pilot project*, Report prepared for the ECSI Steering Committee, October 1998.

Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996), "The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings", *Journal of marketing*, 60(4), 7-18.

Gronroos C. (1984), "A service quality model and its marketing implication", *European journal of marketing*, Vol. 18, No. 4, pp. 36-44.

Hair J., Black W., Babin B., and Anderson R. (2010), *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice- Hall.

Hidayat, A., Soesanto, H., & Mahfudz, M. (2018), "THE EFFECTS OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND ATTRIBUTES RELATED TO SERVICE AS BRAND SWITCHING ANTICIPATION AND THEIR IMPLICATION ON CUSTOMERS'SATISFACTION", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 16(3), 203-220.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2004), *Principle of Marketing*: 10th Edition.

Kumbhar V. M. (2011), "Factors affecting the customer satisfaction in e-banking: some evidences form Indian Banks", *Management research and practice*, vol. 3 issue 4 (2011) pp: 1-14.

Lewis, R.C. and Booms, B.H (1983), "The marketing aspects of service quality, in Berry, L., Shostack, G. and Upah, G. (Eds)", *Emerging Perspectives on Services Marketing*, 99-107.

Mappatempo, A., & Indrayani, S. (2024), "THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CLEAN WATER PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT PDAM TIRTA JENEBERANG GOWA DISTRICT", *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)*, 2(3).

Oliver, R.L. (1997), *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, McGraw- Hill, New York, NY.

Parasuraman, Zeithaml, V. A. & Berry, L. L., (1985), "A conceptual Model of service quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol.49, pp. 41-50.

Parasuraman, Zeithaml, V. A. & Berry, L. L., (1988), “SERQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality”, *Journal of Retailing*, Vol.64 Issue 1, pp. 12-40.

Pangemanan, R., Sitanggang, E. P., & Andaki, J. A. (2016), “The effect of quality service on customer satisfaction in Bitung Oceanic Fishing Port, Indonesia”, *Aquatic Science & Management*, 4(1), 11-16.

Tijjani, B., Nurfadhilah, N., & Putra, P. (2020), *Product and Service Quality Towards Customer Satisfaction Refilled Drinking Water in Indonesia*, Li Falah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam, 5(2), 90-101.

Zeithaml V.A. & Bitner M.J. (2000), *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*, Irwin McGraw-Hill.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1 – THẢO LUẬN NHÓM

Xin chào quý Anh/chị!

Tôi tên **Nguyễn Thị Chơn**, học viên cao học khoa Quản trị kinh doanh – Khóa 08 của Trường Đại học Phan Thiết. Hiện tôi đang thực hiện nghiên cứu đề tài ***“Đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận trên địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc”***.

Tôi rất mong quý Anh/chị dành chút ít thời gian để thảo luận và trả lời một số câu hỏi dưới đây. Kết quả của thảo luận này sẽ giúp cho Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận và bản thân chúng ta tìm ra các giải pháp hữu hiệu để cải thiện chất lượng dịch vụ cũng như nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ cấp nước sạch của Trung tâm.

Bằng kinh nghiệm và cảm nhận của Anh/chị, tôi mong muốn buổi thảo luận của chúng ta thực sự hiệu quả qua việc trao đổi và góp ý thẳng thắn, không có quan điểm nào đúng hay sai, mà tất cả các quan điểm của các anh/chị đều có ý nghĩa quan trọng và quý giá giúp tôi hoàn thành đề tài nghiên cứu của mình.

Xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ và đóng góp ý kiến của anh/chị cho buổi thảo luận này.

Các câu hỏi cho buổi thảo luận:

1. Theo Anh (chị), trong lĩnh vực dịch vụ cung cấp nước sạch, chất lượng dịch vụ cung cấp nước được đánh giá qua các yếu tố nào? Sự cần thiết việc đánh giá về mức độ quan trọng và mức độ thực hiện (cảm nhận)?

2. Với kinh nghiệm nhiều năm trong lĩnh vực cấp nước Anh (chị) tiếp xúc với khách hàng nhiều và nhận thấy khách hàng thường quan tâm đến những yếu tố nào trong các yếu tố Anh (chị) đã liệt kê ở trên?

3. Chúng tôi đưa ra 06 yếu tố cho thang đo đánh giá sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước tại các công trình cấp nước trên địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc bao gồm: (1) Chất lượng nước; (2) Sự tin cậy; (3) Năng lực phục vụ;

(4) Cơ sở vật chất; (5) Giá cả; (6) Khả năng đáp ứng. Xin Anh (chị) cho biết yếu tố nào là quan trọng và phù hợp với thực trạng hoạt động dịch vụ cung cấp nước sạch, những yếu tố nào không quan trọng hoặc không phù hợp?

4. Trong các yếu tố của thang đo đánh giá chúng tôi đã đưa ra các câu hỏi (các biến mà có liên quan đến các yếu tố này), xin Anh (chị) cho ý kiến nhận xét về các câu hỏi?

(1) Yếu tố: *Chất lượng nước*

Nguồn nước không (rất ít) bị tạm ngừng cung cấp

Nguồn nước luôn trong sạch, chất lượng cao

Trung tâm luôn cố gắng duy trì cung cấp trong mọi điều kiện

(2) Yếu tố: *Sự tin cậy*

Trung tâm luôn giữ đúng cam kết

Khi có bất kì thay đổi gì (về lịch tạm ngừng cấp nước, phí dịch vụ...) Trung tâm luôn thông báo rõ ràng với khách hàng

Trung tâm luôn đúng hẹn với khách hàng khi lắp đặt, sửa chữa hệ thống cung cấp nước

Khi có bất kì vấn đề nào Trung tâm luôn quan tâm để giải quyết trở ngại đó

(3) Yếu tố: *Năng lực phục vụ*

Thủ tục lắp đặt, sửa chữa nhanh chóng

Thời gian khắc phục sự cố nhanh

Nhân viên bảo trì, sửa chữa luôn biết họ cần làm gì

Nhân viên bảo trì, sửa chữa rất lịch sự và họ không đòi hỏi tiền bồi dưỡng

Thủ tục ngưng, đóng, mở nước nhanh

Trung tâm có phương thức thanh toán thuận tiện thông qua các ngân hàng

(4) Yếu tố: *Cơ sở vật chất*

Trung tâm có cơ sở vật chất đầy đủ

Trung tâm có trang thiết bị và máy móc hiện đại

Cán bộ nhân viên có trang phục đẹp, lịch sự

Chỗ để xe thuận tiện

(5) Yếu tố: Giá cả

Chi phí lắp đặt, sửa chữa hợp lý

Định mức m³ nước phù hợp với nhu cầu của từng hộ gia đình

Giá nước tính cho từng m³ phù hợp

(6) Yếu tố: Khả năng đáp ứng

Nhân viên Trung tâm luôn có thái độ phục vụ tốt.

Nhân viên Trung tâm nhiệt tình hỗ trợ khách hàng.

Thời gian giao dịch nhanh chóng.

Giờ làm việc thuận tiện cho khách hàng.

Nhân viên không bao giờ quá bận.

(7) Yếu tố: Sự hài lòng của khách hàng

Anh/ Chị hoàn toàn hài lòng với dịch vụ cung cấp nước của Trung tâm.

Anh/ Chị hoàn toàn yên tâm về dịch vụ cung cấp nước của Trung tâm với người khác.

Anh/ Chị sẽ nói tốt về dịch vụ cung cấp nước của Trung tâm với người khác.

Rất hoan nghênh sự cộng tác và giúp đỡ của Anh (chị). Các ý kiến trả lời của Anh (chị) sẽ được đảm bảo giữ bí mật tuyệt đối.

Xin chân thành cảm ơn và kính chúc Anh (chị) sức khỏe./.

PHỤ LỤC 2 – DANH SÁCH THẢO LUẬN NHÓM
DANH SÁCH CÁN BỘ QUẢN LÝ

Họ tên	Chức vụ, Phòng ban	Số điện thoại	Email
Ông Lương Đăng Khánh	Ths. Phó Giám đốc kiêm Trưởng phòng Quản lý cấp nước	0918 784 480	dangkhanh_ttn@yahoo.com.vn
Ông Nguyễn Ngọc Tráng	Ths. Trưởng phòng QLKT- XDCT	0918 555 653	ngoctrangttn1966@gmail.com
Bà Ngô Minh Hương	Ths. Phó Giám đốc kiêm Trưởng phòng TH- TC-HC	0982 030 312	ngominhhuong_ttn@yahoo.com.vn
Bà Trần Thị Thu Cúc	Cử nhân. Phó Trưởng phòng Quản lý cấp nước	0918 783 439	thucuc_ttn@yahoo.com
Ông Lê Nhật Nam	Cử nhân. Phó Trưởng phòng Quản lý cấp nước	0918 043 666	lenhatnam.ttn@gmail.com

DANH SÁCH KHÁCH HÀNG

Họ tên	Địa chỉ	Số điện thoại
Nguyễn Minh Phương	Phú Thủy	0986.325.145
Phú Đình Vinh	Phú Trinh	0385.657.698
Nguyễn Văn Tình	Phú Hải	0913.256.784
Lê Quang Minh	Phú Tài	0987.298.385
Lê Thành Tiến	Phú Tài	0925.584.659

Phạm Minh Quảng	Phú Thủy	0586.321.475
Lê Kim Thành	Phú Trinh	0945.148.523
Trịnh Thanh Hiền	Phú Tài	0823.594.287
Nguyễn Quang Khánh	Xuân An	0912.352.268
Lê Văn Phú	Xuân An	0983.145.274

PHỤ LỤC 3 - DÀN BÀI KHẢO SÁT

Kính chào Quý Anh/ Chị,

Tôi tên **Nguyễn Thị Chơn**, học viên Chương trình Thạc sĩ Quản trị kinh doanh - Trường Đại học Phan Thiết. Tôi đang thực hiện đề tài nghiên cứu: ***“Đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ cung cấp nước sạch của Trung tâm Nước sạch và Vệ sinh môi trường nông thôn tỉnh Bình Thuận trên địa bàn huyện Hàm Thuận Bắc”*** với mục đích học tập và thực hiện luận văn tốt nghiệp.

Rất mong Quý Anh/ Chị dành chút thời gian quý giá của mình để trả lời các nội dung khảo sát bên dưới. Mọi ý kiến của Anh/ Chị đều là nguồn thông tin giá trị và đóng góp vào sự thành công của nghiên cứu này.

PHẦN 1: THÔNG TIN TỔNG QUÁT

Câu 1: Giới tính

- ☐ Nam
- ☐ Nữ

Câu 2: Độ tuổi

- ☐ Dưới 25 tuổi
- ☐ Từ 25 đến dưới 45 tuổi
- ☐ Từ 45 tuổi trở lên

Câu 3: Trình độ học vấn

- ☐ Phổ thông trở xuống
- ☐ Trung cấp, cao đẳng
- ☐ Đại học
- ☐ Trên đại học

Câu 4: Thu nhập hàng tháng

- ☐ Dưới 5 triệu đồng
- ☐ Từ 5 triệu đến dưới 10 triệu đồng
- ☐ Từ 10 triệu đồng trở lên

Câu 5: Thời gian sử dụng dịch vụ

- ☐ Dưới 1 năm

- ☐ Từ 1 đến dưới 3 năm
- ☐ Từ 3 đến dưới 5 năm
- ☐ Từ 5 năm trở lên

PHẦN 2: NỘI DUNG KHẢO SÁT

Quý khách cho biết mức độ đồng ý của mình đối với các phát biểu sau đây bằng cách khoanh tròn vào ô tương ứng: Số 1: Hoàn toàn không đồng ý Số 2: Không đồng ý Số 3: Bình thường/ Trung dung Số 4: Đồng ý Số 5: Hoàn toàn đồng ý		Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Trung dung	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1	Nguồn nước không (rất ít) bị tạm ngừng cung cấp	1	2	3	4	5
2	Nguồn nước luôn trong sạch, chất lượng cao	1	2	3	4	5
3	Trung tâm luôn cố gắng duy trì cung cấp trong mọi điều kiện	1	2	3	4	5
4	Trung tâm luôn giữ đúng cam kết	1	2	3	4	5
5	Khi có bất kì thay đổi gì (về lịch tạm ngừng cấp nước, phí dịch vụ...) Trung tâm luôn thông báo rõ ràng với khách hàng	1	2	3	4	5
6	Trung tâm luôn đúng hẹn với khách hàng khi lắp đặt, sửa chữa hệ thống cung cấp nước	1	2	3	4	5
7	Khi có bất kì vấn đề nào Trung tâm luôn quan tâm để giải quyết trở ngại đó	1	2	3	4	5
8	Thủ tục lắp đặt, sửa chữa nhanh chóng	1	2	3	4	5

9	Thời gian khắc phục sự cố nhanh	1	2	3	4	5
10	Nhân viên bảo trì, sửa chữa luôn biết họ cần làm gì	1	2	3	4	5
11	Nhân viên bảo trì, sửa chữa rất lịch sự và họ không đòi hỏi tiền bồi dưỡng	1	2	3	4	5
12	Thủ tục ngưng, đóng, mở nước nhanh	1	2	3	4	5
13	Trung tâm có phương thức thanh toán thuận tiện thông qua các ngân hàng	1	2	3	4	5
14	Trung tâm có cơ sở vật chất đầy đủ	1	2	3	4	5
15	Trung tâm có trang thiết bị và máy móc hiện đại	1	2	3	4	5
16	Cán bộ nhân viên có trang phục đẹp, lịch sự	1	2	3	4	5
17	Chỗ để xe thuận tiện	1	2	3	4	5
18	Chi phí lắp đặt, sửa chữa hợp lý	1	2	3	4	5
19	Định mức m ³ nước phù hợp với nhu cầu của từng hộ gia đình	1	2	3	4	5
20	Giá nước tính cho từng m ³ phù hợp	1	2	3	4	5
21	Nhân viên Trung tâm luôn có thái độ phục vụ tốt.	1	2	3	4	5
22	Nhân viên Trung tâm nhiệt tình hỗ trợ khách hàng.	1	2	3	4	5
23	Thời gian giao dịch nhanh chóng.	1	2	3	4	5
24	Giờ làm việc thuận tiện cho khách hàng.	1	2	3	4	5
25	Nhân viên không bao giờ quá bận.	1	2	3	4	5
26	Anh/ Chị hoàn toàn hài lòng với dịch vụ cung cấp nước của Trung tâm.	1	2	3	4	5

27	Anh/ Chị hoàn toàn yên tâm về dịch vụ cung cấp nước của Trung tâm với người khác.	1	2	3	4	5
28	Anh/ Chị sẽ nói tốt về dịch vụ cung cấp nước của Trung tâm với người khác.	1	2	3	4	5

Chân thành cảm ơn sự đóng góp của Quý khách!

PHỤ LỤC 4 – KẾT QUẢ PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

4.1 KẾT QUẢ PHÂN TÍCH CRONBACH'S ALPHA

Thang đo “Chất lượng nước”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	245	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	245	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CL1	4.012	.9075	245
CL2	4.061	.9753	245
CL3	4.118	.8861	245

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CL1	8.180	2.951	.685	.823
CL2	8.131	2.557	.770	.742
CL3	8.073	2.962	.709	.802

Thang đo “Sự tin cậy”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	245	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	245	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TC1	3.914	.9259	245
TC2	3.898	.9844	245
TC3	3.963	.9932	245
TC4	4.008	.9834	245

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TC1	11.869	6.057	.572	.776
TC2	11.886	5.659	.618	.755
TC3	11.820	5.443	.668	.730
TC4	11.776	5.667	.617	.755

Thang đo “Năng lực phục vụ”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	245	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	245	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PV1	3.204	1.4511	245
PV2	3.445	1.2054	245
PV3	3.359	1.1949	245
PV4	3.465	1.2027	245
PV5	3.576	1.1556	245
PV6	3.559	1.1279	245

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PV1	17.404	23.684	.283	.884
PV2	17.163	20.662	.700	.791
PV3	17.249	21.032	.669	.798
PV4	17.143	20.672	.701	.791
PV5	17.033	20.991	.705	.791
PV6	17.049	21.153	.710	.791

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	245	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	245	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PV2	3.445	1.2054	245
PV3	3.359	1.1949	245
PV4	3.465	1.2027	245
PV5	3.576	1.1556	245
PV6	3.559	1.1279	245

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PV2	13.959	15.433	.718	.860
PV3	14.045	15.650	.699	.864
PV4	13.939	15.525	.708	.862
PV5	13.829	15.749	.720	.859
PV6	13.845	15.632	.760	.850

Thang đo “Cơ sở vật chất”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	245	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	245	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VC1	3.751	.9229	245
VC2	4.000	.9452	245
VC3	3.906	.9470	245
VC4	3.490	1.1581	245

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VC1	11.396	6.896	.628	.819
VC2	11.147	6.454	.717	.782
VC3	11.241	6.544	.691	.793
VC4	11.657	5.669	.685	.801

Thang đo “Giá cả”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	245	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	245	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
GC1	3.714	1.1874	245
GC2	3.743	1.1213	245
GC3	3.718	1.0931	245

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
GC1	7.461	4.086	.707	.800
GC2	7.433	4.353	.701	.803
GC3	7.457	4.315	.745	.764

Thang đo “Khả năng đáp ứng”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	245	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	245	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
DU1	3.792	.7140	245
DU2	3.906	.7379	245
DU3	3.808	.8870	245
DU4	3.816	.8316	245
DU5	3.824	.8033	245

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DU1	15.355	5.886	.665	.729
DU2	15.241	5.897	.630	.738
DU3	15.339	6.569	.295	.848
DU4	15.331	5.460	.656	.726
DU5	15.322	5.465	.689	.715

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	245	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	245	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
DU1	3.792	.7140	245
DU2	3.906	.7379	245
DU4	3.816	.8316	245
DU5	3.824	.8033	245

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DU1	11.547	3.954	.742	.786
DU2	11.433	4.091	.648	.823
DU4	11.522	3.775	.651	.825
DU5	11.514	3.710	.715	.794

Thang đo “Sự hài lòng”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	245	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	245	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
HL1	3.384	.6071	245
HL2	3.176	.6759	245
HL3	3.633	.6238	245

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HL1	6.808	1.361	.793	.757
HL2	7.016	1.270	.739	.807
HL3	6.559	1.436	.687	.850

4.2 KẾT QUẢ PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHÁM PHÁ

Phân tích EFA - Biến độc lập

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.883
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2864.194
	df	253
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
CL1	1.000	.745
CL2	1.000	.828
CL3	1.000	.746
TC1	1.000	.587
TC2	1.000	.631
TC3	1.000	.741
TC4	1.000	.651
PV2	1.000	.692
PV3	1.000	.679
PV4	1.000	.662
PV5	1.000	.702
PV6	1.000	.739
VC1	1.000	.660
VC2	1.000	.739
VC3	1.000	.689
VC4	1.000	.679
GC1	1.000	.750
GC2	1.000	.769
GC3	1.000	.778
DU1	1.000	.757
DU2	1.000	.648
DU4	1.000	.651
DU5	1.000	.731

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.722	33.575	33.575	7.722	33.575	33.575	3.506	15.244	15.244
2	2.365	10.282	43.857	2.365	10.282	43.857	2.861	12.439	27.682
3	2.096	9.112	52.969	2.096	9.112	52.969	2.813	12.231	39.913
4	1.646	7.155	60.125	1.646	7.155	60.125	2.511	10.917	50.830
5	1.251	5.437	65.562	1.251	5.437	65.562	2.329	10.127	60.957
6	1.176	5.111	70.673	1.176	5.111	70.673	2.235	9.716	70.673
7	.646	2.810	73.483						
8	.593	2.579	76.062						
9	.585	2.544	78.605						
10	.522	2.268	80.874						
11	.492	2.138	83.012						
12	.484	2.105	85.117						
13	.430	1.869	86.986						
14	.395	1.716	88.702						
15	.380	1.651	90.352						
16	.336	1.460	91.813						
17	.320	1.392	93.205						
18	.308	1.339	94.543						
19	.294	1.276	95.820						
20	.274	1.193	97.013						
21	.250	1.087	98.099						
22	.243	1.057	99.156						
23	.194	.844	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
PV6	.682					
PV4	.665					
GC3	.654					
PV2	.651					
PV5	.647					
GC1	.621					
PV3	.620					
VC3	.610					
VC4	.609					
GC2	.607					
TC2	.602					
VC2	.579					
CL2	.555					
TC4	.551					
TC3						
CL3						
CL1						
DU2						
TC1						
VC1						
DU1		.569				
DU5						
DU4						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 6 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
PV6	.802					
PV5	.784					
PV2	.770					
PV3	.767					
PV4	.738					
DU1		.841				
DU5		.818				
DU4		.769				
DU2		.758				
VC2			.816			
VC1			.776			
VC3			.755			
VC4			.748			
TC3				.821		
TC4				.749		
TC1				.684		
TC2				.674		
CL2					.855	
CL1					.817	
CL3					.804	
GC2						.807
GC3						.786
GC1						.778

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6
1	.533	.373	.417	.393	.335	.369
2	.200	.698	-.527	-.405	.147	-.102
3	-.648	.335	.225	.232	.491	-.349
4	-.277	.428	.510	-.329	-.558	.248
5	.102	.271	-.174	.643	-.559	-.400
6	-.411	.074	-.456	.327	-.032	.714

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Phân tích EFA - Biến phụ thuộc

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.717
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	355.419
	df
	3
	Sig.
	.000

Communalities

	Initial	Extraction
HL1	1.000	.836
HL2	1.000	.787
HL3	1.000	.733

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.356	78.523	78.523	2.356	78.523	78.523
2	.399	13.310	91.833			
3	.245	8.167	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
HL1	.914
HL2	.887
HL3	.856

Extraction Method:

Principal Component

Analysis.

a. 1 components

extracted.

4.3 KẾT QUẢ PHÂN TÍCH TƯƠNG QUAN

		Correlations						
		F_HL	F_CL	F_TC	F_PV	F_VC	F_GC	F_DU
F_HL	Pearson Correlation	1	.541**	.418**	.536**	.395**	.433**	.742**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245
F_CL	Pearson Correlation	.541**	1	.399**	.343**	.314**	.282**	.382**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245
F_TC	Pearson Correlation	.418**	.399**	1	.402**	.494**	.386**	.235**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245
F_PV	Pearson Correlation	.536**	.343**	.402**	1	.359**	.536**	.381**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245
F_VC	Pearson Correlation	.395**	.314**	.494**	.359**	1	.442**	.259**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	245	245	245	245	245	245	245
F_GC	Pearson Correlation	.433**	.282**	.386**	.536**	.442**	1	.313**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	245	245	245	245	245	245	245
F_DU	Pearson Correlation	.742**	.382**	.235**	.381**	.259**	.313**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	245	245	245	245	245	245	245

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4.4 KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỒI QUY

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
F_HL	3.3973	.56297	245
F_CL	4.0639	.81033	245
F_TC	3.9459	.77147	245
F_PV	3.4808	.97333	245
F_VC	3.7867	.82120	245
F_GC	3.7252	.99394	245
F_DU	3.8347	.64076	245

Correlations

		F_HL	F_CL	F_TC	F_PV	F_VC	F_GC	F_DU
Pearson Correlation	F_HL	1.000	.541	.418	.536	.395	.433	.742
	F_CL	.541	1.000	.399	.343	.314	.282	.382
	F_TC	.418	.399	1.000	.402	.494	.386	.235
	F_PV	.536	.343	.402	1.000	.359	.536	.381
	F_VC	.395	.314	.494	.359	1.000	.442	.259
	F_GC	.433	.282	.386	.536	.442	1.000	.313
	F_DU	.742	.382	.235	.381	.259	.313	1.000
Sig. (1-tailed)	F_HL	.	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	F_CL	.000	.	.000	.000	.000	.000	.000
	F_TC	.000	.000	.	.000	.000	.000	.000
	F_PV	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000
	F_VC	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000
	F_GC	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000
	F_DU	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
N	F_HL	245	245	245	245	245	245	245
	F_CL	245	245	245	245	245	245	245
	F_TC	245	245	245	245	245	245	245
	F_PV	245	245	245	245	245	245	245
	F_VC	245	245	245	245	245	245	245
	F_GC	245	245	245	245	245	245	245
	F_DU	245	245	245	245	245	245	245

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	F_DU, F_TC, F_GC, F_CL, F_VC, F_PV ^b		Enter

a. Dependent Variable: F_HL

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.832 ^a	.692	.684	.31652	1.474

a. Predictors: (Constant), F_DU, F_TC, F_GC, F_CL, F_VC, F_PV

b. Dependent Variable: F_HL

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.488	6	8.915	88.984	.000 ^b
	Residual	23.844	238	.100		
	Total	77.332	244			

a. Dependent Variable: F_HL

b. Predictors: (Constant), F_DU, F_TC, F_GC, F_CL, F_VC, F_PV

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.112	.153		.736	.462		
	F_CL	.142	.029	.204	4.864	.000	.736	1.359
	F_TC	.065	.033	.088	1.983	.048	.651	1.536
	F_PV	.101	.026	.174	3.812	.000	.621	1.610
	F_VC	.042	.030	.062	1.402	.162	.670	1.493
	F_GC	.028	.026	.049	1.089	.277	.628	1.592
	F_DU	.480	.036	.546	13.312	.000	.771	1.298

a. Dependent Variable: F_HL

Collinearity Diagnostics^a

Mode l	Dimensio n	Eigenvalu e	Condition Index	Variance Proportions						
				(Constan t)	F_CL	F_TC	F_PV	F_VC	F_GC	F_DU
1	1	6.829	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.053	11.359	.04	.06	.01	.33	.01	.23	.02
	3	.036	13.786	.00	.06	.02	.39	.23	.27	.04
	4	.028	15.498	.02	.02	.14	.20	.22	.43	.11
	5	.022	17.475	.06	.56	.11	.02	.13	.06	.21
	6	.019	18.876	.07	.31	.55	.01	.41	.01	.00
	7	.012	23.840	.81	.00	.16	.05	.00	.00	.62

a. Dependent Variable: F_HL

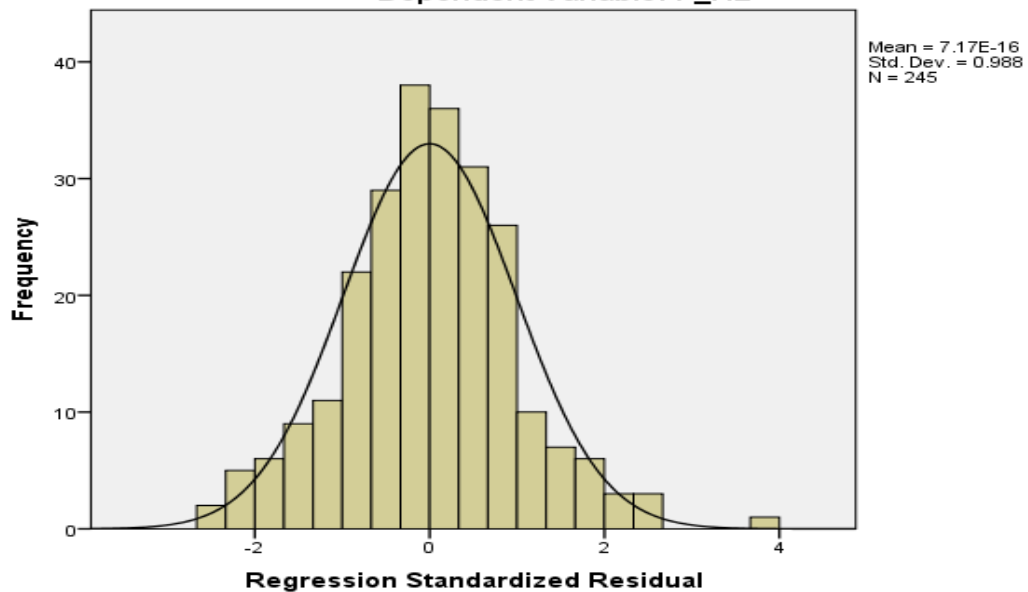
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.1557	4.3767	3.3973	.46820	245
Residual	-.76127	1.21162	.00000	.31260	245
Std. Predicted Value	-2.652	2.092	.000	1.000	245
Std. Residual	-2.405	3.828	.000	.988	245

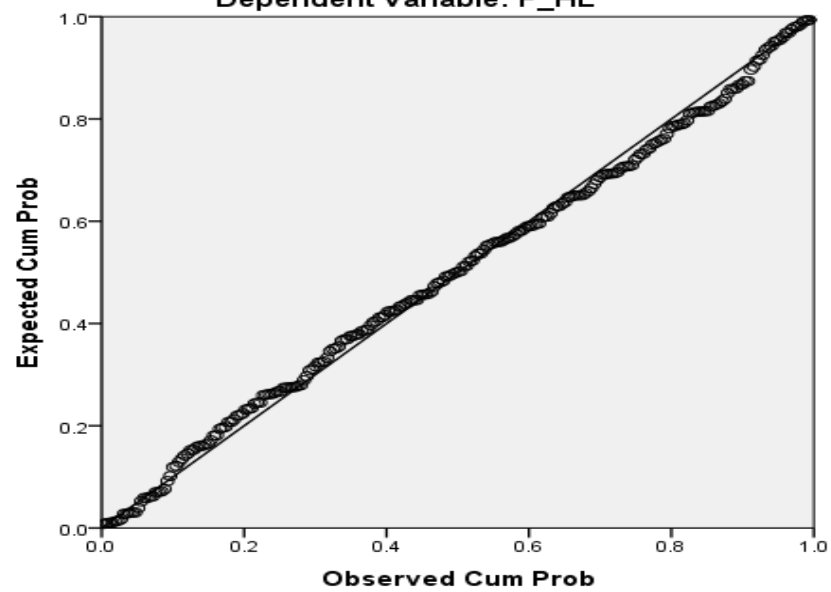
a. Dependent Variable: F_HL

Histogram

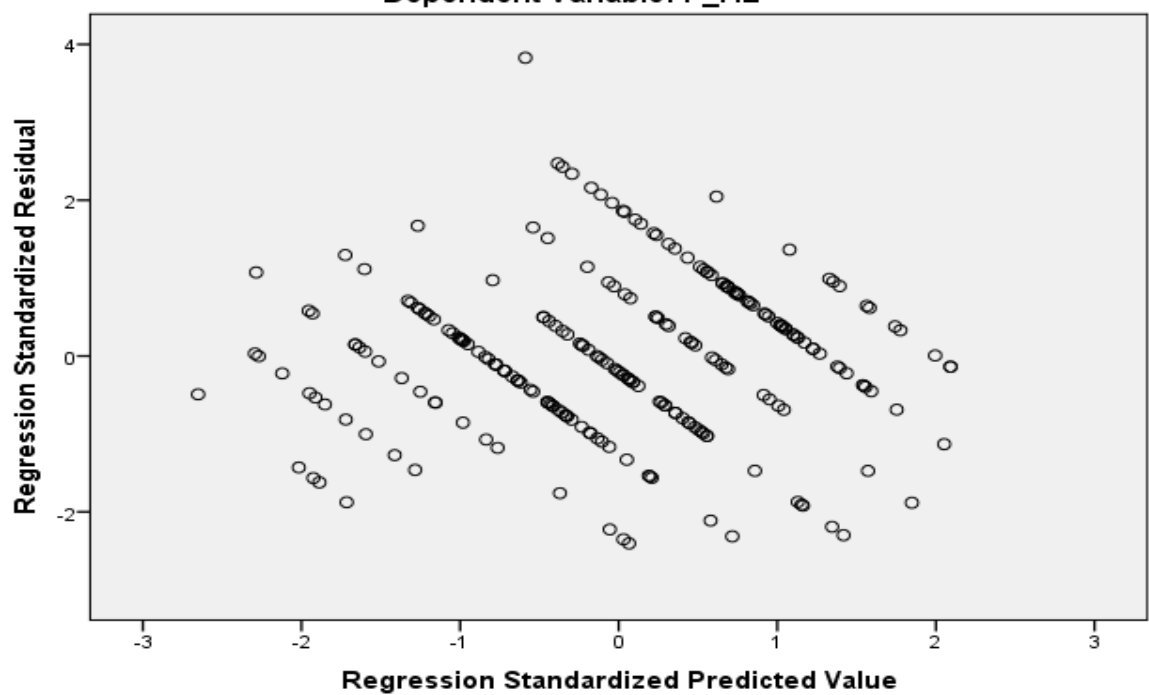
Dependent Variable: F_HL



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: F_HL



Scatterplot
Dependent Variable: F_HL



4.5 KẾT QUẢ PHÂN TÍCH SỰ KHÁC BIỆT

Sự khác biệt theo Giới tính

Group Statistics					
	Gioitinh	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
F_HL	Nam	126	3.3862	.58182	.05183
	Nữ	119	3.4090	.54451	.04992

Independent Samples Test										
	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
F_	Equal									
HL	variances assumed	1.208	.273	-.315	243	.753	-.02272	.07210	-.16473	.11929
	Equal variances not assumed			-.316	242.981	.752	-.02272	.07196	-.16446	.11902

Sự khác biệt theo Độ tuổi

Test of Homogeneity of Variances

F_HL			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.834	2	242	.061

ANOVA

F_HL					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.598	2	.299	.942	.391
Within Groups	76.734	242	.317		
Total	77.332	244			

Sự khác biệt theo Trình độ học vấn

Test of Homogeneity of Variances

F_HL

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.911	3	241	.128

ANOVA

F_HL

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.912	3	.304	.959	.413
Within Groups	76.419	241	.317		
Total	77.332	244			

Sự khác biệt theo Thu nhập

Test of Homogeneity of Variances

F_HL

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.119	2	242	.888

ANOVA

F_HL

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.081	2	.041	.127	.881
Within Groups	77.250	242	.319		
Total	77.332	244			

Sự khác biệt theo Thời gian sử dụng dịch vụ

Test of Homogeneity of Variances

F HL

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.000	3	241	.394

ANOVA

F HL

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.053	3	.351	1.108	.346
Within Groups	76.279	241	.317		
Total	77.332	244			