

PGS.TS. HÀ NAM KHÁNH GIAO

SÁCH CHUYÊN KHẢO

ĐO LƯỜNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI VIỆT NAM NHÌN TỪ PHÍA KHÁCH HÀNG



 NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

SÁCH CHUYÊN KHẢO

ĐO LƯỜNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI VIỆT NAM
NHÌN TỪ PHÍA KHÁCH HÀNG

PGS.TS. HÀ NAM KHÁNH GIAO

SÁCH CHUYÊN KHẢO

**ĐO LƯỜNG CHẤT LƯỢNG
DỊCH VỤ TẠI VIỆT NAM
NHÌN TỪ PHÍA KHÁCH HÀNG**

NHÀ XUẤT BẢN TÀI CHÍNH

Thành phố Hồ Chí Minh, 2018

LỜI NÓI ĐẦU

-----o0o-----

Kinh tế thế giới tăng trưởng nhanh chóng trong những thập kỷ gần đây, trong đó sự đóng góp của dịch vụ vào GDP, của từng quốc gia nói riêng và của cả thế giới nói chung, ngày càng tăng nhanh. Trong xu hướng toàn cầu hóa, nhiều lãnh vực dịch vụ không còn bó hẹp trong phạm vi quốc gia mà mở rộng qua nhiều nước khác nhau. Không chỉ vậy, các dịch vụ còn phát triển theo cả chiều rộng (nhiều loại hình dịch vụ mới), và cả chiều sâu (chuỗi sản phẩm dịch vụ được khai thác theo hướng ứng dụng công nghệ mới), trong khi chất lượng dịch vụ được đánh giá ra sao, vốn gây khó khăn không ít, cho cả người tiêu dùng lẫn nhà cung cấp dịch vụ. Do vậy, việc nghiên cứu chất lượng dịch vụ trở nên cần thiết, cả ở cấp độ quốc gia lẫn cấp độ doanh nghiệp.

Kinh doanh dịch vụ hiện là một ngành học được giảng dạy trong hầu hết các trường có liên quan đến quản trị kinh doanh nói chung; đồng thời cũng là mối quan tâm của hầu hết các nhà kinh doanh, trong bất cứ lãnh vực, ngành nghề nào hay quy mô doanh nghiệp ra sao; và cũng là nguồn đề tài cho rất nhiều sinh viên, học viên sau đại học của các trường đại học, viện nghiên cứu. Từ đó, những ý kiến tham vấn về cải thiện chất lượng dịch vụ- nhìn từ phía khách hàng- sẽ giúp các doanh nghiệp hoạch định chiến lược kinh doanh phù hợp với từng giai đoạn phát triển, tiến tới việc thỏa mãn khách hàng về cung ứng chất lượng dịch vụ ngày càng tốt hơn, giúp doanh nghiệp đạt thành công trong kinh doanh. Trong bối cảnh đó, sách chuyên khảo “Đo lường chất lượng dịch vụ tại Việt Nam - Nhìn từ phía khách hàng” được biên soạn nhằm đáp ứng nhu cầu học tập, thực hiện đề tài nghiên cứu, trước hết của học viên, sinh viên các ngành quản trị kinh doanh nói chung, cũng như đáp ứng nhu cầu

tham khảo của độc giả, giới doanh nhân, và của những người đang làm việc liên quan đến các hoạt động kinh doanh dịch vụ.

Sách chuyên khảo “Đo lường chất lượng dịch vụ tại Việt Nam - Nhìn từ phía khách hàng” được biên soạn trên cơ sở phát triển xa hơn những kiến thức đã được nghiên cứu tại môn học Quản trị Kinh doanh Dịch vụ, Marketing Dịch vụ, Quản trị chất lượng, bao gồm 2 phần chính, 10 chương, Phần I giới thiệu khái quát về Dịch vụ, Đo lường chất lượng dịch vụ và các vấn đề lý thuyết có liên quan, Phần II giới thiệu một số dịch vụ đã được nghiên cứu tại Việt Nam, trong đó có điều chỉnh các thang đo trong khi nghiên cứu cho phù hợp với điều kiện thực tế tại Việt Nam.

- ✓ Phần I (Chương 1, 2): Tổng quan dịch vụ và đo lường chất lượng dịch vụ
- ✓ Phần IV (Chương 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9): Đo lường chất lượng một số dịch vụ tại Việt Nam

Sách chuyên khảo “Đo lường chất lượng dịch vụ tại Việt Nam” là sản phẩm từ quá trình làm việc nghiêm túc của tác giả, kết hợp với sự kế thừa, tiếp thu, tham khảo nhiều tài liệu khác nhau, trong nước, ngoài nước; cùng với kinh nghiệm giảng dạy nhiều năm, nhiều chương trình khác nhau ở nhiều trường, cũng như thực hiện các đề tài nghiên cứu cũng như thực tiễn có liên quan, đồng thời tham khảo kinh nghiệm thực tế của nhiều doanh nhân thành đạt.

Chúng tôi xin trân trọng cảm ơn những tác giả đi trước, nhất là các tác giả có tên trong danh mục tài liệu tham khảo cuối sách. Bên cạnh đó, chúng tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Hội đồng Khoa học và Đào tạo trường Đại học Tài chính – Marketing đã tạo điều kiện, hỗ trợ chúng tôi hoàn thành sách chuyên khảo. Chúng tôi xin cảm ơn gia đình, bạn bè, sinh viên, học viên, nghiên cứu sinh, doanh nghiệp đã nhiệt tình ủng hộ chúng tôi thực hiện sách chuyên khảo. Vì nguồn lực và thời gian có hạn, sách chuyên khảo không thể tránh khỏi những khiếm khuyết nhất định. Chúng tôi luôn quan tâm lắng nghe, và biết ơn những đóng góp từ toàn thể người đọc gần xa.

PGS. TS. Hà Nam Khánh Giao

MỤC LỤC

-----o0o-----

	Trang
LỜI NÓI ĐẦU	5
MỤC LỤC	7
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	10
PHẦN 1: TỔNG QUAN ĐO LƯỜNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ	12
Chương 1: TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ	13
1.1. Dịch vụ	13
1.2. Dịch vụ công	20
1.3. Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng	26
Chương 2: ĐO LƯỜNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ	29
2.1. Mô hình chất lượng dịch vụ của Parasuraman (SERVQUAL)	29
2.2. Mô hình chất lượng dịch vụ SERVPERF	33
2.3. Mô hình chất lượng dịch vụ của Gronroos	34
2.4. Mô hình chất lượng dịch vụ của Kang và James	35
2.5. Mô hình ACSI	36
2.6. Mô hình đo lường mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ công tại Anh	37
2.7. Mô hình tiện lợi dịch vụ	38

PHẦN 2: ĐO LƯỜNG CHẤT LƯỢNG MỘT SỐ DỊCH VỤ TẠI VIỆT NAM	46
Chương 3: DỊCH VỤ Y TẾ	47
3.1. Một số khái niệm liên quan đến dịch vụ y tế	47
3.2. Sự hài lòng của bệnh nhân ngoại trú tại các bệnh viện đa khoa TPHCM	58
3.3. Sự hài lòng của bệnh nhân đối với chất lượng dịch vụ nội trú tại Bệnh viện Chợ Rẫy	65
3.4. Dịch vụ khám chữa bệnh tại bệnh viện Thống Nhất TPHCM	74
3.5. Bài báo khoa học về dịch vụ y tế	81
Chương 4: DỊCH VỤ GIÁO DỤC	99
4.1. Một số khái niệm liên quan đến dịch vụ giáo dục	99
4.2. Dịch vụ đăng ký học phần trực tuyến ảnh hưởng đến sự thỏa mãn của sinh viên Đại học Tài chính – Marketing	111
4.3. Độ hài lòng của sinh viên về chất lượng đào tạo ngành kinh tế tại Trường Đại học Đồng Tháp	123
4.4. Mối quan hệ giữa sự hài lòng và truyền miệng trong dịch vụ dạy tiếng Anh tại các trung tâm Ngoại ngữ tại TPHCM	129
4.5. Bài báo khoa học về dịch vụ đào tạo	139
Chương 5: DỊCH VỤ DU LỊCH, NHÀ HÀNG – KHÁCH SẠN	161
5.1. Bài báo liên quan đến dịch vụ resort	161
5.2. Nghiên cứu về dịch vụ tiệc cưới	179
5.3. Bài báo về dịch vụ lễ hội	192
5.4. Bài báo khoa học về dịch vụ du lịch lữ hành	207
Chương 6: DỊCH VỤ THƯƠNG MẠI	225
6.1. Một số khái niệm liên quan đến dịch vụ thương mại	225

6.2. Sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ siêu thị	234
6.3. Dịch vụ trực tuyến tại sàn thương mại điện tử sendo.vn	239
6.4. Bài báo về dịch vụ bán hàng tại các chuỗi nhà thuốc tại TP HCM	244
Chương 7: DỊCH VỤ CÔNG	283
7.1. Một số khái niệm liên quan đến dịch vụ công	283
7.2. Dịch vụ đăng ký tờ khai xuất nhập khẩu tại Chi cục Hải quan quản lý hàng gia công	289
7.3. Dịch vụ tuyên truyền hỗ trợ tại Cục thuế TP HCM	294
7.4. Dịch vụ hành chính công tại Ủy ban nhân dân phường	301
7.5. Bài báo khoa học về dịch vụ công	308
Chương 8: DỊCH VỤ NGÂN HÀNG	321
8.1. Bài báo liên quan đến chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử	321
8.2. Bài báo về chất lượng dịch vụ tiền gửi tiết kiệm	337
8.3. Bài báo về sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ ATM	353
8.4. Bài báo khoa học về sự hài lòng của khách hàng thanh toán qua POS	378
Chương 9: DỊCH VỤ KHÁC	393
9.1. Sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ FTTH của VNPT Kiên Giang	393
9.2. Dịch vụ giao ngoài làm chương trình phần mềm	398
9.3. Dịch vụ tư vấn xây dựng	412
9.4. Bài báo khoa học về chất lượng dịch vụ truyền hình trả tiền	419
9.5. Bài báo khoa học về chất lượng hàng không nội địa	441
TÀI LIỆU THAM KHẢO	455

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

-----o0o-----

CCHC: Cải cách hành chính

CFA: Comfirmatory factor analysis- Phân tích nhân tố khẳng định

CQT: Cơ quan thuế

CST: Chính sách thuế

CSVLC: Cơ sở vật chất

EFA: Exploratory Factor Analysis- Phân tích nhân tố khám phá

GD-ĐT: Giáo dục – đào tạo

HRM: Human Resources Management- Quản trị nguồn nhân lực

JCAHO: The Joint Commission on Accreditation of Healthcare Organizations - Ủy ban chứng nhận các tổ chức chăm sóc sức khỏe

KNPV: Khả năng phục vụ

KQCAH: The Key Quality Characteristics Assessment for Hospitals – Công cụ đánh giá các đặc điểm chất lượng dùng cho bệnh viện

NLNV: Năng lực nhân viên

NNT: Người nộp thuế

QTTT: Quy trình thủ tục

SĐC: Sự đồng cảm

SEM: Structural equation modelling- Mô hình cấu trúc tuyến tính