

ỨNG DỤNG PHƯƠNG PHÁP IPA ĐỂ ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ MẠNG ĐIỆN THOẠI DI ĐỘNG TẠI VIỆT NAM

LÊ CÔNG HOA* & LÊ CHÍ CÔNG**

Mục tiêu của nghiên cứu là xác định, đánh giá các thuộc tính của dịch vụ mạng điện thoại di động tại VN. Phòng vấn nhóm tập trung đã được sử dụng để phát triển danh sách thuộc tính mà khách hàng và nhà mạng tin tưởng có tầm quan trọng khi cung cấp và sử dụng dịch vụ di động. Mẫu thuận tiện với 835 khách hàng sử dụng dịch vụ mạng điện thoại di động ở ba thành phố phía nam (Nha Trang, Hồ Chí Minh, Cần Thơ) được thu thập. Khách hàng được yêu cầu đánh giá tầm quan trọng của thuộc tính chất lượng và mức độ thực hiện nó trong một bản câu hỏi chỉ tiết. Thông qua phương pháp phân tích tầm quan trọng - mức độ thực hiện (IPA), kết quả được lập bảng để đánh giá điểm mạnh, yếu của các thuộc tính chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động. Nghiên cứu cho thấy rằng IPA là một công cụ hữu ích cho việc đánh giá các thuộc tính chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động.

Từ khóa: Mạng điện thoại, chất lượng dịch vụ, IPA.

1. Giới thiệu

Trong những năm qua, thị trường thông tin di động tại VN có tốc độ tăng trưởng nhanh và cạnh tranh khốc liệt. Cụ thể, nhiều thương hiệu mạnh trong nước như Vinaphone, MobiFone, Viettel, HT mobile, cũng như các thương hiệu quốc tế Beeline (Gmobile) đã và đang ra sức đầu tư để đẩy nhanh tốc độ phát triển công nghệ mạng di động nhằm khai thác sâu hơn vào thị trường. Chiến lược cạnh tranh chủ yếu của các nhà mạng hiện nay là giá và đẩy mạnh hoạt động xúc tiến. Điều này dẫn đến một hiện tượng khá phổ biến là số thuê bao ảo cao chiếm khoảng 25-30% và số thuê bao ngưng hoạt động chiếm một tỷ lệ khá lớn trong tổng thuê bao trên mạng trong hầu hết các nhà mạng. Hơn nữa, chiến lược này đã và đang đẩy các nhà mạng quốc tế có thị phần nhỏ tại VN phải quyết định “cuốn gói” khỏi thị trường sau một vài năm đầu tư thua lỗ (VimpelCom với thương hiệu Beeline và SK Telecom với thương hiệu S-Fone). Vấn đề đặt ra là phải chăng thị trường cung cấp dịch vụ mạng điện thoại di động nội địa đã dần tới trạng thái bão hòa và hết cơ hội phát triển cho các doanh nghiệp nhỏ? Trong bối cảnh cạnh

tranh toàn cầu ngày càng phức tạp, khi các thị trường ngày càng bị thu hẹp đòi hỏi các nhà mạng phải trả lời những câu hỏi: (1) Đầu là thuộc tính chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động được khách hàng quan tâm nhất?; (2) Điểm mạnh, điểm yếu trong thực hiện các thuộc tính chất lượng dịch vụ mạng? Vì vậy, để giúp các nhà mạng trả lời những vấn đề nêu trên cũng như hiểu rõ hơn thực trạng chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động VN thì cần thiết phải có những nghiên cứu với phương pháp thích hợp.

Thực tế đa dạng của các loại hình dịch vụ đã giúp nhiều nghiên cứu đưa ra những kỹ thuật khác nhau nhằm đo lường, đánh giá, cụ thể: Mô hình SERVQUAL (*Service Quality*); IPA (*Importance-Performance Analysis*); SERVPERF (*Service Quality Performance*); SE (*Service Encounter*); QFD (*Quality Function Deployment*...). Trong số đó, điển hình nhất vẫn là mô hình SERVQUAL do Parasuraman và cộng sự đề xuất năm 1985 và hiệu chỉnh (1988, 1990). Tuy nhiên, chất lượng dịch vụ nói chung và chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động là một khái niệm đa chiều và phức tạp trong

* PGS.TS., Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

** ThS., Trường Đại học Nha Trang

Email: nhihoa@yahoo.com, hong80@yahoo.com

việc đo lường cũng như đánh giá. Xuất phát từ thực tiễn kinh doanh dịch vụ mạng điện thoại di động hiện nay ở trong nước cũng như hệ thống lại các nghiên cứu trên thế giới, tác giả xin giới thiệu mô hình IPA nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động tại VN. Tác giả hi vọng rằng đây sẽ là một phương pháp thích hợp giúp các nhà nghiên cứu có thêm sự lựa chọn khác nhằm đánh giá các loại hình chất lượng dịch vụ từ đó đưa ra những tư vấn có hiệu quả. Dưới góc độ kinh doanh dịch vụ mạng điện thoại di động, kết quả từ nghiên cứu sẽ góp phần giúp doanh nghiệp hiểu hơn về các thuộc tính chất lượng mạng di động thông qua đánh giá từ khách hàng để có định hướng chiến lược, giải pháp phù hợp nhằm tập trung tối đa nguồn lực, nâng cao chất lượng dịch vụ, yếu tố góp phần tăng sự hài lòng, xây dựng lòng trung thành của khách hàng cũng như tăng khả năng cạnh tranh của các nhà mạng trong bối cảnh hội nhập.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động

Parasuraman và cộng sự (1985) đã khơi dòng nghiên cứu về chất lượng dịch vụ và được nhiều nhà nghiên cứu cho là khá toàn diện. Chất lượng dịch vụ được hiểu là khoảng cách giữa mong đợi của khách hàng và nhận thức của họ khi sử dụng dịch vụ. Các tác giả đưa ra thang đo gồm 5 thành phần: độ tin cậy; tính đáp ứng; sự đồng cảm; năng lực phục vụ; và các phương tiện hữu hình, các thành phần được đo bằng nhiều biến quan sát và gọi tắt là thang đo SERVQUAL. Đây được xem là công cụ chủ yếu để đánh giá chất lượng dịch vụ (Parasuraman và cộng sự, 1994).

Trong lĩnh vực dịch vụ mạng điện thoại di động, một số nghiên cứu đã ứng dụng mô hình SERVQUAL để đánh giá như: Van der Wal và cộng sự (2002) đánh giá chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động ở Nam Phi; Johnson và Sirikit (2002) đánh giá nhận thức chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động ở Thái Lan. Một số các nghiên cứu khác cũng với mục tiêu phát triển khái niệm chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động và các mô hình đo lường (Chadha & Kapoor, 2009; Choi và cộng sự, 2007; Kim và cộng sự, 2004). Các mô hình nghiên cứu được đề xuất đã cho thấy một vài khía

cạnh khác nhau trong chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động. Cụ thể, Kim và cộng sự (2004) đã xây dựng 5 biến số phản ánh chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động bao gồm: (1) chất lượng cuộc gọi (call quality); (2) cấu trúc giá cước (pricing structure); (3) dịch vụ gia tăng (value added services); (4) sự thuận tiện (convenience); và (5) dịch vụ hỗ trợ khách hàng (customer support). Trong khi đó, nghiên cứu của Choi và cộng sự (2007) đã đo lường chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động thông qua 4 biến số: (1) phạm vi phủ sóng; (2) thiết bị di động; (3) các dịch vụ giá trị gia tăng; và (4) hệ thống thanh toán, sự tiện lợi và cấu trúc giá. Năm 2009, Chadha và Kapoor đã đề xuất nghiên cứu với 5 biến số đo lường chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động như: (1) phương tiện hữu hình; (2) nhận thức của khách hàng về chất lượng mạng; (3) cấu trúc giá; (4) dịch vụ giá trị gia tăng; và (5) sự thuận tiện. Ở VN, mô hình lý thuyết được đề xuất bởi Phạm Đức Kỳ & Bùi Nguyên Hùng (2006) và sau đó Dương Trí Thảo & Nguyễn Hải Biên (2007) cũng đã phát triển các thành phần để đánh giá chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động. Nhìn chung, các quan điểm trên đây có nhiều điểm tương đồng, tuy nhiên cũng có một số điểm khác biệt xuất phát từ khái niệm đa thành phần của chất lượng dịch vụ. Vì vậy, việc phát triển các nghiên cứu tiếp theo với sự đa dạng về phương pháp tiếp cận sẽ có thể đưa ra những cái nhìn toàn diện và sâu sắc hơn về chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động.

2.2. Mô hình nghiên cứu

Mô hình IPM được phát triển và ứng dụng trong lĩnh vực Marketing vào những năm 70 của thế kỷ XX. Theo Martilla & James (1977), Keyt và cộng sự (1994), IPM giúp doanh nghiệp xác định tầm quan trọng của chỉ tiêu dịch vụ cũng như điểm mạnh, điểm yếu của sản phẩm/dịch vụ cung cấp trên thị trường. Cụ thể, quá trình phát triển IPM được thực hiện bằng cách so sánh hai tiêu chuẩn hình thành nên quyết định lựa chọn của khách hàng, cụ thể: (1) Tầm quan trọng tương đối của các thuộc tính chất lượng, và (2) Mức độ thực hiện các thuộc tính chất lượng. Slack (1991) chỉ ra rằng mức độ đạt được kết quả của sự thực hiện đối với các thuộc tính chất lượng dịch vụ nên được so sánh với tầm quan trọng của chúng. Mặt khác, tầm quan trọng của các thuộc

tính chất lượng được coi là sự phản ánh giá trị tương đối của nó đối với nhận thức của khách hàng. Theo Barsky (1995), mức độ quan trọng thấp của một thuộc tính chất lượng chỉ ra khả năng ít ảnh hưởng tới nhận thức chung về chất lượng của khách hàng. Ngược lại, nếu thuộc tính chất lượng có mức độ quan trọng cao thì sẽ ảnh hưởng lớn nhận thức của họ. Thêm nữa, kỹ thuật IPA cho phép tổ chức xác định các thuộc tính hoặc sự phối hợp của chúng ảnh hưởng nhiều hay ít đến hành vi tiêu dùng của khách hàng. Đây được xem là thông tin có giá trị cho việc phát triển chiến lược Marketing trong tổ chức cũng như quá trình hình thành các công cụ quản lý hữu ích (Ford và cộng sự, 1991).

Quá trình phát triển IPA được thực hiện thông qua xác định các thuộc tính liên quan đến tình huống đánh giá chất lượng đối với một dịch vụ. Sau khi tham khảo ý kiến của các chuyên gia, nhà quản lý (thông qua phỏng vấn nhóm tập trung), một danh mục các thuộc tính chất lượng dùng để đánh giá được đưa ra. Tiếp theo, nghiên cứu sẽ thiết lập bảng câu hỏi nhằm thu thập thông tin của khách hàng đánh giá tầm quan trọng của mỗi thuộc tính đối với việc cung cấp chất lượng dịch vụ cũng như đánh giá mức độ thực hiện chúng. Bằng cách sử dụng các giá trị trung bình (mean) để tính toán các thuộc tính tầm quan trọng và sự thực hiện cũng như so sánh sự khác nhau trung bình của mỗi thuộc tính chất lượng. Với mỗi giá trị thu được của thuộc tính sẽ được biểu diễn trên đồ thị tầm quan trọng và sự thực hiện. Thông qua đồ thị này, tổ chức sẽ biết được thứ tự ưu tiên của các thuộc tính chất lượng để đưa ra các hành động nhằm cải thiện chúng (Slack, 1991). Thêm nữa, đồ thị cũng có thể cung cấp một hướng dẫn hữu ích cho việc hình thành định hướng chiến lược marketing của tổ chức (Burns, 1986). Cho đến nay việc phân tích tầm quan trọng và sự thực hiện đã được áp dụng trong một số lĩnh vực dịch vụ khác nhau như: du lịch (Bush & Ortinquin, 1986; Evans & Chon, 1990; Uysal và cộng sự, 1991; Martin, 1995); y tế (Cunningham & Gaeth, 1989; Nitse & Bush, 1993); giáo dục (Alberty & Mihalik, 1989); ngân hàng (Ennew và cộng sự, 1993).

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Đo lường các khái niệm

Một nhóm tập trung và phỏng vấn chuyên sâu đã được sử dụng để phát triển danh mục các thuộc tính chất lượng dịch vụ mà cả khách hàng và các nhà cung cấp mạng di động tin tưởng có tầm quan trọng khi sử dụng tại VN. Sau đó, nghiên cứu tiến hành phân tích kết quả phỏng vấn và đề xuất xuất một danh mục gồm 21 thuộc tính chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động ở VN được chia thành 5 thành phần, bao gồm: (1) Chất lượng cuộc gọi (4 thuộc tính); (2) Cấu trúc giá (4 thuộc tính); (3) Dịch vụ gia tăng (04 thuộc tính); (4) Sự thuận tiện (5 thuộc tính); và (5) Dịch vụ khách hàng (4 thuộc tính) làm tiền đề cho nghiên cứu định lượng.

Một bảng câu hỏi định lượng sử dụng các lời bình liên quan đến chất lượng cuộc gọi dựa vào trên thang đo Likert 5 điểm nêu lên những đánh giá của khách hàng về mức độ quan trọng từ 1 = Không quan trọng; 2 = Ít quan trọng; 3 = Trung bình; 4 = Khá quan trọng; 5 = Rất quan trọng; và mức độ thực hiện sau khi sử dụng dịch vụ mạng điện thoại di động, từ 1 = Rất không đồng ý; 2 = Không đồng ý lắm; 3 = Trung dung; 4 = Khá đồng ý; 5 = Rất đồng ý.

3.2. Đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu đã lựa chọn một mẫu thuận tiện theo học viên nam và nữ và không theo tỉ lệ. Nguyên tắc chọn mẫu dựa vào số lượng học viên các lớp tại chức đang sử dụng dịch vụ mạng điện thoại di động trả lời bảng câu hỏi, sau đó yêu cầu họ lấy phiếu tại gia đình (những người có sử dụng dịch vụ mạng điện thoại di động) ở ba thành phố phía Nam của VN (Nha Trang, Hồ Chí Minh, Cần Thơ). Kích thước dự tính là 900. Sau khi thu thập và kiểm tra, 65 bảng bị loại bỏ do có nhiều ô trống. Cuối cùng 835 bảng câu hỏi hoàn tất được sử dụng phân tích trong phần mềm SPSS 16.0.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích mô tả mẫu nghiên cứu Bảng 1 cho thấy: Số người được hỏi là nam giới chiếm gần 60%; Độ tuổi của các khách hàng trả lời dao động trong khoảng 19 đến 65 chiếm 75%; Khách hàng có trình độ học vấn từ trung cấp trở lên chiếm 66%; Khách hàng sử dụng mạng điện thoại Viettel là nhiều nhất chiếm 37%. Trong số khách hàng được hỏi có

khoảng 60% trả lời có thu nhập trung bình dưới 5 triệu đồng/ tháng; chi tiêu hàng tháng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ điện thoại di động dao động trong khoảng 100.000 đồng đến 300.000 đồng; khách hàng là công chức và nhân viên kinh doanh vẫn chiếm tỷ lệ cao nhất trên 60%. Khoảng 49% khách hàng hiện nay đang sử dụng thuê bao trả trước.

Bảng 2 trình bày điểm trung bình và độ lệch chuẩn của 21 thuộc tính phản ánh tầm quan trọng của chúng trong đánh giá chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động cũng như mức độ thực hiện. Các giá trị trung bình được sắp xếp từ cao tới thấp cho mỗi thuộc tính phản ánh chất lượng dịch vụ đối với các biến ẩn. Trong số đó, thuộc tính “Chất lượng đàm thoại rõ ràng” có điểm trung bình quan trọng cao nhất (4,49) trong khi thuộc tính “Chiết khấu cao cho khách hàng thanh toán sớm” có điểm trung bình quan trọng thấp nhất (3,49). Trong khi đó, thuộc tính “Chất lượng đàm thoại rõ ràng” có điểm trung bình

thực hiện cao nhất (4,17) trong khi thuộc tính “Chiết khấu cao cho khách hàng thanh toán sớm” có điểm trung bình thực hiện thấp nhất (3,28).

* M = Điểm trung bình; SD = Độ lệch chuẩn;

* 1 = Không quan trọng; 2 = Ít quan trọng;

3 = Trung bình; 4 = Khá quan trọng; 5 = Rất quan trọng

* 1 = Rất không đồng ý; 2 = Không đồng ý lắm;

3 = Trung dung; 4 = Khá đồng ý; 5 = Rất đồng ý

Nghiên cứu đã tiến hành kiểm định t cho giá trị sự khác nhau giữa mức độ quan trọng và mức độ thực hiện của các thuộc tính trong đánh giá chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động. Kết quả kiểm định (Bảng 3) cho thấy có sự khác biệt ở mức ý nghĩa thống kê ($p < 0,05$) giữa mức độ quan trọng của các thuộc tính nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động và mức độ thực hiện các thuộc tính đó. Sự khác nhau có ý nghĩa thống kê của 17/ 21 thuộc tính bao gồm: chất lượng đàm thoại rõ

Bảng 1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Biến quan sát	Tần suất	Tỷ lệ (%)	Biến quan sát	Tần suất	Tỷ lệ (%)
Giới tính			Thu nhập bình quân		
Nam	489	59	Dưới 5 triệu VND	496	59
Nữ	346	41	Từ 5 đến 10 triệu VND	207	25
Tuổi			Trên 10 triệu VND	132	16
Dưới 18 tuổi	135	16	Chi tiêu hàng tháng cho dịch vụ mạng điện thoại di động		
Từ 19 đến 35 tuổi	357	43	Dưới 100.000 VND	211	25
Từ 36 đến 65 tuổi	268	32	Từ 100.000 đến 300.000 VND	487	58
Trên 65 tuổi	75	9	Trên 300.000 VND	137	16
Trình độ học vấn			Nghề nghiệp		
Đại học và Sau đại học	223	27	Sinh viên	169	20
Cao đẳng và trung cấp	327	39	Công chức nhà nước	299	36
PTTH	245	29	Nhân viên kinh doanh	211	25
Khác	40	5	Nội trợ	156	19
Mạng đang sử dụng			Thuê bao		
VinaPhone	217	26	Trả trước	411	49
MobiFone	201	24	Trả sau	319	38
Viettel	312	37	Cả trước và sau	105	13
Hai mạng trở lên	95	11			
Khác	10	1			

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả năm 2012

Bảng 2. Tâm quan trọng và mức độ thực hiện của các thuộc tính trong đánh giá chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động

Các khía cạnh của chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động	Mức độ quan trọng		Mức độ thực hiện	
	M	SD	M	SD
Chất lượng cuộc gọi				
Chất lượng đàm thoại rõ ràng	4,49	0,792	4,17	0,876
Không bị rớt mạng	4,37	0,881	4,16	0,882
Phạm vi phủ sóng rộng khắp	4,36	0,857	4,11	0,945
Chất lượng đàm thoại trên địa bàn thành phố XYZ ổn định	4,21	0,944	3,87	0,988
Cấu trúc giá				
Giá cước phù hợp	4,15	0,931	3,72	0,972
Dễ dàng lựa chọn loại giá cước	3,72	1,090	3,64	0,966
Giá cước đa dạng theo dịch vụ	3,70	1,021	3,62	1,036
Chiết khấu cao cho khách hàng thanh toán sớm	3,49	1,152	3,28	1,064
Dịch vụ gia tăng				
Hướng dẫn sử dụng dịch vụ rõ ràng	3,97	0,988	3,74	0,986
Luôn được cập nhật	3,93	1,015	3,72	0,981
Có nhiều loại hình dịch vụ gia tăng	3,58	1,102	3,63	1,019
Thuận tiện sử dụng các dịch vụ gia tăng	3,59	1,016	3,53	0,938
Sự thuận tiện				
Thủ tục hòa mạng dễ dàng	4,25	0,895	4,11	0,890
Thời gian khắc phục sự cố dịch vụ nhanh chóng	4,26	0,927	4,05	0,911
Thủ tục cắt - mở mạng, thay SIM, đóng cước thuận tiện	4,13	0,967	3,80	0,911
Nhân viên làm thủ tục thân thiện	4,11	1,974	3,79	0,968
Các cửa hàng hoạt động có giờ giấc phù hợp	3,80	1,016	3,77	2,020
Dịch vụ khách hàng				
Có nhiều điểm hỗ trợ khách hàng	4,03	0,943	3,92	0,916
Nhân viên tiếp nhận thông tin thân thiện	4,06	0,984	3,80	0,948
Dễ dàng gọi vào tổng đài giải đáp	3,99	1,035	3,75	1,013
Thời gian giải quyết khiếu nại chưa nhanh	3,74	1,020	3,62	0,959

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả năm 2012

Ghi chú: Điểm trung bình được tính toán dựa trên thang điểm Likert 5

* M = Điểm trung bình; SD = Độ lệch chuẩn;

* 1 = Không quan trọng; 2 = Ít quan trọng; 3 = Trung bình; 4 = Khá quan trọng; 5 = Rất quan trọng

* 1 = Rất không đồng ý; 2 = Không đồng ý lắm; 3 = Trung dung; 4 = Khá đồng ý; 5 = Rất đồng ý

Bảng 3. Sự khác nhau của tầm quan trọng và mức độ thực hiện của các thuộc tính trong đánh giá chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động

Các khía cạnh của chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động	Mức độ quan trọng		Mức độ thực hiện		MD	Thống kê t	Mức ý nghĩa	Khoảng tin cậy 95%	
	M	SD	M	SD				L	U
Chất lượng cuộc gọi (Q)									
Chất lượng đàm thoại rõ ràng	4,49	0,792	4,17	0,876	-0,32	8,930	0,000	0,239	0,374
Không bị rớt mạng	4,37	0,881	3,87	0,988	-0,50	11,366	0,000	0,415	0,588
Phạm vi phủ sóng rộng khắp	4,36	0,857	4,11	0,945	-0,25	5,727	0,000	0,151	0,308
Chất lượng đàm thoại trên địa bàn thành phố XYZ ổn định	4,21	0,944	4,16	0,882	-0,05	0,699	0,485	-0,046	0,096
Cấu trúc giá (P)									
Giá cước phù hợp	4,15	0,931	3,72	0,972	-0,43	10,917	0,000	0,387	0,557
Dễ dàng lựa chọn loại giá cước	3,72	1,090	3,62	1,036	-0,10	2,066	0,039	0,004	0,176
Giá cước đa dạng theo dịch vụ	3,70	1,021	3,64	0,966	-0,06	0,211	0,833	-0,077	0,095
Chiết khấu cao cho khách hàng thanh toán sớm	3,49	1,152	3,28	1,064	-0,21	5,155	0,000	0,145	0,324
Dịch vụ gia tăng (V)									
Hướng dẫn sử dụng dịch vụ rõ ràng	3,97	0,988	3,72	0,981	-0,25	6,035	0,000	0,174	0,341
Luôn được cập nhật	3,93	1,015	3,74	0,986	-0,19	4,144	0,000	0,094	0,262
Có nhiều loại hình dịch vụ gia tăng	3,58	1,102	3,63	1,019	0,05	-1,332	0,183	-0,138	0,026
Thuận tiện sử dụng các dịch vụ gia tăng	3,59	1,016	3,53	0,938	-0,06	1,026	0,305	-0,039	0,124
Sự thuận tiện (C)									
Thủ tục hòa mạng dễ dàng	4,25	0,895	4,11	0,890	-0,14	4,181	0,000	0,081	0,224
Thời gian khắc phục sự cố dịch vụ nhanh chóng	4,26	0,927	3,77	2,020	-0,49	6,676	0,000	0,369	0,676
Thủ tục cắt - mở mạng, thay SIM, đóng cước thuận tiện	4,13	0,967	4,05	0,911	-0,08	2,166	0,031	0,008	0,172
Nhân viên làm thủ tục thân thiện	4,11	1,974	3,80	0,911	-0,31	3,697	0,000	0,130	0,424
Các cửa hàng hoạt động có giờ giấc phù hợp	3,80	1,016	3,79	0,968	-0,01	4,181	0,000	-0,086	0,078
Dịch vụ khách hàng (S)									
Nhân viên tiếp nhận thông tin thân thiện	4,06	0,984	3,92	0,916	-0,14	2,378	0,018	0,016	0,172
Có nhiều điểm hỗ trợ khách hàng	4,03	0,943	3,80	0,948	-0,23	5,728	0,000	0,159	0,324
Dễ dàng gọi vào tổng đài giải đáp	3,99	1,035	3,75	1,013	-0,24	4,882	0,000	0,126	0,296
Thời gian giải quyết khiếu nại chưa nhanh	3,74	1,020	3,62	,959	-0,12	2,618	0,009	0,029	0,202

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả năm 2012

Ghi chú: * M = Trung bình; SD = Độ lệch chuẩn; MD = Khác biệt trung bình; L= Dưới; U = Trên.

ràng; không bị rớt mạng; phạm vi phủ sóng rộng khắp; giá cước phù hợp; chiết khấu cao cho khách hàng thanh toán sớm; dễ dàng lựa chọn loại giá cước; Hướng dẫn sử dụng dịch vụ rõ ràng; luôn được cập nhật; thủ tục hòa mạng dễ dàng; thủ tục cắt - mở mạng, thay SIM, đóng cước thuận tiện; nhân viên làm thủ tục thân thiện; các cửa hàng hoạt động có giờ giấc phù hợp; thời gian giải quyết khiếu nại chưa nhanh; dễ dàng gọi vào tổng đài giải đáp; có nhiều điểm hỗ trợ khách hàng; nhân viên tiếp nhận thông tin thân thiện. Đối với các thuộc tính chất lượng này, khách hàng đánh giá nó có tầm quan trọng cao nhưng mức độ thực hiện thấp hơn. Trong khi đó, sự khác biệt giá trị này của 4 thuộc tính: (1) Chất lượng đàm thoại trên địa bàn thành phố XYZ ổn định; (2) giá cước đa dạng theo dịch vụ; (3) có nhiều loại hình dịch vụ gia tăng; và (4) thuận tiện sử dụng các dịch vụ gia tăng là không có ý nghĩa thống kê.

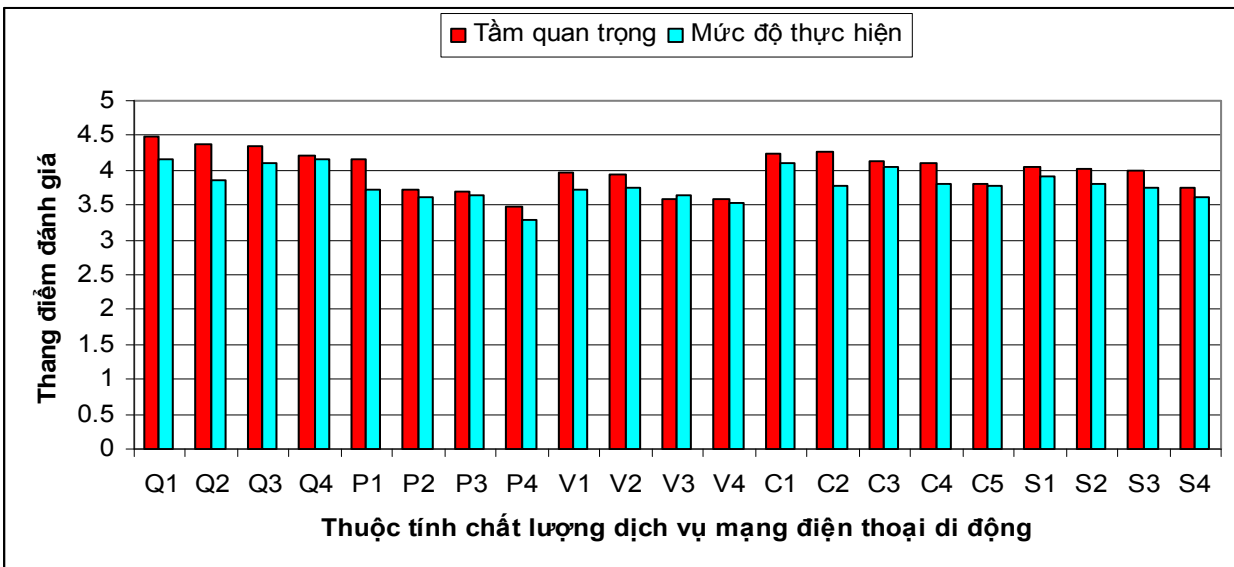
Sử dụng mô hình IPA để biểu diễn giá trị trung bình (mức độ quan trọng và mức độ thực hiện) của các thuộc tính chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động lên đồ thị cho ta thấy rằng hầu hết các thuộc tính chất lượng đều nằm trong vùng B, tức là vùng cần tiếp tục duy trì công việc. Tuy nhiên, kết quả Bảng 3 và Hình 1 đã cho thấy rằng mặc dù các thuộc tính chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động được khách hàng đánh giá mức độ quan trọng khá

cao (từ 3,49 đến 4,49) tuy nhiên mức độ thực hiện các thuộc tính chất lượng là thấp hơn (từ 3,28 đến 4,17). Điều này có nghĩa rằng những cảm nhận về chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động mà khách hàng nhận được thấp hơn so với kỳ vọng ban đầu của họ.

4.2. Thảo luận các kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng trong các thuộc tính cấu thành nên chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động, chất lượng cuộc gọi được khách hàng đánh giá có tầm quan trọng cao nhất. Điểm trung bình tầm quan trọng của 4 chỉ báo đo lường cho biến “Chất lượng cuộc gọi” là 4,365. Trong khi đó, điểm trung bình tầm quan trọng của 4 chỉ báo “Cấu trúc giá” và “Dịch vụ gia tăng” là thấp nhất (khoảng 3,76). Điều này hàm ý: Chiến lược kinh doanh chỉ tập trung vào giá và xúc tiến của các nhà mạng hiện nay cần thiết phải được xem xét lại.

Thêm vào đó, khoảng cách giữa điểm trung bình của mức độ quan trọng và mức độ thực hiện đối với các thuộc tính phản ánh “Chất lượng cuộc gọi” là cao nhất. Kết quả cho thấy mặc dù khách hàng cho rằng mức độ quan trọng của các thuộc tính phản ánh chất lượng cuộc gọi trong chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động là cao nhưng mức độ thực hiện (giá trị khách hàng nhận được) không tương xứng. Đây là một điểm yếu cần được các nhà mạng quan tâm trong thời gian tới thông qua các giải pháp khắc



Hình 1. Sự khác nhau của tầm quan trọng và mức độ thực hiện của các thuộc tính trong đánh giá chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động

phục để nâng cao chất lượng dịch vụ.

Đi sâu vào phân tích các thuộc tính cụ thể, nghiên cứu chỉ ra rằng với các giá trị $SD=-0,50$, $t=11,366$, $p<0,000$, thuộc tính “Không bị rút mạng” có khoảng chênh lệch giữa mức độ quan trọng và mức độ thực hiện lớn nhất. Đây được xem là nguyên nhân dẫn tới khách hàng không thực sự hài lòng với chất lượng dịch vụ mạng di động. Thêm nữa, các thuộc tính: Thời gian khắc phục sự cố dịch vụ nhanh chóng ($SD=-0,49$; $t=6,676$, $p<0,000$); Giá cước phù hợp ($SD=-0,43$, $t=10,917$, $p<0,000$); Nhân viên làm thủ tục thân thiện ($SD=-0,31$, $t=3,697$, $p<0,000$); và Chất lượng đàm thoại rõ ràng ($SD=-0,32$, $t=8,93$, $p<0,000$) cũng là những chỉ tiêu điển hình giúp chỉ ra những điểm yếu trong chất lượng dịch vụ mạng di động, yếu tố góp phần làm giảm sự hài lòng của khách hàng.

5. Hàm ý, ứng dụng và kết luận

Kết quả của nghiên cứu này cần nhận được sự quan tâm bởi các nhà cung cấp dịch vụ mạng điện thoại di động tại VN nhằm phát triển các chiến lược quản lý chất lượng và tiếp thị có hiệu quả. IPA được xem là một công cụ để theo dõi định kỳ nhằm phát hiện bất kỳ sự thay đổi trong quá trình cung cấp các dịch vụ ảnh hưởng đến lợi ích của khách hàng. Ngoài ra, một trong những tác động đến hiệu quả quản lý của phương pháp này là nó cho phép các doanh nghiệp kinh doanh biết được đâu là những thuộc tính mà khách hàng quan tâm nhất để từ đó chuyển hướng các nguồn lực và phân bổ có hiệu quả theo đề nghị của khách hàng.

Các kết quả đo lường từ kỹ thuật IPA giúp các nhà mạng xác định các điểm mạnh, điểm yếu bằng cách so sánh hai tiêu chuẩn dùng để đưa ra quyết định lựa chọn của khách hàng. Thông qua phân tích IPA các dữ liệu đưa ra trong đồ thị xác định tầm quan trọng và sự thực hiện là dễ hiểu cho các nhà mạng. Thêm vào đó, kỹ thuật này sẽ bao quát toàn bộ các thuộc tính chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực mạng điện thoại di động, điều này sẽ cho phép các nhà quản lý doanh nghiệp có cái nhìn toàn diện hơn về toàn bộ các dịch vụ cung cấp cho khách hàng. Vì thế, trên cơ sở các kết quả đánh giá từ mô hình IPA, nhà mạng cần có những giải pháp thích hợp để phân bổ nguồn lực hợp lý nhằm nâng cao hiệu quả trong việc cung cấp dịch vụ tốt hơn cho khách hàng.

Hơn nữa, thông tin phản hồi từ khách hàng cho phép doanh nghiệp hiểu hơn thực trạng cung cấp dịch vụ của mình để từ đó có những điều chỉnh cần thiết. Hiện nay, trong điều kiện ngân sách nghiên cứu của doanh nghiệp còn hạn chế, sức ép thời gian và không tinh thông các phần mềm xử lý phức tạp, cũng như dễ dàng sử dụng phương pháp mà không cần một kỹ năng thống kê cần thiết trong phân tích yếu tố, hoặc mở rộng phân tích với quy mô đa chiều, IPA có thể xem là công cụ hữu hiệu giúp doanh nghiệp thu thập thông tin đánh giá chất lượng dịch vụ có hiệu quả. Tác giả cho rằng đây là một công cụ cần xem xét trong việc đo lường và đánh giá các thuộc tính chất lượng dịch vụ mạng điện thoại di động tại VN. Việc phân tích các dữ liệu trong khung IPA thực sự dễ hiểu hơn cho các nhà quản lý doanh nghiệp và cũng giúp tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình lập kế hoạch chiến lược quản lý chất lượng dịch vụ có hiệu quả.

Tuy nhiên, IPA vẫn tồn tại điểm hạn chế đó là trong khi kỹ thuật này xem xét sự thực hiện các thuộc tính chất lượng dịch vụ như là khách thể của nghiên cứu, nó đã bỏ qua sự so sánh một cách tương đối sự thực hiện các thuộc tính của chất lượng dịch vụ với các đối thủ cạnh tranh (Burns, 1986). Vì vậy, nghiên cứu tiếp theo cần chỉ ra được những khác nhau trong chất lượng dịch vụ di động của các nhà mạng (thông qua việc so sánh). Như vậy, những đánh giá của khách hàng về một thuộc tính chất lượng sẽ được thực hiện trong môi trường cạnh tranh ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Alberty, S. & Mihalik, B. J. (1989), "The Use of Importance-Performance Analysis as an Evaluative Technique in Adult Education", *Evaluation Review*, 13(1), 33 - 44.
- Barsky, J. D. (1995), "World-Class Customer Satisfaction", *Chicago, IL*, Irwin Publishing.
- Burns, A. C. (1986), "Generating Marketing Strategy Priorities Based on Relative Competitive Position", *Journal of Consumer Marketing*, 3(3), 49 - 56.
- Bush, R. P., & Ortinau, D. J. (1986), "Discriminating First Time and Repeat Patrons of a Ketail Service Hotel Complex: A Case Study", *Marketing in an Environment of Change, SMA Proceedings*, R. L. King (ed), 281 - 285.
- Chadha, S. K., & Kapoor, D. (2009), "Effect of Switching Cost, Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty of Cellular Service Providers in Indian Market", *Journal of Marketing Management*, 8, 56 - 67.
- Choi, C., Kim, C., Sung, N. & Park, Y. (2007), "Evaluating the quality of service in mobile business based on fuzzy set theory", *Fourth International Conference on Fuzzy Systems and Knowledge Discovery, Haiku, China*, August 2007, 483 - 487.
- Cunningham, M. A., & Gaeth, G. J. (1989), "Using Importance-Performance Analysis to Assess Patients Decisions to Seek Care in a Dental School Clinic", *Journal of Dental Education*, 53 (10), 584 - 586.
- Dương Trí Thảo & Nguyễn Hải Biên (2011), "Chất lượng dịch vụ các mạng điện thoại di động tại thành phố Nha Trang", *Tạp chí Khoa học*, số 19a, 109 - 117.
- Evans, M. R., & Chon, K. (1990), "Formulating and Evaluating Tourism Policy Using Importance-Performance Analysis", *Hospitality Education and Research Journal*, 14, 203 - 213.
- Ford, J. B., Joseph, M., & Joseph, B. (1991), "Importance - Performance analysis as a strategic tool for service marketers: the case of service quality perceptions of business students in New Zealand and the USA", *European Journal of Marketing*, 27(2), 59 - 70.
- Jeong, M., & Oh, H. (1998), "Quality function deployment: An extended framework for service quality and customer satisfaction in the hospitality industry", *Hospitality Management*, 17, 375 - 390.
- Johnson, W. C., & Sirikit, A. (2002), "Service quality in the Thai telecommunication industry: a tool for achieving a sustainable competitive advantage", *Management Decision*, 40(7), 693 - 701.
- Kim, H. (2000), "The Churn Analysis and Determinants of Customer Loyalty in Korean Mobile Phone", *Korean Information Society Review*, 1, 1 - 18.
- Kim, M. K. (2004), "The Effects of Customer Satisfaction and Switching Barrier on Customer Loyalty in Korean Mobile Telecommunication Services", *Telecommunication Policy*, 8, 145 - 159.
- Kim, M. K., Park, M. C., & Jeong, D. H. (2004), "The Effects of Customer Satisfaction and Switching Barrier on Customer Loyalty in Korean Mobile Telecommunication Services", *Telecommunications Policy*, 28(2), 145 - 159.
- Keyt, J. C., Yavas, U., & Riecken, G. (1994), "Importance - Performance Analysis", *International Journal of Retail & Distribution Management*, 22(5), 35 - 40.
- Martilla, J. A., & James, J. C. (1977), "Importance-Performance Analysis", *Journal of Marketing*, 41(1), 13 - 17.
- Nitse, P. S., & Bush, R. P. (1993), "An Examination of Retail Dental Practices versus Private Dental Practices Using an Importance-Performance Analysis", *Health Marketing Quarterly*, 11, 207 - 221.
- Phạm Đức Kỳ & Bùi Nguyên Hùng (2007), "Nghiên cứu mô hình trung thành của khách hàng trong lĩnh vực dịch vụ mạng điện thoại di động tại VN", *Tạp chí Bưu chính viễn thông công nghệ thông tin*, tháng 2 năm 2007.
- Slack, N. (1991), "The Importance-Performance Matrix as a Determinant of Improvement Priority", *International Journal of Operations & Production Management*, 14(1), 59 - 75.
- Uysal, M., Howard, G., & Jamrozy, U. (1991), "An Application of Importance-Performance Analysis to a Ski Resort: A Case Study in North Carolina", *Visions in Leisure and Business*, 10(1), 16 - 25.