

CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA TÍN ĐỘ PHẬT GIÁO KHI ĐẾN CHÙA GIÁC NGỘ TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● NGUYỄN THỊ THIÊN KIỀU

TÓM TẮT:

Trong những trào lưu toàn cầu hóa, các tôn giáo có tác động qua lại và thúc đẩy lẫn nhau, làm cho mỗi tôn giáo tự cải thiện chất lượng về dịch vụ của tôn giáo mình, chùa Giác Ngộ cũng nằm trong xu thế đó. Bài viết nghiên cứu thực trạng mức độ hài lòng của phật tử về chất lượng dịch vụ và đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của tín đồ Phật giáo khi đến chùa Giác Ngộ tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Từ khóa: tôn giáo, phật tử, phật giáo, sự hài lòng, tín đồ phật giáo, chùa Giác Ngộ.

1. Đặt vấn đề

Hoạt động tôn giáo phần lớn là hoạt động tinh thần mang tính xã hội phối hợp với các yếu tố tâm linh, cho nên khi làm việc này thứ nhất, tín đồ giảm đi những căng thẳng, bỏ qua những phiền muộn, lo âu trong đời để tinh thần lạc quan hơn, tích cực hơn trong cuộc sống; thứ hai là sự tương tác giữa hoạt động tôn giáo với quần chúng, giữa các tu sĩ với tín đồ, sẽ làm cho tín đồ được định hướng, dẫn dắt; thứ ba là giá trị xã hội, những hành động thiết thực thông qua các hoạt động lễ nghi tôn giáo để vận động tín đồ tôn giáo thực hiện xây dựng nếp sống văn hóa, văn minh trong mọi ứng xử, trong các mối quan hệ, cộng đồng là cơ sở quan trọng nhất. Công tác hoằng pháp

thuyết giảng để hướng dẫn, vận động tín đồ Phật tử thực hiện nếp sống văn minh, hạn chế các hoạt động mê tín dị đoan, tránh những sai lầm trong ứng xử, làm chủ được tâm, chuyển đổi được đời sống nội tâm, để được an vui, hạnh phúc cho mình và người.

Vai trò của người hướng dẫn Phật pháp là qua lời Phật dạy trong các Kinh, chia sẻ những chân lý cao đẹp đến mọi người, hướng dẫn mọi người tu học đúng chánh pháp, giúp Phật tử có chánh kiến, có tư duy, có khả năng giải quyết mọi vấn nạn trong kiếp sống hiện tại này, đạt được giá trị hạnh phúc cho bản thân và gia đình. Sự hài lòng của tín đồ và các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ tôn giáo có mối liên hệ chặt chẽ với nhau. Do

đó, nếu Phật tử hài lòng về các dịch vụ tôn giáo của chùa, cũng có nghĩa là người cung cấp dịch vụ (tăng đoàn chùa Giác Ngộ) cũng hài lòng về chất lượng dịch vụ của mình, làm sao để quần chúng Phật tử đạt được giá trị hạnh phúc, chính là mục tiêu cao quý của tăng đoàn chùa Giác Ngộ. Trong Phật giáo, giá trị phục vụ là xóa nỗi khổ, ban niềm vui, xây dựng tình người. Vì vậy, nâng cao sự hài lòng của tín đồ Phật tử có tầm quan trọng đối với chùa trong việc duy trì và phát triển dịch vụ ở hiện tại và trong tương lai.

Theo quan điểm của đạo Phật, đây là loại dịch vụ tôn giáo (dịch vụ tinh thần) mà các vị Tăng sĩ qua việc truyền bá chánh pháp, chia sẻ những chân lý cao đẹp đến những người có hữu duyên với đạo Phật, nhằm mang lại an vui và hạnh phúc cho mọi người. Dịch vụ này ra đời không phải ở cửa hàng, doanh nghiệp, công ty, mà là ở nơi có không gian tâm linh như là nhà chùa, nơi để tín đồ đến để sinh hoạt, liên hệ đến yếu tố tín ngưỡng và tâm linh. Hoạt động tín ngưỡng của nhà chùa chịu sự quản lý và bảo hộ của Nhà nước (nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam) và Giáo hội Phật giáo Việt Nam. Dịch vụ tôn giáo như là “một sản phẩm tâm linh” được cung cấp bởi những nhà tâm linh, không gian tâm linh, đối tượng được hưởng dịch vụ tinh thần đó chính là những khách đi chùa hay tín đồ Phật tử. Dịch vụ này không mang yếu tố kinh tế, nhưng có giá trị phục vụ, trong Phật giáo giá trị phục vụ là xóa nỗi khổ, ban niềm vui, xây dựng tình người. Trách nhiệm đạo đức của người tu sĩ là làm sao đem dịch vụ đó đến người Phật tử nhanh nhất, đáp ứng cho người đang có nhu cầu. Phật tử khi làm tốt được cuộc sống của họ thì tự động niềm tin trong quần chúng được gia tăng, sẽ tạo ra hệ quả về niềm tin của tín đồ đối với chùa, làm tăng trưởng số lượng tín đồ đến chùa.

Những hoạt động tín ngưỡng của ngôi chùa đều tuân thủ Hiến chương của Giáo hội Phật giáo Việt Nam và pháp luật Nhà nước. Tùy theo mô hình của từng nhà chùa sẽ có những hoạt động tôn giáo phù hợp với ngôi chùa đó, mỗi một ngôi chùa đều có phương pháp riêng. Qua tham khảo ý kiến của

một số chùa cho thấy mô hình hoàng pháp của các chùa có khác, nhưng mục tiêu đều giống nhau đó là hướng dẫn Phật tử tu học đúng chánh pháp, làm tốt được cuộc sống của người Phật tử, giúp họ có chánh kiến để nhận diện sự vô thường, hạnh phúc hay khổ đau của kiếp người đều do chính con người tạo ra, do đó tự thân phải nỗ lực phấn đấu vươn lên, thay đổi nhận thức trong tâm để có an vui, hạnh phúc ngay trong cuộc sống này.

Các dịch vụ tôn giáo phổ biến của chùa như: lễ cầu an, cầu siêu và thuyết giảng Phật pháp.

- Thực hiện lễ cầu an: Tín đồ nghĩa là cầu an để được an tâm, hạnh phúc, sẽ được hết bệnh, đạt được những gì theo sự cầu nguyện của họ, khi tham gia khóa lễ cầu an gia chủ (Phật tử) sẽ được hài lòng.

- Thực hiện lễ cầu siêu: Cũng vậy, khi tín đồ có người thân qua đời về mặt tinh thần họ cảm thấy mình không tròn bổn phận lúc người thân còn sống, cảm giác khổ đau dày vò, họ nghĩ là cầu siêu với hình thức dâng các thực phẩm và đồ dùng,... Họ sẽ an tâm, hương linh người thân của mình sẽ hết buồn, hết khổ, khi tham gia khóa lễ gia chủ (Phật tử) sẽ được hài lòng.

- Về hoạt động thuyết giảng Phật pháp, có nhà chùa có thuyết giảng, nhưng cũng có chùa không có thuyết giảng. Các trung tâm thuyết giảng lớn tại Thành phố Hồ Chí Minh có thể kể đến như: chùa Hoằng Pháp, chùa Xá Lợi, chùa Ấn Quang, chùa Giác Ngộ,...

Dựa vào mô hình Parasuraman 5 thang đo với 5 thành tố bao gồm: sự tin cậy, sự đáp ứng, phương tiện hữu hình, sự đảm bảo và sự cảm thông để làm tiêu chí đo lường thực trạng mức độ hài lòng của Phật tử về chất lượng dịch vụ tôn giáo [1]. Cho đến nay, theo chủ quan, tác giả chưa tìm thấy các nghiên cứu liên quan đến nâng cao chất lượng dịch vụ tâm linh của các chùa tại Việt Nam. Đặc biệt, chưa có một nghiên cứu nào về lĩnh vực này tại chùa Giác Ngộ. Do vậy, việc nghiên cứu các giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của tín đồ Phật tử khi đến chùa Giác Ngộ là cần thiết, cũng như mang nhiều ý nghĩa khoa học và thực tiễn.

2. Thực trạng mức độ hài lòng của Phật tử về chất lượng dịch vụ tôn giáo tại chùa Giác Ngộ

Dựa vào 5 thành tố trong mô hình Parasuraman, tiêu chí đánh giá thực trạng mức độ hài lòng của Phật tử về chất lượng dịch vụ tôn giáo tại chùa Giác Ngộ như sau:

- Phương tiện hữu hình: Mức độ hài lòng của Phật tử đối với yếu tố sự phương tiện hữu hình ở mức rất tốt với $M = 4.09$. Trong đó, biến TA3 - Kinh sách, băng đĩa được thiết kế với những mẫu mã đẹp, thu hút sự quan tâm của Phật tử được đánh giá ở mức tốt.

- Sự tin cậy: Mức độ hài lòng của Phật tử đối với yếu tố độ tin cậy ở mức cao ($M > 3$), điểm trung bình nhân tố = 3.26. Trong đó, các biến RE3 - Phật tử đến chùa được hưởng nhiều dịch vụ tôn giáo như: hoạt động hoằng pháp, hoạt động văn hóa, hoạt động tâm linh, hoạt động từ thiện xã hội và RE4 - Phật tử đến chùa học hiểu được thuyết nhân quả và tái sinh được đánh giá ở mức trung bình khá.

- Sự đảm bảo: Mức độ hài lòng của Phật tử đối với yếu tố sự đảm bảo ở mức trung bình khá với $M = 3.31$. Trong đó, biến AS2 - Khi đáp ứng các dịch vụ tôn giáo, tăng đoàn thể hiện sự nhiệt tâm, lịch sự và trọng thị được đánh giá ở mức trung bình.

- Sự đáp ứng: Mức độ hài lòng của Phật tử đối với yếu tố mức độ đáp ứng ở mức tốt với $M = 3.95$. Trong đó, biến RS1 - Tăng đoàn trong chùa luôn thân thiện và giúp cho Phật tử lựa chọn dịch vụ tôn giáo thích hợp được đánh giá ở mức rất tốt.

- Sự thông cảm: Mức độ hài lòng của Phật tử đối với yếu tố sự thông cảm ở mức trung bình khá với $M = 3.38$. Trong đó, các biến EM2 - Tăng đoàn chú trọng đến việc tạo điều kiện thuận lợi cho Phật tử trong các khóa lễ và EM4 - Tăng đoàn thấu hiểu nhu cầu, nguyện vọng, tâm tư của Phật tử nhằm giúp họ đạt được lý tưởng “lợi mình, lợi người” được tín đồ đánh giá ở mức trung bình khá với M lần lượt là 3.44 và 3.31.

3. Các giả thuyết và mô hình nghiên cứu sự hài lòng của tín đồ Phật tử về chất lượng dịch vụ tôn giáo tại chùa Giác Ngộ

Các giả thuyết của mô hình nghiên cứu sự hài

lòng của tín đồ Phật tử về chất lượng dịch vụ tôn giáo tại chùa Giác Ngộ bao gồm:

H1: Độ tin cậy của dịch vụ được tín đồ đánh giá càng cao thì sự hài lòng của tín đồ đối với dịch vụ càng lớn và ngược lại. Hay nói cách khác, nhân tố tin cậy và sự hài lòng của tín đồ có quan hệ cùng chiều.

H2: Khả năng đáp ứng của dịch vụ được tín đồ đánh giá càng cao, sự hài lòng của tín đồ đối với dịch vụ càng lớn và ngược lại. Hay nói cách khác, nhân tố khả năng đáp ứng và sự hài lòng của tín đồ có quan hệ cùng chiều.

H3: Sự đảm bảo của dịch vụ được tín đồ đánh giá càng cao, sự hài lòng của tín đồ đối với dịch vụ càng lớn và ngược lại. Hay nói cách khác, nhân tố sự đảm bảo và sự hài lòng của tín đồ có quan hệ cùng chiều.

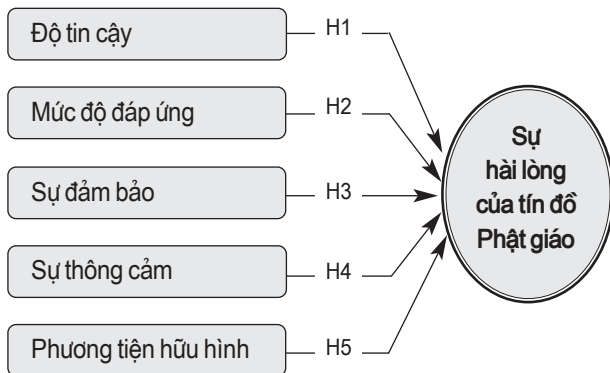
H4: Sự cảm thông của dịch vụ được tín đồ đánh giá càng cao, sự hài lòng của tín đồ đối với dịch vụ càng lớn và ngược lại. Hay nói cách khác, nhân tố sự cảm thông và sự hài lòng của tín đồ có quan hệ cùng chiều.

H5: Phương tiện hữu hình của dịch vụ được tín đồ đánh giá càng cao, sự hài lòng của tín đồ đối với dịch vụ càng lớn và ngược lại. Hay nói cách khác, nhân tố phương tiện hữu hình và sự hài lòng của tín đồ có quan hệ cùng chiều.

Trên mô hình sự hài lòng của Parasuraman, tác giả sử dụng mô hình sau đây để nghiên cứu sự hài lòng của tín đồ đối với chất lượng dịch vụ tôn giáo tại chùa Giác Ngộ. Để phù hợp giữa việc áp dụng thực tế với loại hình dịch vụ tôn giáo, tác giả bỏ qua một số biến trong mô hình nghiên cứu như là các nhân tố tình huống, các nhân tố cá nhân, chất lượng sản phẩm và giá cả. (Hình 1)

Việc đo lường sự hài lòng tín đồ Phật tử về chất lượng dịch vụ tôn giáo, nghiên cứu này sử dụng thang đo SERVPERF 5 nhân tố của Cronin và Taylor với 20 biến quan sát và chỉ đo sự hài lòng của người được hỏi (tín đồ), không đo sự kỳ vọng [2]. Vì theo Cronin và Taylor, chất lượng dịch vụ được phản ánh tốt nhất bởi chất lượng cảm nhận mà không cần có chất lượng kỳ vọng.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Tác giả đề xuất

Mô hình tổng quát được thể hiện trong hình sau:

$$SA_{it} = \beta_0 + \beta_1 RE_{it} + \beta_2 RS_{it} + \beta_3 AS_{it} + \beta_4 EM_{it} + \beta_5 TA_{it} + \varepsilon_{it}$$

Trong đó:

SA_{it} : biến phụ thuộc đại diện cho sự hài lòng của tín đồ Phật giáo

RE : độ tin cậy

RS : khả năng đáp ứng

AS : sự đảm bảo

EM : sự cảm thông

TA : phương tiện hữu hình

i : ký hiệu cho chùa Giác Ngộ

t : ký hiệu cho năm

ε_{it} : sai số theo không gian và thời gian

4. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành với 2 hình thức, bao gồm nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng.

Nghiên cứu định tính đặc trọng tâm vào việc nghiên cứu thực trạng mức độ hài lòng của Phật tử về chất lượng dịch vụ của chùa Giác Ngộ, nhằm tạo tiền đề và là nền tảng để điều chỉnh, bổ sung các biến quan sát cho bảng câu hỏi khảo sát mức độ hài lòng của tín đồ đối với chùa Giác Ngộ. Tác giả đã tiến hành hỏi ý kiến chuyên gia gồm những tăng sĩ đại diện cho tăng đoàn. Sau khi hỏi ý kiến các chuyên gia, đã loại bỏ một số câu hỏi, cũng như bổ sung thêm một số ý trong bảng câu hỏi. Số câu hỏi khảo sát là 20 câu hỏi.

Nghiên cứu định lượng tiến hành khi thang đo chính thức được xác lập từ nghiên cứu định tính.

Mục đích của việc nghiên cứu định lượng là nhằm thu thập, phân tích dữ liệu khảo sát; sau đó, đánh giá thang đo và kiểm định mô hình lý thuyết cùng các giả thuyết đã đặt ra. Đối tượng khảo sát của nghiên cứu này là các tín đồ đến chùa Giác Ngộ. Mẫu có kích thước là 150 để thu thập dữ liệu. Để đạt được kích thước mẫu là 150. Có 170 phiếu câu hỏi được phát ra.

Bảng câu hỏi được xây dựng gồm 24 phát biểu. Trong đó, có 20 phát biểu về chất lượng dịch vụ tôn giáo tại chùa Giác Ngộ, 4 phát biểu về sự hài lòng của tín đồ. Mỗi câu hỏi được đo lường dựa trên thang đo Likert gồm 5 điểm. Mẫu nghiên cứu được thu thập bằng phương pháp ngẫu nhiên theo sự thuận tiện. Bảng câu hỏi được gửi đến và thu lại từ Phật tử trong các buổi tụng kinh và lễ Phật. Sau khi thu thập, các phiếu khảo sát được xem xét và loại đi những phiếu khảo sát không đạt yêu cầu. Sau đó, mã hóa, nhập liệu và làm sạch dữ liệu bằng SPSS 20.0 [3].

5. Kết quả nghiên cứu

Sau khi bảng câu hỏi được hoàn chỉnh, có 170 phiếu câu hỏi được tác giả phát ra và sau đó, thu về 165 phiếu. Trong số 165 phiếu thu về, có 15 phiếu không hợp lệ do bị thiếu nhiều thông tin và có nhiều ô còn để trống. Kết quả có 150 phiếu khảo sát hợp lệ được sử dụng làm dữ liệu cho nghiên cứu.

Kết quả thống kê cho thấy tín đồ có nghề nghiệp là nội trợ chiếm 41.3%; tín đồ là nhân viên văn phòng và lao động phổ thông chiếm là 24% và 26% tương ứng. Nghề nghiệp khác chiếm 8.7%. Về độ tuổi, tín đồ có độ tuổi từ 40 đến 50 chiếm 47.3%, độ tuổi trên 50 chiếm tỷ lệ thấp nhất với 12%. Về trình độ học vấn, tín đồ có trình độ là đại học chiếm tỷ lệ cao nhất với 56.7%, và thấp nhất là trình độ tốt nghiệp phổ thông với 10%.

Theo đánh giá tổng quan, đa số các biến được đánh giá ở mức tốt, thấp nhất là RE_2 - Tăng đoàn hướng dẫn cho Phật tử cách sống để được an vui, hạnh phúc chỉ đạt 3.15 điểm. Được đánh giá cao nhất là TA_1 - Điện Phật, thiền đường, giảng

đường,... thiết kế riêng biệt với không gian yên tĩnh, rất thích hợp cho việc sinh hoạt Phật pháp đạt 4.33 điểm.

Nghiên cứu có 20 biến quan sát đo lường chất lượng dịch vụ tôn giáo và 4 biến quan sát đo lường sự hài lòng của tín đồ. Cả 2 thang đo chất lượng dịch vụ tôn giáo và thang đo sự hài lòng của tín đồ được đánh giá sơ bộ thông qua công cụ SPSS 20.0, bằng 2 phương pháp: (1) Hệ số tin cậy Cronbach's Alpha; (2) Phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis).

Dựa vào kết quả phân tích, nhận thấy độ tin cậy Cronbach's Alpha của thang đo là 0.844 (> 0.6) nên đảm bảo các biến trong yếu tố này có tương quan với nhau. Và hệ số tương quan tổng biến của tất cả các biến quan sát đều lớn hơn 0.3; nên sự tương quan giữa các biến trong thang đo cao. Như vậy, thang đo của yếu tố "Độ tin cậy" với 4 biến quan sát RE1, RE2, RE3, RE4 đáp ứng độ tin cậy.

Biến mức độ đáp ứng có Cronbach's Alpha của thang đo là 0.675 (> 0.6) nên đảm bảo các biến trong yếu tố này có tương quan với nhau. Và hệ số tương quan tổng biến của tất cả các biến quan sát đều lớn hơn 0.3; nên sự tương quan giữa các biến trong thang đo cao. Như vậy, thang đo của yếu tố "Mức độ đáp ứng" với 3 biến quan sát RS1, RS2, RS3 đáp ứng độ tin cậy.

Biến sự đảm bảo có Cronbach's Alpha của thang đo là 0.742 (> 0.6) nên đảm bảo các biến trong yếu tố này có tương quan với nhau. Và hệ số tương quan tổng biến của tất cả các biến quan sát đều lớn hơn 0.3; nên sự tương quan giữa các biến trong thang đo cao. Như vậy, thang đo của yếu tố "Sự đảm bảo" với 3 biến quan sát AS1, AS2, AS3 đáp ứng độ tin cậy.

Biến sự thông cảm có Cronbach's Alpha của thang đo là 0.895 (> 0.6) nên đảm bảo các biến trong yếu tố này có tương quan với nhau. Và hệ số tương quan tổng biến của tất cả các biến quan sát đều lớn hơn 0.3; nên sự tương quan giữa các biến trong thang đo cao. Như vậy, thang đo của yếu tố "Sự thông cảm" với 4 biến quan sát EM1, EM2, EM3, EM4 đáp ứng độ tin cậy.

Biến phương tiện hữu hình có Cronbach's Alpha của thang đo là 0.811 (> 0.6) nên đảm bảo các biến trong yếu tố này có tương quan với nhau. Và hệ số tương quan tổng biến của tất cả các biến quan sát đều lớn hơn 0.3; nên sự tương quan giữa các biến trong thang đo cao. Như vậy, thang đo của yếu tố "Phương tiện hữu hình" với 5 biến quan sát TA1, TA2, TA3, TA4, TA5 đáp ứng độ tin cậy.

Biến phụ thuộc sự hài lòng của tín đồ có Cronbach's Alpha của thang đo là 0.797 (> 0.6) nên đảm bảo các biến trong yếu tố này có tương quan với nhau. Và hệ số tương quan tổng biến của tất cả các biến quan sát đều lớn hơn 0.3; nên sự tương quan giữa các biến trong thang đo cao. Như vậy, thang đo của yếu tố "Sự hài lòng" với 4 biến quan sát SA1, SA2, SA3, SA4 đáp ứng độ tin cậy.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA các biến độc lập có hệ số KMO = 0.717 (> 0.5), chứng tỏ phân tích nhân tố để nhóm các biến lại với nhau là thích hợp, dữ liệu phù hợp cho phân tích nhân tố. Kết quả kiểm định Bartlett có giá trị Sig. = 0.000 < 0.05 nên các biến trong tổng thể có mối tương quan với nhau.

Từ phương pháp rút trích hệ số Principal component với phép quay Varimax lần thứ nhất có chỉ số Eigenvalues là 1.647 (> 1), đạt yêu cầu nên có 5 nhân tố được rút trích ra từ các biến quan sát, tổng phương sai trích được là 67.077% ($> 50\%$). Như vậy, 5 nhân tố rút trích ra có thể giải thích được 67.077% sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể.

Sau khi phân tích sơ bộ, thu được 5 nhóm nhân tố với các biến quan sát thành phần lần lượt là:

Nhóm 1: Độ tin cậy (RE) gồm 5 biến: RE1, RE2, RE3, RE4, AS1

Nhóm 2: Mức độ đáp ứng (RS) gồm 3 biến: RS1, RS2, RS3

Nhóm 3: Sự đảm bảo (AS) gồm 3 biến: AS2, AS3, AS4

Nhóm 4: Sự thông cảm (EM) gồm 4 biến: EM1, EM2, EM3, EM4

Nhóm 5: Phương tiện hữu hình (TA) gồm 5 biến: TA1, TA2, TA3, TA4, TA5

Biến quan sát AS1 (tăng đoàn hứa điều gì với Phật tử thì thực hiện điều đó đúng thời gian) được gộp chung vào yếu tố độ tin cậy. Vì biến quan sát AS1 được các tín đồ cho rằng phản ánh độ tin cậy khi tín đồ sử dụng dịch vụ, khi tăng đoàn thực hiện đúng lời hứa cũng đồng nghĩa với độ tin cậy sẽ tăng lên. Vì vậy, yếu tố độ tin cậy gồm 5 biến quan sát: RE1, RE2, RE3, RE4, AS1; và yếu tố sự đảm bảo gồm 3 biến quan sát: AS2, AS3, AS4.

Đối với việc phân tích nhân tố khám phá EFA các biến phụ thuộc, ở phần đánh giá độ tin cậy của thang đo, mức độ hài lòng của tín đồ có hệ số Cronbach's Alpha=0.797.

Kiểm định Cronbach's Alpha lần 2 cho thấy, đối với nhân tố "Độ tin cậy", Cronbach's Alpha của thang đo là 0.845 (>0.6) nên đảm bảo các biến trong yếu tố này có tương quan với nhau. Và hệ số tương quan tổng biến của tất cả các biến quan sát đều >0.3; nên sự tương quan giữa các biến trong thang đo cao. Như vậy, thang đo của yếu tố "Độ tin cậy" với 5 biến quan sát RE1, RE2, RE3, RE4, AS1 đáp ứng độ tin cậy. Đối với nhân tố "Sự đảm bảo", Cronbach's Alpha của thang đo là 0.799 (>0.6) nên đảm bảo các biến trong yếu tố này có tương quan với nhau. Và hệ số tương quan tổng biến của tất cả các biến quan sát đều >0.3; nên sự tương quan giữa các biến trong thang đo cao. Như vậy, thang đo của yếu tố "Sự đảm bảo" với 3 biến quan sát AS2, AS3, AS4 đáp ứng độ tin cậy.

Phân tích hồi quy tuyến tính bội cho thấy mô hình xây dựng phù hợp với dữ liệu thu được, cho thấy sự hài lòng của tín đồ về chất lượng dịch vụ tôn giáo tại chùa Giác Ngộ phụ thuộc vào 5 nhân tố. Trong đó, nhân tố phương tiện hữu hình có ảnh hưởng lớn nhất đến chất lượng dịch vụ tôn giáo (Hệ số chuẩn hóa: $\beta = 0.329$), tiếp đến là nhân tố độ tin cậy ($\beta = 0.325$), nhân tố mức độ đáp ứng ($\beta = 0.322$), nhân tố sự đồng cảm ($\beta = 0.310$) và cuối cùng là nhân tố sự đảm bảo ($\beta = 0.278$).

Khi ấy, sự hài lòng của tín đồ khi đến chùa Giác Ngộ, $SA = 0,325*RE + 0,310*EM + 0,329*TA + 0,278*AS + 0,322*RS$.

Như vậy, cả 5 nhân tố bao gồm Độ tin cậy, Sự

thông cảm, Phương tiện hữu hình, Sự đảm bảo, Sự đáp ứng đều có ảnh hưởng tỷ lệ thuận đến sự hài lòng của tín đồ khi đến chùa, hệ số càng lớn thì sự hài lòng càng cao. Trong phương trình hồi quy, nhân tố TA là nhân tố ảnh hưởng nhiều nhất đến sự hài lòng của Phật tử, ảnh hưởng nhiều thứ hai là nhân tố RE, tiếp theo là RS, EM, và ảnh hưởng nhiều thứ 5 là nhân tố AS. Như vậy, giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5 cho mô hình nghiên cứu được chấp nhận.

6. Các giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của tín đồ Phật giáo khi đến chùa Giác Ngộ

Mỗi ngôi chùa đều có phương pháp hoằng pháp riêng, với những mặt mạnh và mặt yếu. Căn cứ vào thực trạng chất lượng dịch vụ của chùa Giác Ngộ, các mặt mạnh và mặt yếu đã được đánh giá dựa vào 5 nhân tố trong mô hình Parasuraman. Với khả năng thực hiện dịch vụ như hiện nay của tăng đoàn chùa Giác Ngộ; đồng thời dựa vào 5 thành tố mô hình Parasuraman, bài báo đề xuất cụ thể các giải pháp liên hệ đến việc tạo ra giá trị phục vụ. Trong Phật giáo, giá trị phục vụ là xóa nỗi khổ và ban niềm vui. Về mức độ hài lòng của Phật tử, với yếu tố tôn giáo nếu thêm nhân tố "giá trị đời sống tinh thần" mới phản ánh hết mức độ hài lòng của Phật tử khi sinh hoạt tại chùa. Vì vậy, để chùa Giác Ngộ phát triển hơn nữa trong tương lai, các giải pháp được đề xuất nhằm giúp tăng Đoàn chùa Giác Ngộ trong việc nâng cao sự hài lòng của tín đồ Phật tử khi đến chùa, giải pháp đề xuất như sau:

6.1. Giải pháp về phát triển các dịch vụ

Chùa Giác Ngộ với mục tiêu cao quý là tạo ra giá trị hạnh phúc cho quần chúng Phật tử. Do đó, chùa Giác Ngộ không ngừng tăng cường phát triển các dịch vụ không chỉ phục vụ cho tín đồ Phật tử trong khu vực, mà cho mọi người dân có nhu cầu tín ngưỡng tâm linh. Để thực hiện mục tiêu này, chùa Giác Ngộ cần thực hiện các vấn đề như sau:

- Tăng đoàn cần đảm bảo khả năng thực hiện tốt các dịch vụ hiện có của chùa, dịch vụ cung cấp phải chất lượng và được sự tin tưởng của mọi người.

- Phát huy thế mạnh về hoạt động hoằng pháp: tiếp tục duy trì các buổi thuyết giảng giáo lý cho

tín đồ Phật tử như chùa đã thực hiện trong những năm qua.

- Phát huy thế mạnh về hoạt động từ thiện xã hội.

- Mở rộng thêm các địa điểm thuyết pháp.

6.2. Giải pháp về quản trị và điều hành

- Phát huy vai trò lãnh đạo của người Trụ trì chùa;

- Đổi mới phong cách lãnh đạo và nâng cao năng lực lãnh đạo. Người lãnh đạo luôn tạo không khí thân tình và tin cậy lẫn nhau, luôn biến công việc thành cuộc chơi vui vẻ nhưng nghiêm chỉnh và tự mình phải gương mẫu. Do đó, mỗi phong cách làm việc đều có những mặt mạnh và mặt yếu, nên trong quản lý một ngôi chùa, vị Trụ trì không nên tuyệt đối hóa một phong cách nào, mà phải biết kết hợp hài hòa, hợp lý giữa các phong cách làm việc để mang lại hiệu quả công việc cao nhất.

6.3. Giải pháp về quản trị nguồn nhân lực

- Thu hút nguồn nhân lực cho chùa thông qua việc thu hút người mới và tạo môi trường tu tốt.

- Công tác đào tạo và phát triển thông qua các hoạt động cụ thể như: luân phiên công việc hay luân chuyển vị trí công tác liên quan đến việc đào tạo chéo; mở rộng nhiệm vụ giao phó cho tăng chúng; tạo tính đa dạng, phong phú trong công việc; trẻ hóa đội ngũ hoằng pháp.

- Tạo động lực làm việc, tạo sự gắn bó.

6.4. Giải pháp về quá trình phục vụ và năng lực phục vụ

- Xây dựng quá trình dịch vụ hợp lý.

- Nâng cao năng lực thực hiện dịch vụ bao gồm:

- + Năng lực phát triển tín đồ Phật giáo;

- + Thực hiện các dịch vụ khác như: hướng dẫn du lịch tâm linh; dịch vụ cung cấp kinh, các sản phẩm tâm linh; hỗ trợ nhân sự; tổ chức triển lãm tranh ảnh Phật giáo, sách Phật giáo; tổ chức cho các nhạc sĩ tham gia hát nhạc đạo gây quỹ từ thiện; dịch vụ tư vấn về lĩnh vực tâm lý; dịch vụ thực hiện lễ truyền thống gia đình cho Phật tử.

6.5. Giải pháp về việc nâng cao hình ảnh của Chùa

- Tuyên truyền và quảng cáo.

- Thực hiện trách nhiệm xã hội.

7. Kết luận

Bài báo nghiên cứu thực trạng và đề xuất giải pháp dựa đồng thời kết hợp cả hai phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Kết quả phân tích cho thấy sự hài lòng của tín đồ Phật tử được tác động bởi 5 nhân tố, gồm: phương tiện hữu hình, sự tin cậy, mức độ đáp ứng, sự cảm thông và sự đảm bảo. Từ đó, bài báo đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của Phật tử khi đến chùa, với 5 nhóm giải pháp về phát triển dịch vụ; về quản trị, điều hành bao gồm phát huy vai trò của người Trụ trì, đổi mới phong cách lãnh đạo và nâng cao năng lực lãnh đạo; về quản trị nguồn nhân lực bao gồm thu hút nhân lực cho chùa, công tác đào tạo và phát triển, tạo động lực làm việc, tạo sự gắn bó; về quá trình phục vụ và năng lực phục vụ bao gồm xây dựng quá trình dịch vụ hợp lý, nâng cao năng lực phục vụ; về việc nâng cao hình ảnh ngôi chùa bao gồm tuyên truyền, quảng cáo và thực hiện trách nhiệm xã hội ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS. Nhà xuất bản Hồng Đức, Thành phố Hồ Chí Minh.
2. A. P. Parasuraman, L. L. Berry, and V. A. Zeithaml (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
3. J. J. Cronin and Jr. S. Taylor (1992). Measuring service quality: A re-examination and extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.

Ngày nhận bài: 5/11/2023

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 21/11/2023

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/12/2023

Thông tin tác giả:

NGUYỄN THỊ THIÊN KIỀU

Tỳ kheo Ni Thích Nữ Giác Hương Hạnh

Chùa Giác Ngộ, Thành phố Hồ Chí Minh

SOLUTIONS TO IMPROVE THE SATISFACTION OF BUDDHISTS WITH GIAC NGO PAGODA'S SERVICE QUALITY

● **NGUYEN THI THIEN KIEU**

Bhikkhuni, Thích Nữ Giác Hương Hạnh
Giac Ngo Pagoda, Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

In the context of globalization, religions interact and promote each other, driving each religion to improve the quality of its own services, and Giac Ngo Pagoda, Ho Chi Minh City is also in that trend. This study explored the current satisfaction of Buddhists with Giac Ngo Pagoda's service quality and proposed solutions to improve the satisfaction of Buddhists when visiting Giac Ngo Pagoda.

Keywords: religion, Buddhists, Buddhism, satisfaction, Buddhists, Giac Ngo Pagoda.