

PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH SỬ DỤNG MẠNG ĐIỆN THOẠI DI ĐỘNG VINAPHONE TẠI VNPT BẾN TRE

● NGUYỄN TẤN ĐẠT - PHẠM VIỆT PHÚC

TÓM TẮT:

Bài viết nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng mạng điện thoại di động Vinaphone trên địa bàn tỉnh Bến Tre. Để thực hiện mục tiêu đó, nghiên cứu đã tiến hành khảo sát 300 khách hàng và thu được 278 phiếu hợp để phân tích. Nghiên cứu sử dụng kỹ thuật phân tích khám phá nhân tố (EFA) và hồi quy nhị phân (Binary Logistic) để dự báo mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng mạng điện thoại di động Vinaphone. Kết quả của nghiên cứu cho thấy 7 nhân tố gồm Chất lượng dịch vụ, Chính sách giá, Thương hiệu, Tính hữu ích, Ảnh hưởng xã hội, Chăm sóc khách hàng, Tính dễ dàng sử dụng tác động đến quyết định sử dụng mạng điện thoại di động Vinaphone. Mô hình hồi quy Binary logistic đã kiểm định được mô hình dự báo với độ chính xác là 76,6%. Từ đó, nghiên cứu xây dựng các hàm ý quản trị để nâng cao quyết định lựa chọn mạng điện thoại di động Vinaphone trên địa bàn tỉnh Bến Tre trong thời gian tới.

Từ khóa: Vinaphone, mạng di động, chất lượng dịch vụ, hồi quy binary logistic.

1. Đặt vấn đề

Dịch vụ viễn thông đang ngày càng phát triển lên đến đỉnh cao và là một trong những dịch vụ quan trọng không chỉ có ý nghĩa về mặt chính trị, đảm bảo an toàn, an ninh quốc gia mà còn là dịch vụ không thể thiếu trong hoạt động sản xuất, sinh hoạt hàng ngày của người dân. Theo Thông tấn xã (2022), Việt Nam hiện có 93,5 triệu thuê bao sử dụng điện thoại thông minh, tỷ lệ người trưởng thành sử dụng điện thoại thông minh tại Việt Nam đạt khoảng 73,5% và mục tiêu đến cuối năm 2022 sẽ nâng tỷ lệ này lên 85%.

Theo số liệu của nhà mạng Vinaphone tại tỉnh Bến Tre chỉ trong 3 năm từ năm 2020 đến hết năm 2022, tình hình phát triển thuê bao trả trước giảm đều qua các năm, cụ thể từ năm 2019 giảm 8,29% còn 299.302 thuê bao, đến năm 2020 tiếp tục giảm

9,86% còn 269.786 thuê bao. Nguyên nhân ảnh hưởng việc giảm thuê bao là từ năm 2021, Chính phủ đã có chỉ đạo yêu cầu các nhà mạng siết chặt thông tin người dùng điện thoại di động theo đúng tinh thần của Nghị định số 49/2017/NĐ-CP về việc chuẩn hóa thông tin thuê bao. Đến năm 2021, số lượng thuê bao trả trước đã có sự tăng trưởng trở lại, tăng 2,78% lên 277.290 thuê bao và tiếp tục giảm 6,89% vào năm 2022. Nguyên nhân do năm 2021 là năm ảnh hưởng nhiều bởi lệnh giãn cách của dịch bệnh Covid-19 nên nhu cầu sử dụng mạng viễn thông di động sẽ cao hơn bình thường. Về doanh thu, kết quả doanh thu giai đoạn 2018 - 2022 cho thấy tình hình doanh thu có chiều hướng đi xuống từ năm 2019. Cụ thể năm 2019 là 226,1 tỷ thì đến năm 2020 chỉ còn 206,3 tỷ đồng, năm 2021 còn 203,8 tỷ đồng và đến năm 2022 chỉ còn 146,9 tỷ đồng. Với

tình trạng doanh thu này đối với sản phẩm thuê bao di động ngày càng giảm so với các năm trước. Đây là bài toán mà Ban Giám đốc Viễn thông Bến Tre cần phải tìm hiểu nguyên nhân và khắc phục để cải thiện doanh thu trong thời gian sắp tới.

Do đó, việc tiến hành nghiên cứu tìm hiểu những thói quen liên quan đến quyết định sử dụng dịch vụ Vinaphone là điều cần thiết, nhằm tìm ra những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh mạng viễn thông Vinaphone trong thời gian tới. Vì vậy, nhóm tác giả đã tiến hành nghiên cứu Nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng mạng điện thoại di động Vinaphone trên địa bàn tỉnh Bến Tre nhằm xây dựng các hàm ý quản trị cho công ty.

2. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

Dựa vào một số mô hình lý thuyết như thuyết nhận thức rủi ro-TPR, Bauer (1960); Thuyết hành động hợp lý -TRA (Theory of Reasoned Action) của Ajzen & Fishbein (1980); Thuyết hành vi dự định -TPB (Theory of Planned Behavior) của Ajzen, I. (1991) và các mô hình nghiên cứu trước của các tác giả về quyết định sử dụng dịch vụ truyền hình số (Nguyễn Thị Thảo, 2021), sử dụng dịch vụ Agribank E-Mobile Banking (Thanh Hùng và Thanh Xuân, 2022; Sakala & Phiri, 2019), nhóm tác giả xây dựng 7 giả thuyết nghiên cứu như sau:

Giả thuyết H1: Thương hiệu có ảnh hưởng tích cực đối với quyết định sử dụng dịch vụ mạng điện thoại di động Vinaphone trên địa bàn tỉnh Bến Tre.

Giả thuyết H2: Tính dễ dàng sử dụng có ảnh hưởng tích cực đối với quyết định sử dụng dịch vụ mạng điện thoại di động Vinaphone trên địa bàn tỉnh Bến Tre.

Giả thuyết H3: Tính hữu ích có ảnh hưởng tích cực đối với quyết định sử dụng dịch vụ mạng điện thoại di động Vinaphone trên địa bàn tỉnh Bến Tre.

Giả thuyết H4: Ảnh hưởng xã hội có ảnh hưởng tích cực đối với quyết định sử dụng dịch vụ mạng điện thoại di động Vinaphone trên địa bàn tỉnh Bến Tre.

Giả thuyết H5: Chính sách giá có ảnh hưởng tích cực đối với quyết định sử dụng dịch vụ mạng điện thoại di động Vinaphone trên địa bàn tỉnh Bến Tre.

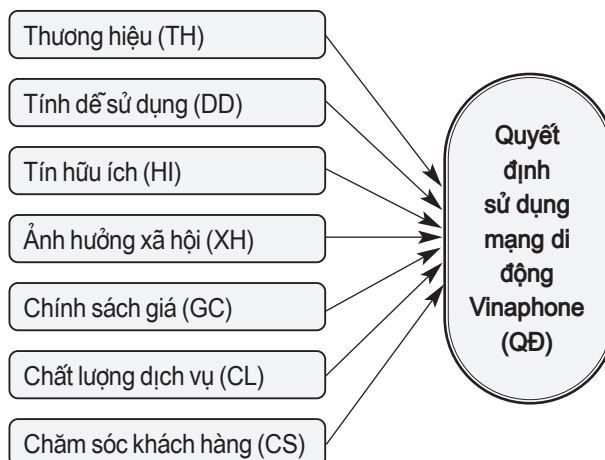
Giả thuyết H6: Chất lượng dịch vụ mạng có ảnh hưởng tích cực đối với quyết định sử dụng dịch vụ mạng điện thoại di động Vinaphone trên địa bàn tỉnh Bến Tre.

Giả thuyết H7: Chăm sóc khách hàng có ảnh hưởng tích cực đối với quyết định sử dụng dịch vụ

mạng điện thoại di động Vinaphone trên địa bàn tỉnh Bến Tre.

Mô hình nghiên cứu đề xuất: (Hình 1)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Nhóm tác giả nghiên cứu, 2023

3. Phương pháp nghiên cứu

Thừa kế các thang đo của các nghiên cứu trước đó, nhóm tác giả chọn lọc và xây dựng thang đo sơ bộ để đo lường các nhân tố trong mô hình. Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện sau đó với 30 khách hàng đang sử dụng mạng di động Vinaphone để đánh giá sự dễ hiểu của các phát biểu trong bảng hỏi sơ bộ và điều chỉnh trước khi khảo sát chính thức.

Việc thu thập số liệu sơ cấp được tiến hành bằng cách tiến hành phỏng vấn khách hàng đã từng sử dụng (hiện tại là đã ngưng sử dụng) và khách hàng đang sử dụng dịch vụ mạng điện thoại di động Vinaphone theo phương pháp chọn mẫu phi xác suất (thuận tiện). Danh sách khách hàng được lấy từ VNPT Bến Tre, thông qua bảng khảo sát thiết kế dưới dạng thang đo Likert 5 bậc với hình thức khảo sát trực tiếp bằng giấy (1 = Hoàn toàn không đồng ý; 2 = Không đồng ý; 3 = Trung lập; 4 = Đồng ý; 5 = Hoàn toàn đồng ý) cho 30 biến quan sát của 7 biến tiềm ẩn trong mô hình nghiên cứu đề xuất.

4. Kết quả nghiên cứu

Sau khi sàng lọc và loại bỏ các phiếu khảo sát không hợp lệ, số liệu thu thập được với cỡ mẫu là 278 từ 300 phiếu khảo sát đã phát ra.

4.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Kết quả Cronbach's Alpha của thang đo đều lớn hơn 0,7 và các hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát trong các thang đo có giá trị đều lớn

Bảng 1. Kết quả Cronbach's Alpha các biến trong mô hình

Nhân tố	Biến quan sát	Cronbach's Alpha	Nhận xét
Chất lượng dịch vụ mạng (CL)	CL1, CL2, CL3, CL4, CL5	0,915	Đạt
Chính sách giá (GC)	GC1, GC2, GC3, GC4, GC5	0,892	Đạt
Thương hiệu (TH)	TH1, TH2, TH3, TH4	0,911	Đạt
Tính hữu ích (HI)	HI1, HI2, HI3, HI4	0,894	Đạt
Ảnh hưởng xã hội (XH)	XH1, XH2, XH3	0,788	Đạt
Chăm sóc khách hàng (CS)	CS1, CS2, CS3, CS4	0,748	Đạt
Tính dễ dàng sử dụng (DD)	DD1, DD2, DD3, DD4	0,773	Đạt

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của nhóm tác giả, 2023

hơn 0,3 (Bảng 1), ngoại trừ 1 biến quan sát XH4 bị loại do có hệ số tương quan với biến tổng nhỏ hơn 0.3. Vì vậy, có 29/30 biến quan sát trong các thang đo đều được chấp nhận và sẽ được sử dụng trong phân tích EFA (Hoàng Trọng & Mộng Ngọc, 2008)

4.2. Phân tích EFA

Kết quả từ việc phân tích nhân tố khám phá đối với các biến độc lập cho thấy trị số KMO = 0,787 > 0,5 điều này cho thấy kết quả phân tích nhân tố là hoàn toàn phù hợp, kiểm định Barlett có giá trị Sig = 0,000 < 0,05 cho thấy kiểm định này có ý nghĩa thống kê và các biến quan sát có tương quan với nhau trong nhân tố (Bảng 2). Trị số Eigenvalue đều lớn hơn 1 đến thành phần thứ 7, vì thế 7 biến độc lập đều được giữ lại trong mô hình phân tích (Bảng 3). Tổng phương sai trích là 72,65% > 50% cho thấy mô hình EFA là phù hợp, các nhân tố giải thích được 64,755% sự biến thiên của dữ liệu (Bảng 3).

Bảng 2. Hệ số KMO và kiểm định Barlett's cho các biến độc lập

KMO and Barlett's Test		
Giá trị KMO		0,787
Kiểm định Barlett's	Approx. Chi-Square	5277,787
	df	406
	Sig.	0,000

4.3. Phân tích hồi quy Binary Logistics

Từ kết quả phân tích nhân tố khám (EFA), tác giả có được mô hình hồi quy nhị phân có dạng như sau:

$$Ln[p/(1-p)] = \beta_0 + \beta_1*CL + \beta_2*GC + \beta_3*TH + \beta_4*HI + \beta_5*XH + \beta_6*CS + \beta_7*DD$$

Trong đó: p là xác suất Y=1; (1-p) là xác suất Y=0; p/(1-p) là tỷ số odds.

Biến Y nhận hai giá trị là 0 và 1. Với 0 là hiện

Bảng 3. Phương sai trích biến độc lập

Thành phần	Phương sai trích			Tổng phương sai trích		
	Tổng	% phương sai	% tích lũy	Tổng	% phương sai	% tích lũy
1	5.157	17.781	17.781	5.157	17.781	17.781
2	4.116	14.193	31.974	4.116	14.193	31.974
3	3.383	11.665	43.640	3.383	11.665	43.640
4	2.815	9.705	53.345	2.815	9.705	53.345
5	2.285	7.880	61.225	2.285	7.880	61.225
6	2.110	7.274	68.499	2.110	7.274	68.499
7	1.204	4.151	72.650	1.204	4.151	72.650

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của nhóm tác giả, 2023

tại không dùng mạng điện thoại di động Vinaphone (khách hàng đã từng sử dụng mạng điện thoại di động Vinaphone) và 1 là đang sử dụng mạng điện thoại di động Vinaphone. Kết quả dự báo của mô hình hồi quy nhị phân cho thấy trong 129 (95 + 34) khách hàng không sử dụng thì mô hình dự báo sẽ có 95 khách hàng không sử dụng và sẽ có 34 khách hàng đang sử dụng mạng điện thoại di động Vinaphone với tỷ lệ dự đoán đúng là 73,6%. Trong 149 (31 + 118) khách hàng đang sử dụng thì mô hình dự báo sẽ có 118 khách hàng đang sử dụng và sẽ có 31 khách không sử dụng mạng điện thoại di động Vinaphone với tỷ lệ đoán đúng là 79,2%. Tỷ lệ dự đoán đúng của toàn mô hình là 76,6%.

mạng di động Vinaphone cao hơn xác suất chọn mạng di động khác.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Kết quả phân tích EFA đã xác định 7 nhân tố trong mô hình đề xuất là phù hợp với tập dữ liệu khảo sát. Hồi quy Binary logistics đã cho thấy 7 nhân tố trong mô hình đều có ý nghĩa thống kê về mức độ ảnh hưởng đến xác suất quyết định sử dụng mạng di động Vinaphone của khách hàng tại VNPT Bến Tre.

Căn cứ vào giá trị trung bình các thang đo của các biến nhân tố trong mô hình (Hình 1) và kết quả phân tích hồi quy (Bảng 4), nhóm tác giả đưa ra một số hàm ý quản trị như sau:

Bảng 4. Kết quả hồi quy

Mô hình	Hồi quy chưa chuẩn hóa		Hồi quy chuẩn hoá	t	Sig.	Kiểm tra đa cộng tuyến	
	Beta	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	VIF
Hằng số	-4,879	0,437		-11,165	0,000		
CL	0,189	0,046	0,198	4,115	0,000	0,934	1,070
GC	0,249	0,041	0,299	6,083	0,000	0,896	1,115
TH	0,192	0,067	0,152	2,890	0,004	0,787	1,271
HI	0,111	0,050	0,115	2,223	0,027	0,802	1,246
XH	0,245	0,061	0,194	4,034	0,000	0,933	1,072
CS	0,243	0,036	0,316	6,756	0,000	0,993	1,007
DD	0,320	0,055	0,338	5,837	0,000	0,646	1,547

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của nhóm tác giả, 2023

Kết quả hồi qui (Bảng 4) cho thấy tất cả 7 biến độc lập đều có ý nghĩa thống kê (sig. <0.05), có nghĩa là 7 nhân tố trong mô hình đều tác động thuận chiều lên xác suất quyết định dùng mạng điện thoại di động Vinaphone của khách hàng và kiểm định đa cộng tuyến không vi phạm (VIF < 2). Cụ thể, nếu khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ mạng Vinaphone càng cao thì xác suất khách hàng đó vẫn đang sử dụng mạng di động Vinaphone càng cao. Hoặc nếu khách hàng đánh giá chính sách giá của Vinaphone Bến Tre càng cạnh tranh hay hấp dẫn hơn thì họ có xu hướng ở lại với mạng Vinaphone và ngược lại. Tương tự cho các biến còn lại, khi khách hàng đánh giá cao thương hiệu, tính hữu ích, ảnh hưởng xã hội và dịch vụ chăm sóc khách hàng của Vinaphone Bến Tre thì log odds của xác suất khách hàng chọn

Cải thiện tính dễ dàng sử dụng: Đảm bảo rằng sim của Vinaphone được cất lớp sẵn và được đóng gói một cách chính xác để đảm bảo tính dễ sử dụng cho người dùng. Đảm bảo rằng sim của Vinaphone tương thích với đa số các máy điện thoại hiện có trên thị trường. Tạo ra một hệ thống phím tắt thông minh và dễ sử dụng để tra cứu thông tin cho khách hàng. Điều này sẽ giúp tăng tính tiện lợi và giảm thời gian tìm kiếm thông tin cho người dùng.

Nâng cao công tác chăm sóc khách hàng: Đảm bảo rằng nhân viên tổng đài được đào tạo để lắng nghe ân cần và vui vẻ khi tiếp xúc với khách hàng. Họ cần có khả năng thể hiện sự quan tâm và tạo ra một trải nghiệm tốt cho khách hàng khi gọi vào tổng đài. Ngoài ra, đảm bảo rằng nhân viên tổng đài có kiến thức vững vàng về sản phẩm và dịch vụ của Vinaphone. Họ cần có khả năng giải thích và

hướng dẫn rõ ràng, dễ hiểu cho khách hàng khi có các thắc mắc hoặc yêu cầu. Đảm bảo rằng mọi yêu cầu và thắc mắc của khách hàng được giải quyết một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Điều chỉnh chính sách giá phù hợp: Tiến hành nghiên cứu và phân tích nhu cầu của khách hàng để phát triển các gói cước phù hợp. Điều này giúp đáp ứng đa dạng hóa nhu cầu của khách hàng và tạo ra sự lựa chọn linh hoạt. Đưa ra giá cước hòa mạng hợp lý để thu hút khách hàng từ các nhà mạng khác chuyển đổi sang Vinaphone. Điều này tạo cơ hội để mở rộng thị phần và tăng số lượng thuê bao của Vinaphone.

Tăng cường, thúc đẩy các quan hệ xã hội: Đẩy mạnh chiến dịch quảng bá để nâng cao nhận diện thương hiệu và tăng cường sự nhận biết về mạng Vinaphone. Đồng thời, đảm bảo rằng mạng Vinaphone có sự tiếp cận rộng rãi và phủ sóng tại các khu vực quan trọng và đông dân cư. Tạo mối quan hệ và hợp tác với các đối tác, như các nhà bán

lẻ di động, các cửa hàng điện thoại di động và các nhà cung cấp dịch vụ khác.

Đánh bóng thương hiệu: Đẩy mạnh chiến dịch quảng bá để nâng cao nhận diện thương hiệu của Vinaphone và tăng cường sự nhận biết về uy tín và hình ảnh tốt của mạng Vinaphone. Đồng thời, mở rộng phạm vi tiếp cận thị trường để thu hút nhiều khách hàng tiềm năng.

Nâng cao chất lượng dịch vụ mạng: Điều này bao gồm việc mở rộng và nâng cấp cơ sở hạ tầng mạng, đảm bảo sự ổn định và không bị mất đột ngột của mạng Vinaphone. Áp dụng công nghệ tiên tiến trong việc xử lý cuộc gọi và tin nhắn để đảm bảo tính ổn định và tốc độ truyền dữ liệu nhanh chóng và ít bị thất lạc.

Nâng cao tính hữu ích: Đảm bảo mạng Vinaphone cung cấp các dịch vụ đa dạng và tiện ích, như công nghệ 4G, 5G, dịch vụ truyền hình trực tuyến, điện thoại di động, và các ứng dụng công nghệ mới nhất ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chính phủ (2017). Nghị định số 49/2017/NĐ-CP ngày 24 tháng 4 năm 2017 V/v sửa đổi, bổ sung điều 15 của Nghị định số 25/2011/NĐ-CP ngày 06 tháng 4 năm 2011 V/v quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Viễn thông và điều 30 của Nghị định số 174/2013/NĐ-CP ngày 13 tháng 11 năm 2013 V/v quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bưu chính, viễn thông, công nghệ thông tin và tần số vô tuyến điện.
2. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS, tập 1- tập 2. Nhà xuất bản Hồng Đức, Hà Nội.
3. Nguyễn Thanh Hùng và Nguyễn Thị Thanh Xuân (2022). Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ Agribank E-Mobile banking của khách hàng cá nhân tại tỉnh Trà Vinh. Tạp chí Khoa học và Đào tạo ngân hàng, 238, 36-49.
4. Nguyễn Thị Thảo (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn dịch vụ Truyền hình FPT trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Tạp chí Công Thương, 23, 350-355.
5. VNPT Bến Tre (2022). Báo cáo số lượng thuê bao Vinphone năm 2019, 2020, 2021 trên địa bàn tỉnh Bến Tre. Tỉnh Bến Tre.
6. Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50, 179-211.
7. Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980). Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, USA.
8. Bauer, R.A. (1960). Consumer Behavior as Risk Taking. In: Hancock, R.S., Ed., Dynamic Marketing for a Changing World, Proceedings of the 43rd (pp. 389-398). Conference of the American Marketing Association, USA.
9. Sakala, L., & Phiri, J. (2019). Factors Affecting Adoption and Use of Mobile Banking Services in Zambia Based on TAM Model. Open Journal of Business and Management, 7(03), 1380-1394.

Ngày nhận bài: 13/3/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 27/3/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/4/2024

Thông tin tác giả:

1. TS. NGUYỄN TẤN ĐẠT

Giảng viên, Trường Kinh tế, Luật - Trường Đại học Trà Vinh

2. PHẠM VIỆT PHÚC

Học viên cao học Trường Kinh tế, Luật - Trường Đại học Trà Vinh

ANALYZING THE FACTORS AFFECTING THE DECISION OF CUSTOMERS TO USE VINAPHONE'S CELLULAR NETWORK IN BEN TRE PROVINCE

● Ph.D **NGUYEN TAN DAT**¹

● **PHAM VIET PHUC**²

¹Lecturer, School of Economics and Law, Tra Vinh University

²Master's student, School of Economics and Law, Tra Vinh University

ABSTRACT:

This study analyzed the factors affecting the decision of customers to use Vinaphone's cellular network in Ben Tre province. The study conducted a survey with 300 customers and received 278 valid samples for analysis. The exploratory factor analysis and binary logistic regression analysis were used to predict the research model of factors affecting the decision of customers to use Vinaphone's cellular network. The study's results showed that there are seven factors, including service quality, price policy, brand, usefulness, social influence, customer care, and ease of use, affecting the decision of customers. The prediction model was tested by the binary logistic regression model with an accuracy of 76.6%. Based on the study's findings, some management implications were proposed to help Vinaphone attract more customers to use its cellular network in Ben Tre province.

Keywords: Vinaphone, cellular network, service quality, binary logistic regression.