

PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRUYỀN HÌNH MyTV CỦA VNPT ĐỒNG THÁP

● **NGUYỄN THANH TÙNG - HOÀNG THỊ DOAN**

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục tiêu xác định các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV của VNPT Đồng Tháp. Dữ liệu của nghiên cứu được thu thập từ 200 khách hàng đã sử dụng dịch vụ thông qua khảo sát trực tiếp bằng bảng câu hỏi theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Phương pháp phân tích dữ liệu chính được dùng trong nghiên cứu là phân tích nhân tố khám phá (EFA), kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV của VNPT Đồng Tháp, bao gồm: phương tiện hữu hình, sự đảm bảo, sự tin cậy, giá cả, sự đáp ứng.

Từ khóa: chất lượng dịch vụ, VNPT, dịch vụ MyTV.

1. Đặt vấn đề

Ngày nay, các doanh nghiệp không thể chỉ dựa vào việc cải tiến, đổi mới sản phẩm để đạt được thành công mà cần phải đáp ứng nhiều hơn các yêu cầu về chất lượng dịch vụ nhằm gia tăng sự thỏa mãn của khách hàng. Việc giúp khách hàng hài lòng hơn, hay nói cách khác là đáp ứng tốt hơn sự mong đợi của khách hàng sẽ giúp các doanh nghiệp tạo nên sự khác biệt so với đối thủ cạnh tranh trong nhiều lĩnh vực, như lĩnh vực truyền hình tương tác trên nền tảng hạ tầng mạng.

MyTV là dịch vụ truyền hình tương tác qua internet dựa trên công nghệ IPTV do Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) cung cấp tới khách hàng. Hiện nay, MyTV đã khẳng định được vị thế trước các đối thủ cạnh tranh và được rất nhiều người dùng ưa chuộng. Dịch vụ truyền hình tương

tác MyTV được Tập đoàn VNPT xác định là dịch vụ chiến lược có khả năng phát triển rất nhanh trong tương lai. Việc cạnh tranh về giá đã không còn là một hướng đi được ưa chuộng, vì đa số chính sách về giá của các công ty cung cấp dịch vụ truyền hình đều khá tương đồng. Vì vậy, VNPT đang hướng đến một chiến lược cạnh tranh dựa trên việc cung cấp dịch vụ chất lượng cao thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Việc tìm ra và đánh giá các yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ truyền hình tương tác MyTV, qua đó đề xuất các biện pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ đang là vấn đề có ý nghĩa thực tiễn rất cao của VNPT nói chung và VNPT Đồng Tháp nói riêng.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Chất lượng dịch vụ là một sự đo lường mức độ dịch vụ được đưa đến khách hàng tương xứng với

mong đợi của khách hàng tốt đến đâu. Việc tạo ra một dịch vụ chất lượng nghĩa là đáp ứng mong đợi của khách hàng một cách đồng nhất. Parasuraman (1991) giải thích rằng để biết được sự dự đoán của khách hàng thì tốt nhất là nhận dạng và thấu hiểu những mong đợi của họ. Việc phát triển một hệ thống định lượng được những mong đợi của khách hàng là cần thiết, sau đó ta sẽ một chiến lược chất lượng cho dịch vụ có hiệu quả.

Theo Parasuraman (1988), “chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi về dịch vụ và nhận thức của khách hàng khi sử dụng dịch vụ”. Cũng theo Parasuraman, kỳ vọng trong chất lượng dịch vụ là những mong đợi của khách hàng, nghĩa là họ cảm thấy nhà cung cấp phải thực hiện chứ không phải sẽ thực hiện các yêu cầu về dịch vụ.

Chất lượng dịch vụ phải được đánh giá trên hai khía cạnh là quá trình cung cấp dịch vụ và kết quả của dịch vụ (Lehtinen, 1982). Gronroos (1984) cho rằng “chất lượng dịch vụ được đánh giá trên hai khía cạnh là chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng”.

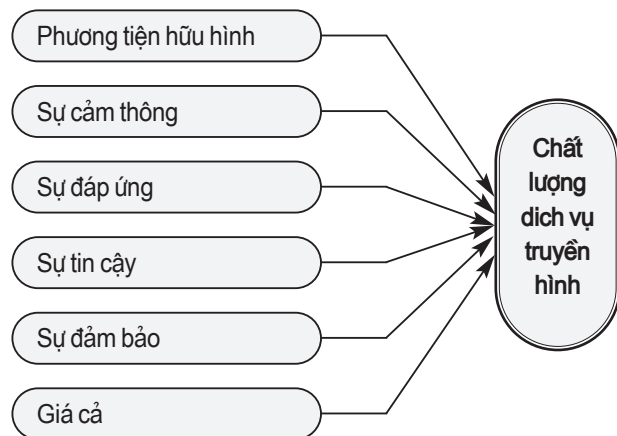
Parasuraman và cộng sự đã xây dựng và kiểm định thang đo các thành phần của chất lượng dịch vụ, gọi là thang đo SERVQUAL, gồm có 5 thành phần: độ tin cậy, tính đáp ứng, tính đảm bảo, phương tiện hữu hình, và sự đồng cảm. Parasuraman (1991) khẳng định, SERVQUAL là thang đo hoàn chỉnh về chất lượng dịch vụ, đạt giá trị và độ tin cậy và có thể được ứng dụng cho mọi loại hình dịch vụ khác nhau. Thang đo SERVQUAL được điều chỉnh và kiểm định bởi nhiều nhà nghiên cứu ở nhiều loại hình dịch vụ khác nhau, tại nhiều quốc gia khác nhau.

Hà Nam Khánh Giao và Lê Quốc Dũng (2013) cho rằng mô hình SERVQUAL là phổ biến nhưng vẫn có nhược điểm về sự không phù hợp với tất cả các loại hình dịch vụ. Trong khi đó, đối với nghiên cứu về sự hài lòng khách hàng đối với chất lượng dịch vụ trong lĩnh vực truyền hình trả tiền, mô hình FTSQ của Gronroos có một số ưu điểm như: tập trung hai khía cạnh chính của chất lượng dịch vụ là chất lượng chức năng và chất lượng kỹ thuật. Từ đó, nhóm tác giả đã kế thừa mô hình SERVQUAL và FTSQ làm cơ sở tham khảo để tác giả có thể đưa ra mô hình nghiên cứu gồm các nhân tố: mức độ tin

cậy, mức độ đáp ứng, mức độ đảm bảo, mức độ đồng cảm, phương tiện hữu hình và kể đến là yếu tố giá cả, sau cùng là hình ảnh doanh nghiệp.

Nghiên cứu sử dụng thang đo chất lượng dịch vụ truyền hình trả tiền (Hà Nam Khánh Giao và Lê Quốc Dũng, 2013) và dựa trên cơ sở 5 thành phần của mô hình SERVQUAL, với sự điều chỉnh và bổ sung biến quan sát phù hợp với thị trường tại thành phố Cao Lãnh. Thang đo các thành phần chất lượng dịch vụ bao gồm 6 thành phần: Phương tiện hữu hình; Sự cảm thông; Sự đáp ứng; Sự tin cậy; Sự đảm bảo và Giá cả. Mô hình nghiên cứu được đề xuất như Hình 1.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Tác giả đề xuất

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành qua 2 giai đoạn: Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện thông qua phỏng vấn trực tiếp với 30 khách hàng đã sử dụng dịch vụ nhằm khám phá, xem xét sự phù hợp của các thang đo, hiệu chỉnh và bổ sung thang đo, đánh giá sơ bộ thang đo các khái niệm nghiên cứu trước khi tiến hành nghiên cứu chính thức; Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng cách khảo sát ý kiến khách hàng thông qua bảng câu hỏi phỏng vấn được thiết kế sẵn. Dữ liệu được thu thập thông qua khảo sát khách hàng đã sử dụng dịch vụ MyTV của VNPT Đồng Tháp tại thành phố Cao Lãnh bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện và tiến hành phân tích qua 3 bước: Kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha; Phân tích nhân tố khám phá EFA; Phân tích tương quan và hồi quy. Theo Hair

(2006), kích thước mẫu tối thiểu là gấp 5 lần tổng số biến quan sát: $n \geq 5 \times k$; trong đó: k là tổng số biến quan sát. Nghiên cứu thực hiện với 30 biến quan sát, cỡ mẫu tối thiểu là: $n = 5 \times 30 = 150$. Tuy nhiên, để số liệu được tin cậy hơn, trong nghiên cứu, tác giả đã tiến hành khảo sát 200 khách hàng để tiến hành phân tích. Thời gian thực hiện khảo sát để thu thập dữ liệu từ tháng 7 đến tháng 8 năm 2023.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Hệ số Cronbach's Alpha là một phép kiểm định thống kê về mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau. Các biến có hệ số tương quan biến - tổng nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại. Đồng thời, thang đo sẽ được chọn khi hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 (Nunnally & Bernstein, 1994). Kết quả kiểm định thang đo lần cuối cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của các yếu tố luôn nằm trong khoảng từ 0,717 - 0,856, chứng tỏ thang đo đo lường tương đối tốt và đạt tiêu chuẩn ($> 0,6$). Sau khi loại bỏ 5 biến do có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,3 thì phân tích Cronbach's Alpha đã giữ lại 25 biến quan sát và tiếp tục được đưa vào phân tích nhân tố khám phá EFA ở bước tiếp theo. (Bảng 1)

Bảng 1. Kết quả đánh giá độ tin cậy của thang đo

Nhân tố	Cronbach's Alpha	Số biến quan sát hợp lệ
Phương tiện hữu hình (PTHH)	0,831	4
Sự cảm thông (SCT)	0,768	3
Sự đáp ứng (SDU)	0,717	3
Sự tin cậy (STC)	0,856	4
Sự đảm bảo (SDB)	0,840	4
Giá cả (GC)	0,809	4
Chất lượng dịch vụ (CLDV)	0,875	3

Nguồn: Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha từ số liệu điều tra

4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Phân tích nhân tố khám phá đòi hỏi phải thỏa mãn một số điều kiện, trong đó hệ số KMO là chỉ tiêu dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích nhân tố phải đạt từ 0,5 đến 1,0 (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008); các biến có hệ số truyền tải nhỏ hơn 0,5 sẽ bị loại đồng thời tổng phương sai trích phải đạt hơn 50% (Gerbing & Anderson, 1988). Phân tích nhân tố khám phá với việc sử dụng phương pháp trích Principal Axis Factoring và phép xoay Varimax cho 25 biến của mô hình. Kết quả EFA lần cuối cho thấy, các thang đo đều đạt yêu cầu về giá trị. Cụ thể: kết quả EFA cho thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ truyền hình được trích thành 6 nhân tố, với giá trị riêng của nhân tố thứ 6 đạt 1,131 và tổng phương sai trích là 70,153%. Tương tự, kết quả EFA cho thang đo chất lượng dịch vụ được trích thành 1 nhân tố, với tổng phương sai trích là 73,132% tại Eigenvalues = 2,404, cho thấy kết quả phân tích nhân tố là đảm bảo độ tin cậy.

4.3. Phân tích tương quan và hồi quy

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy hệ số R^2 điều chỉnh = 0,664 có nghĩa là 66,4% sự biến thiên của chất lượng dịch vụ truyền hình được giải thích bởi các nhân tố được đưa vào mô hình, còn lại là các nhân tố khác chưa được nghiên cứu. Hệ số Durbin - Watson của mô hình = 1,512 chứng tỏ không có hiện tượng tự tương quan trong mô hình. Kiểm định F có Sig. = 0,000 < 0,05 nên mô hình hồi quy là phù hợp và có ý nghĩa thống kê, tức là các biến độc lập có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc.

Bảng 2 cho thấy có 5 nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ truyền hình do sig. < 0,05. Mô hình cũng không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến vì hệ số phóng đại phương sai VIF < 10. Như vậy, phương trình hồi quy ước lượng các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ truyền hình bao gồm 5 nhân tố, được thiết lập như sau:

$$Y = 0,418 + 0,462 \cdot X_1 + 0,271 \cdot X_3 + 0,335 \cdot X_4 + 0,361 \cdot X_5 + 0,297 \cdot X_6$$

Thông qua kiểm định của mô hình cho thấy các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV của VNPT Đồng Tháp tại thành phố Cao Lãnh được sắp xếp theo thứ tự giảm dần, bao

Bảng 2. Kết quả phân tích hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa được chuẩn hóa		Hệ số được chuẩn hóa	t	Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Tolerance	VIF
Hằng số	0,418	0,329		4,318	0,001		
X1	0,462	0,088	0,449	5,900	0,000	0,520	1,837
X2	0,094	0,077	0,084	1,207	0,140	0,544	1,519
X3	0,271	0,084	0,230	2,425	0,000	0,658	1,585
X4	0,335	0,063	0,368	1,012	0,004	0,631	1,425
X5	0,361	0,069	0,368	1,651	0,011	0,702	1,065
X6	0,297	0,058	0,296	3,663	0,000	0,939	1,632
R ² =0,672	R ² điều chỉnh =0,664		Durbin-Watson =1,512	F =14,282		Sig =0,000	

gồm: phương tiện hữu hình (X_1), sự đảm bảo (X_5), sự tin cậy (X_4), giá cả (X_6), sự đáp ứng (X_3).

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Nghiên cứu đã chỉ ra rằng, có 5 yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV của VNPT Đồng Tháp tại thành phố Cao Lãnh, bao gồm: phương tiện hữu hình, sự đảm bảo, sự tin cậy, giá cả, sự đáp ứng. Trong 5 yếu tố này, yếu tố phương tiện hữu hình có tác động mạnh nhất đến chất lượng dịch vụ truyền hình MyTV của VNPT Đồng Tháp. Qua đó, xác định yếu tố phương tiện hữu hình rất quan trọng, ảnh hưởng lớn đến chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn của khách hàng, góp phần quyết định khả năng cạnh tranh giữa dịch vụ

truyền hình MyTV với các dịch vụ truyền hình trả tiền khác.

Để nâng cao chất lượng dịch vụ dịch vụ truyền hình MyTV, VNPT Đồng Tháp nên tập trung chú ý đến 5 thành phần then chốt có ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ, đó là: phương tiện hữu hình, sự đảm bảo, sự tin cậy, giá cả, sự đáp ứng. Luôn đảm bảo cho việc chăm sóc khách hàng từ xa được tốt nhất khi có sự cố tức thời, các chính sách giá cần được minh bạch và đảm bảo tính cạnh tranh với chính sách giá của các đối thủ cạnh tranh trên địa bàn thành phố, đào tạo thêm cho đội ngũ nhân viên kỹ thuật các kiến thức về chăm sóc khách hàng ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Gerbing, D. W., Anderson, J. C. (1988). An Updated Paradigm for Scale Development Incorporating Unidimensionality and Its Assessment. *Journal of Marketing Research*.
2. Hà Nam Khánh Giao, Lê Quốc Dũng, (2013). Sự hài lòng của khách hàng Thành phố Hồ Chí Minh đối với chất lượng dịch vụ truyền hình trả tiền. *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, số 274, 36-50.
3. Gronroos, C. A, (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implication. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
4. Lehtinen, U., J. R. Lehtinen (1982). Service Quality: A Study of Quality Dimensions. Working Paper, Service Management Institute.
5. Nunnally, J., Bernstein, I.H, (1994). *Psychometric Theory*, 3rd ed.. New York: McGraw-Hill.

6. Parasuraman A., Zeithaml V.A & Berry L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
7. Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A, (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
8. Cao Minh Trí, Lê Thị Thanh Kiều, (2021). Chất lượng dịch vụ và hành vi khách hàng: Trường hợp MyTV của VNPT tỉnh Tiền Giang. *Tạp chí khoa học - Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng*, số 14 (55-66).
9. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. Nhà xuất bản Hồng Đức, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 3/9/2023

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 16/9/2023

Ngày chấp nhận đăng bài: 2/10/2023

Thông tin tác giả:

1. ThS. NGUYỄN THANH TÙNG

2. ThS. HOÀNG THỊ DOAN

Trường Đại học Đồng Tháp

A STUDY ON THE FACTORS AFFECTING THE SERVICE QUALITY OF VNPT DONG THAP'S MyTV TELEVISION SERVICE

● Master. **NGUYEN THANH TUNG**¹

● Master. **HOANG THI DOAN**¹

¹Dong Thap University

ABSTRACT:

This study identifies the factors affecting the quality of the MyTV television service of VNPT Dong Thap. The study's data was collected from 200 customers who used the service through a direct questionnaire-based survey with the convenience sampling method. Exploring Factor Analysis (EFA) was used to analyze the collected data. The study finds that there are five factors affecting the quality of VNPT Dong Thap's MyTV television service, including tangible means, assurance, reliability, price, and responsiveness.

Keywords: service quality, VNPT, MyTV television service.