



**TẠP CHÍ**

# **KHOA HỌC XÃ HỘI MIỀN TRUNG**

**Central Vietnamese Review of Social Sciences**

Số: **03** (84) 2024

ISSN 1859-2635

**VIỆN HÀN LÂM KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM  
VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI VÙNG TRUNG BỘ**

# CVRSS

**Tap chí Khoa học xã hội miền Trung**

ISSN 1859 – 2635

## **TỔNG BIÊN TẬP**

TS. Trần Minh Đức

## **HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP**

PGS.TS. Bùi Đức Hùng (Chủ tịch)

Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ

TS. Hoàng Hồng Hiệp

Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ

GS.TS. Nguyễn Xuân Thắng

Ủy viên Bộ Chính trị

Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh

GS.TS. Nguyễn Chí Bền

Viện Văn hoá Nghệ thuật Việt Nam

GS.TS. Trần Thọ Đạt

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

GS.TS. Phạm Văn Đức

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

GS.TS. Nguyễn Xuân Kính

Viện Nghiên cứu Văn hoá

GS.TS. Eric Iksoon Im

University of Hawaii – Hilo, Hoa Kỳ

GS.TS. Đỗ Hoài Nam

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

GS.TS. Vũ Băng Tâm

University of Hawaii – Hilo, Hoa Kỳ

GS.TS. Nguyễn Quang Thuần

Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

GS.TS. Trần Đăng Xuyên

Trường Đại học Sư phạm Hà Nội

## **BAN BIÊN TẬP**

ThS. Châu Ngọc Hoè

ThS. Lưu Thị Diệu Hiền

ThS. Nguyễn Thị Thanh Thủy

# CVRSS

Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung

ISSN 1859 – 2635

Tạp chí ra 3 tháng 1 kỳ

Số 03 năm 2024

Năm thứ mười bảy

## Mục lục

- Cải cách nền hành chính nhà nước theo tinh thần Nghị quyết 27-NQ/TW về tiếp tục xây dựng, hoàn thiện Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa Việt Nam trong giai đoạn mới..... **3**  
**Vũ Công Giao, Hoàng Thị Thu Thủy**
- Ứng dụng trí tuệ nhân tạo trong hoạt động thương mại quốc tế: Một số giải pháp cho Việt Nam**14**  
**Nguyễn Văn Lịch, Trần Hồng Anh**
- Thu hút đầu tư vào các khu kinh tế ven biển vùng kinh tế trọng điểm miền Trung.....**24**  
**Nguyễn Hoàng Yến, Tống Thị Hải Hạnh, Phan Hồng Hà**
- Các yếu tố ảnh hưởng đến năng suất ngành công nghiệp chế biến tại vùng kinh tế trọng điểm miền Trung .....**33**  
**Phan Thị Sông Thương, Đặng Thị Kim Dung, Hồ Thị Kim Thùy, Nguyễn Văn Bảo**
- Đánh giá quản lý nhà nước đối với phát triển du lịch bền vững bằng phương pháp tiếp cận mô hình IPA: Nghiên cứu trường hợp vùng Tây Nguyên .....**44**  
**Nguyễn Danh Nam, Ưông Thị Ngọc Lan**
- Các yếu tố ảnh hưởng đến việc ứng dụng công nghệ số trong quản lý chuỗi cung ứng của doanh nghiệp: Trường hợp các doanh nghiệp bán lẻ ở chợ truyền thống tỉnh Đồng Nai.....**54**  
**Phan Phong Vũ**
- Kinh nghiệm xử lý rác thải bằng phương pháp đốt phát điện: Nghiên cứu vận dụng cho thành phố Đà Nẵng .....**62**  
**Đinh Thế Toàn, Nguyễn Hoàng Yến**
- Quyết định điểm đến văn hóa của khách du lịch một mình: Phân tích mạng tại thành phố Hội An .....**72**  
**Hà Thu Uyên, Bùi Thị Minh Thu**
- Nghiên cứu chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại Tổng công ty viễn thông Viettel.....**84**  
**Nguyễn Minh Trí, Từ Quang Phương, Thái Vân Hà**
- Kinh nghiệm của một số thành phố trên thế giới về xây dựng Trung tâm đổi mới sáng tạo và bài học rút ra cho thành phố Vinh, tỉnh Nghệ An.....**96**  
**Hà Đình Thành, Hà Huy Ngọc**
- Nhận diện kiến trúc đình làng Nam Trung Bộ ..... **106**  
**Lê Xuân Thông, Nguyễn Song Tuấn Hải**
- Quá trình du nhập của y học phương Tây vào Việt Nam trong thế kỉ XVII-XVIII: Vai trò của giáo sĩ Dòng Tên..... **118**  
**Trương Anh Thuận**
- Văn hoá ẩm thực của người Chăm Ahiér ở Ninh Thuận, nhìn từ đặc trưng sinh thái và cấu trúc xã hội..... **126**  
**Trần Thị Thái**
- Kết cấu tự sự trong kịch hát Việt Nam 1945 – 1975 ..... **135**  
**Phạm Ngọc Hiền**
- Hoà giải bạo lực đối với người cao tuổi: Khoảng cách giữa quy định và thực tế ..... **142**  
**Phan Huyền Dân**

Giấy phép xuất bản số 81/GP-BTTTT cấp ngày 01 tháng 04 năm 2024

Chế bản điện tử tại Viện Khoa học xã hội vùng Trung Bộ; In 100 cuốn khổ 19 x 27cm; Số 03 năm 2024.

In tại Công ty TNHH in Trùng Khoa, số 28 đường Nguyễn Chí Thanh, phường Thạch Thang, quận Hải Châu, thành phố Đà Nẵng, Việt Nam. Nộp lưu chiếu tháng 9/2024.

# CVRSS

Central Vietnamese Review of Social Sciences

ISSN 1859 – 2635

Quarterly Review

No. 03, 2024

The 17<sup>th</sup> Year

## **Contents**

1. Reforming the state administrative system in accordance with Resolution 27-NQ/TW on continuing to build and perfect the Vietnamese socialist rule-of-law state in the new period.....**3**  
***Vu Cong Giao, Hoang Thi Thu Thuy***
  2. Applications of artificial intelligence in the international trade: Solutions for Vietnam ..... **14**  
***Nguyen Van Lich, Tran Hong Anh***
  3. Attracting investment into the coastal economic zones of the Central Key Economic Region....**24**  
***Nguyen Hoang Yen, Tong Thi Hai Hanh, Phan Hong Ha***
  4. Factors affecting the productivity of the processing industry in the Central key economic region .....**33**  
***Phan Thi Song Thuong, Dang Thi Kim Dung, Ho Thi Kim Thuy, Nguyen Van Bao***
  5. Assessment of state management for sustainable tourism development using IPA model approach: A case study of the Central Highlands.....**44**  
***Nguyen Danh Nam, Uong Thi Ngoc Lan***
  6. Factors affecting the application of digital technology in supply chain management: A case study of retail businesses in traditional markets in Dong Nai province .....**54**  
***Phan Phong Vu***
  7. Experience in Waste Treatment by Waste-to-Energy Incineration: A Study on Application for Da Nang City .....**62**  
***Dinh The Toan, Nguyen Hoang Yen***
  8. Solo Travelers' Cultural Destination Decisions: A Network Analysis in Hoi An City .....**72**  
***Ha Thu Uyen, Bui Thi Minh Thu***
  9. Assessing service quality of mobile telecommunications at Viettel Telecommunications Corporation .....**84**  
***Nguyen Minh Tri, Tu Quang Phuong, Thai Van Ha***
  10. Experiences of some cities around the world in building Innovation Centers and lessons learned for Vinh City, Nghe An Province.....**96**  
***Ha Dinh Thanh, Ha Huy Ngoc***
  11. The identification of communal house architecture in the South Central region.....**106**  
***Le Xuan Thong, Nguyen Song Tuan Hai***
  12. The introduction of Western medicine into Vietnam during the 17th and 18th centuries: The role of Jesuit missionaries..... **118**  
***Truong Anh Thuan***
  13. Culinary culture of the Cham Ahiér in Ninh Thuan province from ecological and social structural perspectives .....**126**  
***Tran Thi Thai***
  14. Narrative structure in Vietnamese musical theatre between 1945 and 1975 .....**135**  
***Pham Ngoc Hien***
  15. Mediation of Violence Against the elderly: The gap between Regulation and Practice .....**142**  
***Phan Huyen Dan***
-

## Nghiên cứu chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại Tổng công ty viễn thông Viettel

**Nguyễn Minh Trí**

*Trường Đại học Văn Hiến*

**Từ Quang Phương, Thái Vân Hà**

*Trường Đại học Kinh doanh và Công nghệ Hà Nội*

*Email liên hệ: trilm2@vhu.edu.vn*

**Tóm tắt:** Thị trường viễn thông di động tại Việt Nam cho thấy sự phát triển đã đạt đến mức bão hoà, đặc biệt là ảnh hưởng của sự phát triển công nghệ và thay đổi chính sách liên quan. Bài viết này xem xét ảnh hưởng của các yếu tố chất lượng đến chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại Tổng công ty viễn thông Viettel (Viettel Telecom). Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (PLS - SEM) với kỹ thuật bình phương bé nhất riêng phần đối với số liệu được thu thập từ 234 khách hàng đang sử dụng dịch vụ viễn thông di động tại Viettel Telecom. Kết quả phân tích dữ liệu chỉ ra rằng các giả thuyết đề xuất đều được ủng hộ; giá trị cảm nhận và sự hài lòng đóng vai trò trung gian giữa các yếu tố chất lượng kỹ thuật, chất lượng hệ thống, chất lượng phục vụ, chất lượng giá cả và chất lượng dịch vụ viễn thông di động. Hơn nữa, sự hài lòng có tác động mạnh hơn đến chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại Viettel Telecom so với giá trị cảm nhận của khách hàng.

**Từ khóa:** Chất lượng dịch vụ, Viễn thông di động, Tổng công ty viễn thông Viettel, Sự hài lòng, giá trị cảm nhận.

### Assessing service quality of mobile telecommunications at Viettel Telecommunications Corporation

**Abstract:** The mobile telecommunications market in Vietnam demonstrates that development has reached saturation, especially due to the impact of technological developments and related policy changes. This article investigates the impact of quality factors on the quality of mobile telecommunications services at Viettel Telecommunications Corporation (Viettel Telecom). The study employs linear structural model analysis (PLS - SEM) using the partial least squares approach to analyze data collected from 234 Viettel Telecom mobile telecommunications service consumers. The findings of data analysis indicate that the proposed hypotheses are supported; Perceived value and satisfaction play a mediating role between the factors of technical quality, system quality, service quality, price quality and mobile telecommunications service quality. Furthermore, satisfaction has a stronger effect on the quality of mobile telecommunications services at Viettel Telecom than customer perceived value.

**Keywords:** Service Quality, Mobile Telecommunications, Viettel Telecom, Satisfaction, Perceived Value.

**Ngày nhận bài:** 23/5/2024 **Ngày phản biện:** 25/5/2024 **Ngày duyệt đăng:** 10/9/2024

### 1. Đặt vấn đề

Trong xu thế công nghệ kỹ thuật số đang diễn ra mạnh mẽ từ năm 2019 đến nay. Hơn nữa, giai đoạn từ năm 2024 đến 2030, Cục Viễn thông đã ban hành các chính sách nhằm thúc đẩy việc chuyển dịch từ dịch vụ viễn thông truyền thống sang dịch vụ băng rộng, Data và các dịch vụ tích hợp nền tảng công nghệ thông tin được triển khai trên nền tảng hạ tầng số, số hoá (Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí, 2021). Tình hình trên đã cho thấy rằng dịch vụ viễn thông di động (VTĐĐ) là lĩnh vực đang gần như bão hoà. Tuy nhiên, cũng có thể xem là còn nhiều tiềm năng nếu các nhà cung cấp dịch vụ VTĐĐ biết tận dụng cơ hội chuyển

hướng sang phát triển nội dung số và các dịch vụ dựa trên các nền tảng công nghệ mới. Ngoài ra, chất lượng dịch vụ VTĐĐ tại Việt Nam theo Bộ Thông tin và Truyền thông (2022) ban hành với nội dung chính quy định rằng chất lượng dịch vụ VTĐĐ dựa trên các chỉ tiêu thể hiện mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ viễn thông do các doanh nghiệp viễn thông cung cấp.

Viettel Telecom là doanh nghiệp số một Việt Nam về Viễn thông – Công nghệ thông tin, là tập đoàn giữ vai trò chủ đạo trong nền kinh tế, góp phần nộp ngân sách nhà nước gần như cao nhất Việt Nam. Ngoài ra, Viettel Telecom là một doanh nghiệp VTĐĐ luôn đi đầu cũng như quan tâm đầu tư thử nghiệm và triển khai nền tảng công nghệ, hạ tầng kỹ thuật mới trong việc cung cấp dịch vụ. Mặt khác, Viettel Telecom hiện giữ vai trò trọng yếu trong việc cung cấp dịch vụ công nghệ, VTĐĐ cho các cơ quan ban ngành của Chính phủ nhằm phục vụ các sứ mệnh quan trọng của Quốc gia. Do đó, Viettel Telecom luôn quan tâm các chính sách nâng cao chất lượng cũng như quan tâm đến các cam kết về chất lượng dịch vụ VTĐĐ nhằm mục tiêu đáp ứng tốt nhất của khách hàng với doanh nghiệp.

Trước đây, đã có nhiều nghiên cứu về hành vi của khách hàng sử dụng dịch vụ VTĐĐ đa dạng như nghiên cứu (Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí, 2021; Nguyễn Thanh Liêm và cộng sự, 2023; Trần Đăng Khoa và Nguyễn Hoàng Sơn, 2023; Al Ajaleen và Saadon, 2023; Panama và cộng sự, 2023; Al-Debei và cộng sự, 2022). Tuy nhiên, các nghiên cứu của các tác giả trong nước, nước ngoài qua lược khảo thấy rằng những nghiên cứu trước đây tập trung khám phá các thành tố chung có ảnh hưởng đến hành vi, ý định, quyết định khách hàng như sự hài lòng như nghiên cứu của Nguyễn Minh Lợi và Dương Vũ Bá Thi (2021), sự gắn kết, sự hài lòng, lòng trung thành của khách hàng đối với nhà cung cấp dịch vụ VTĐĐ như các nghiên cứu: Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí, 2021; Nguyễn Thanh Liêm và cộng sự, 2023; Trần Đăng Khoa và Nguyễn Hoàng Sơn, 2023; Al Ajaleen và Saadon, 2023; Panama và cộng sự, 2023; Al-Debei và cộng sự, 2022. Ngoài ra, các nghiên cứu trước chưa thật sự khám phá đến chất lượng dịch vụ VTĐĐ. Hay nói cách khác đó là nghiên cứu sâu sắc hơn về chất lượng dịch vụ VTĐĐ. Mặt khác, việc nghiên cứu xác định mục tiêu về chất lượng dịch vụ VTĐĐ với góc nhìn, hướng nghiên cứu cũng như việc xác định các thành phần trong khung khái niệm và khung lý thuyết cho chất lượng dịch vụ VTĐĐ vẫn còn khoảng trống cần được khai thác, lấp đầy.

Do đó, nghiên cứu để tìm hiểu sâu hơn về chất lượng dịch vụ VTĐĐ tại Viettel Telecom thì tác giả cho rằng là cần thiết cần khai thác và kết quả của nghiên cứu có thể cung cấp cho nhà quản lý của Viettel Telecom phân bổ nguồn lực phù hợp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ VTĐĐ và gia tăng sự gắn kết bền vững của khách hàng với doanh nghiệp.

## **2. Cơ sở lý thuyết, mô hình và giả thuyết nghiên cứu**

### **2.1. Chất lượng dịch vụ viễn thông di động**

Theo Moulton (2001) đã định nghĩa chất lượng dịch vụ VTĐĐ là chất lượng của sự truyền đạt thông tin qua một khoảng cách dài, sử dụng công nghệ điện thoại hoặc công nghệ vô tuyến, nhận và chuyển mạch âm thanh, dữ liệu, hình ảnh qua các phương tiện truyền dẫn. Ngoài ra, theo Willis và cộng sự (1993) đã đề nghị tiêu chí chọn lựa nhà cung cấp bao gồm: giá cả, chất lượng dịch vụ cung ứng, tuân thủ trong giao nhận, chất lượng sản phẩm/dịch vụ, công nghệ, khả năng quản lý. Mặt khác, Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí (2021) cho rằng dịch vụ VTĐĐ là một loại hình dịch vụ mang lại giá trị thoả mãn cho khách hàng, người sử dụng thông qua giá trị cảm nhận và sự hài lòng của họ. Do đó, có thể thấy rằng dịch vụ VTĐĐ là một loại dịch vụ mang tính chất công nghệ cao, chất lượng dịch vụ VTĐĐ phần lớn phụ thuộc vào sự cảm nhận của khách hàng cũng như qua sự đánh giá hài lòng của họ khi sử dụng dịch vụ của nhà cung cấp.

## **2.2. Ảnh hưởng của các yếu tố chất lượng đến chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại Tổng công ty viễn thông Viettel**

Theo Dabholkar và cộng sự (2000) cho rằng chất lượng dịch vụ thông qua việc phân tích các yếu tố tiền đề và trung gian ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng, có nghĩa rằng chất lượng dịch vụ được thông qua do giá trị cảm nhận và sự hài lòng có được của khách hàng thông qua các đặc điểm của dịch vụ như: sự tin cậy, sự quan tâm, sự thoải mái và điểm đặc trưng của dịch vụ. Ngoài ra, theo Parasuraman và cộng sự (1988), Gronroos (1984) và Sweeney và cộng sự (1997) cũng lập luận rằng mô hình chất lượng dịch vụ phải bao gồm hai yếu tố chính đó là chất lượng về kỹ thuật và chất lượng phục vụ.

Ngoài ra, nhiều nhà nghiên cứu trước đó nêu quan điểm chung cho thấy là có thể trong mỗi bối cảnh nghiên cứu khác nhau, lĩnh vực nghiên cứu khác nhau. Tuy nhiên, chất lượng kỹ thuật, chất lượng hệ thống là hai yếu tố được xem là cốt lõi để tạo nên chất lượng dịch vụ VTĐĐ khi nghiên cứu tại bối cảnh tại Viettel Telecom. Mặt khác, khi nghiên cứu về vấn đề chất lượng dịch vụ ngành VTĐĐ tại thị trường Nigeria, Panama và cộng sự (2023) cho rằng chất lượng giá cả và chất lượng phục vụ khách hàng có tác động đáng kể đến sự hài lòng của khách hàng ở đây, nhóm tác giả này nhấn mạnh rằng các doanh nghiệp cần có chính sách về giá cũng như cải thiện chất lượng phục vụ sẽ giúp nâng cao cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong ngành VTĐĐ.

Đồng thời, theo Al-Debei và cộng sự (2022) lập luận đưa ra mô hình nhằm nâng cao lòng trung thành của khách hàng sử dụng dịch vụ viễn thông tại các nước Ả Rập đó là phục vụ khách hàng, nội dung dịch vụ và chất lượng mạng di động, cấu trúc giá là những yếu tố có ảnh hưởng đến ý định tiếp tục sử dụng của khách hàng đối với nhà cung cấp. Như vậy, tác giả nhận thấy rằng có bốn yếu tố chất lượng thường xuyên được các tác giả trước đó phân tích, khám phá: chất lượng kỹ thuật (chất lượng mạng), chất lượng hệ thống, chất lượng phục vụ và chất lượng giá cả (cấu trúc giá), điều đó cho thấy rằng bốn yếu tố này có mối quan hệ tác động đến chất lượng dịch vụ VTĐĐ.

### **2.2.1. Chất lượng kỹ thuật**

Chất lượng kỹ thuật đề cập đến khả năng của mạng viễn thông và các dịch vụ liên quan để đáp ứng các yêu cầu về kết nối, liên lạc của khách hàng; chất lượng kết nối thể hiện từ phía người dùng. Chất lượng về kỹ thuật bao gồm các yếu tố như: tốc độ kết nối, băng thông kết nối, sự ổn định và độ phủ sóng, kết nối được đảm bảo liên tục và không bị gián đoạn liên lạc. Đồng thời, chất lượng kỹ thuật thể hiện năng lực về hạ tầng, công nghệ, mạng lưới phủ sóng của nhà cung cấp dịch vụ VTĐĐ.

Ngoài ra, chất lượng kỹ thuật được xem là một trong các yếu tố cấu thành nên chất lượng dịch vụ, là yếu tố xuất hiện nhiều và xem như là yếu tố cốt lõi trong các nghiên cứu trước trong việc đánh giá chất lượng dịch vụ VTĐĐ. Như tác giả Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí (2021) đã đề xuất mô hình xem xét yếu tố chất lượng mạng được xem như là yếu tố về kỹ thuật để nghiên cứu sự hài lòng và sự gắn kết của khách hàng lĩnh vực dịch vụ VTĐĐ. Đồng thời, theo mô hình của Parasuraman và cộng sự (1988) và mô hình chất lượng của Gronroos (1984) đã đề xuất chất lượng kỹ thuật là yếu tố cần đưa vào khi nghiên cứu về chất lượng dịch vụ trong các lĩnh vực khác nhau. Do đó, các giả thuyết sau đây được đề xuất:

*Giả thuyết H1: Chất lượng kỹ thuật có ảnh hưởng tích cực đến giá trị cảm nhận của khách hàng.*

*Giả thuyết H2: Chất lượng kỹ thuật có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng.*

### **2.2.2. Chất lượng hệ thống**

Chất lượng hệ thống tốt cho thấy sự thành công về mặt giao tiếp thuận tiện của hệ thống nhà cung cấp với khách hàng, và do đó có thể dẫn đến gia tăng sự hài lòng của người dùng với tính kịp thời, độ tin cậy và tính sẵn có của hệ thống (Lee và Kim, 2007). Trong các nghiên cứu về chất lượng dịch vụ VTĐĐ, chất lượng hệ thống là một trong những thước đo

về chất lượng của dịch vụ và chất lượng hệ thống được thể hiện qua các đặc điểm như tính dễ sử dụng, giao diện thân thiện, hệ thống chạy ổn định không bị sự cố và thời gian tương tác và giao tiếp giữa khách hàng và nhà cung cấp thông qua hệ thống này là chấp nhận được (Ulbrich và cộng sự, 2011). Do đó, các giả thuyết sau được tác giả đề xuất:

*Giả thuyết H3: Chất lượng hệ thống có ảnh hưởng tích cực đến giá trị cảm nhận của khách hàng.*

*Giả thuyết H4: Chất lượng hệ thống có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng.*

### 2.2.3. Chất lượng phục vụ

Theo Sweeney và cộng sự (1997) cho rằng chất lượng dịch vụ là chất lượng hữu ích đối với một dịch vụ và người dùng sẽ cảm nhận thông qua hình thức bên ngoài. Tác giả kế thừa đặc tính này cho ngành VTDD, là ngành về dịch vụ, trong bối cảnh này có điểm tương đồng với sản phẩm hữu hình và kết hợp theo định nghĩa năng lực phục vụ của Parasuraman và cộng sự (1988). Tác giả, đề xuất xem rằng chất lượng phục vụ trong ngành VTDD tương đồng vai trò với năng lực phục vụ theo mô hình 5 yếu tố của Parasuraman và cộng sự (1988).

Như vậy, chất lượng phục vụ trong VTDD là khả năng của nhà cung cấp dịch vụ viễn thông để đáp ứng và vượt qua các kỳ vọng của khách hàng. Đây được xem là một khía cạnh quan trọng trong việc cung cấp dịch vụ VTDD và bao gồm các yếu tố: sự phản hồi, hỗ trợ khách hàng của nhân viên trong việc hỗ trợ trực tiếp hoặc gián tiếp, giải quyết các khiếu nại, thắc mắc của khách hàng. Ngoài ra, chất lượng phục vụ được xem là tốt khi đáp ứng các khiếu nại, hỗ trợ yêu cầu của khách hàng được xử lý nhanh chóng và hiệu quả (Dabholkar và cộng sự, 2000). Do đó, tác giả đề xuất các giả thuyết sau đây:

*Giả thuyết H5: Chất lượng phục vụ có ảnh hưởng tích cực đến giá trị cảm nhận của khách hàng.*

*Giả thuyết H6: Chất lượng phục vụ có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng.*

### 2.2.4. Chất lượng giá cả

Giá cả mà khách hàng phải trả cho nhà cung cấp dịch vụ VTDD được xem là giá cước khách hàng phải trả. Chất lượng giá cả là một yếu tố quan trọng đối với sự hài lòng người tiêu dùng và thường được xem xét khi người tiêu dùng đánh giá giá trị của một sản phẩm hoặc dịch vụ có được (Cronin và cộng sự, 2000). Các nhà nghiên cứu nhận thấy rằng chất lượng giá cả đóng một vai trò quan trọng và là ảnh hưởng phổ biến đến các sản phẩm và dịch vụ và do đó rất khó để ước tính giá hiệu quả. Hiểu tiềm năng nhận thức và đặc điểm của khách hàng có thể giúp các công ty đưa ra quyết định giá chính xác hơn cho sản phẩm và dịch vụ.

Trong bối cảnh của các nhà cung cấp dịch vụ VTDD, Gerpott và cộng sự (2001) đã chỉ ra rằng việc đánh giá giá dịch vụ VTDD là một yếu tố quyết định sự hài lòng của khách hàng. Mặt khác theo Santouridis và Trivellas (2010), cấu trúc giá cả có ý nghĩa tích cực gắn liền với cảm nhận và sự hài lòng. Do đó, các giả thuyết sau đây được đề xuất:

*Giả thuyết H7: Chất lượng giá cả có ảnh hưởng tích cực đến giá trị cảm nhận của khách hàng.*

*Giả thuyết H8: Chất lượng giá cả có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng.*

## **2.3 Mối quan hệ giữa giá trị cảm nhận, sự hài lòng và chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại Viettel Telecom**

Giá trị cảm nhận của người tiêu dùng đề cập đến đánh giá của người tiêu dùng về tỷ lệ chất lượng cảm nhận và nhận thức liên quan đến sản phẩm/dịch vụ, do đó điều rất quan trọng là nâng cao sự hài lòng khách hàng và tạo điều kiện ngày càng gia tăng (Zeithaml, 1988). Các mối quan hệ đa hướng giữa nhận thức giá trị, sự hài lòng của khách hàng và ý định sử dụng, gắn kết sử dụng lại đã được thể hiện nhiều trong các nghiên cứu marketing truyền thống. Ngoài ra, trong nghiên cứu của Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí (2021) chỉ ra rằng giá trị cảm nhận có liên quan và tác động cùng chiều với sự hài lòng và khách hàng hài lòng với chất lượng dịch vụ VTDD mà khách hàng sử dụng từ nhà cung cấp. Do đó, các giả thuyết sau đây được đề xuất:

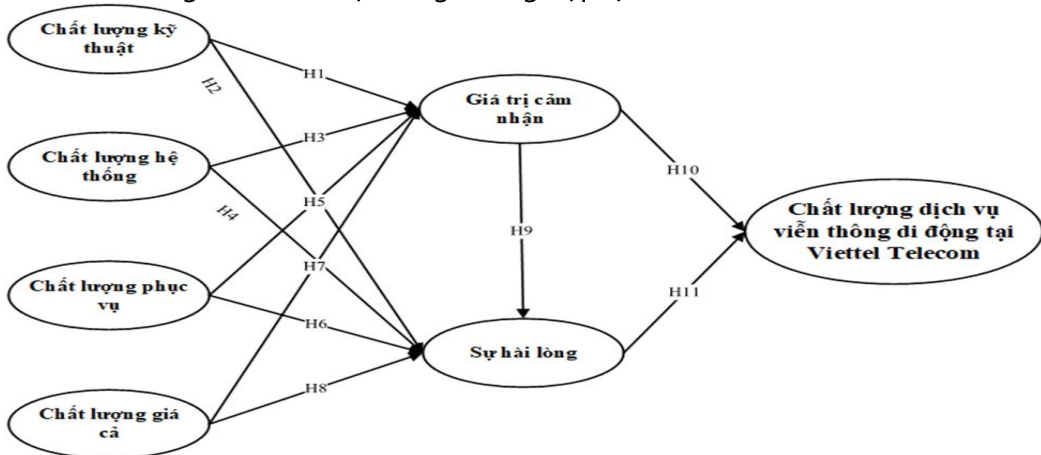
*Giả thuyết H9: Giá trị cảm nhận của khách hàng có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng.*

*Giả thuyết H10: Giá trị cảm nhận của khách hàng có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng dịch vụ viễn thông tại Viettel Telecom.*

Sự hài lòng của người tiêu dùng được xác định bằng một trong hai quan điểm khi thực hiện hành vi mua hàng, đó là quan điểm giao dịch và tích lũy. Các nghiên cứu trước đây cho rằng có mối quan hệ tích cực giữa sự hài lòng và chất lượng dịch vụ mà khách hàng có được khi sử dụng dịch vụ của nhà cung cấp. Zhou (2013) định nghĩa sự hài lòng là tổng thể tình cảm, cảm xúc của người tiêu dùng được phát triển trong quá trình tương tác với nhà cung cấp dịch vụ. Ngoài ra, mức độ hài lòng cao sẽ làm gia tăng chất lượng dịch vụ mà khách hàng có được khi sử dụng dịch vụ VTĐĐ của nhà cung cấp (Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí, 2021). Như vậy, giả thuyết sau đây được tác giả đề xuất:

*Giả thuyết H11: Sự hài lòng có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại Viettel Telecom.*

Dựa trên các mô hình lý thuyết về chất lượng dịch vụ, nghiên cứu về chất lượng dịch vụ VTĐĐ trước đây mà tác giả đã trình bày kết hợp với bối cảnh nghiên cứu tại Viettel Telecom, mô hình nghiên cứu được tác giả tổng hợp lại và đề xuất như sau:



**Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất**

(Nguồn: Tác giả tổng hợp và đề xuất)

### 3. Thiết kế nghiên cứu

#### 3.1 Thang đo và thiết kế bảng hỏi

Mô hình nghiên cứu gồm 7 khái niệm và 11 giả thuyết được tác giả kế thừa các nghiên cứu trước đây để đưa ra thang đo lường cho các cấu trúc khái niệm này. Các mục hỏi được đo lường trên thang đo Likert 5 điểm với: 1-Hoàn toàn không đồng ý, 3- Trung lập và 5 - Hoàn toàn đồng ý. Cụ thể, kế thừa từ thang đo của các tác giả: DeLone và McLean (2003); Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí (2021); Pavlos và Vrechopoulos (2008); Kim và cộng sự (2004); Wang (2008).

#### 3.2 Mẫu nghiên cứu

Tác giả sử dụng thuật toán ước lượng PLS SEM là một trình tự lặp của phương pháp bình phương tối thiểu nhỏ nhất (Wold và Bertholet, 1982). Về cỡ mẫu trong phân tích PLS SEM thì chưa có tiêu chuẩn về cỡ mẫu tối thiểu. Tuy nhiên, theo Hui và Wold (1982) thì cỡ mẫu càng cao thì càng tăng tính chính xác của ước lượng và với cỡ mẫu trên 200 thì đã đáp ứng yêu cầu. Nhằm đảm bảo độ tin cậy của các thang đo nghiên cứu, tác giả thực hiện khảo sát 234 đáp viên bằng phương pháp chọn mẫu xác suất theo kỹ thuật phân tầng thông qua gửi trực tiếp kết hợp trực tuyến bằng các ứng dụng mạng xã hội.

#### 4. Phân tích kết quả nghiên cứu và thảo luận

##### 4.1 Kiểm định mô hình đo lường

*Kiểm định Cronbach's Alpha:* Kết quả phân tích Bảng 1 trình bày cho thấy tất cả các yếu tố đều đạt độ tin cậy với hệ số Cronbach's Alpha của tất cả các yếu tố đều lớn hơn 0,7 (Hair và cộng sự, 2017), cụ thể dao động từ 0,884 - 0,911 và hầu hết các giá trị của hệ số tải của mỗi chỉ số đều lớn hơn 0,7 (giá trị bé nhất là 0,848). Do đó, độ tin cậy của chỉ số đã được đảm bảo. Như vậy, độ tin cậy thang đo của tất cả các biến phù hợp.

**Bảng 1. Kết quả tóm tắt các hệ số trong mô hình PLS-SEM**

Cấu trúc	Chỉ số	Hệ số tải của các chỉ số	Cronbach's Alpha	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	Tổng phương sai trích (AVE)	VIF
Chất lượng kỹ thuật (KT)	KT1	0,855	0,886	0,921	0,746	2,452
	KT2	0,879				2,785
	KT3	0,848				2,113
	KT4	0,872				2,425
Chất lượng hệ thống (HT)	HT1	0,908	0,906	0,941	0,842	2,819
	HT2	0,918				2,871
	HT3	0,927				3,244
Chất lượng phục vụ (PV)	PV1	0,881	0,911	0,937	0,790	3,051
	PV2	0,897				3,247
	PV3	0,914				3,337
	PV4	0,862				2,558
Chất lượng giá cả (GC)	GC1	0,895	0,884	0,928	0,811	2,264
	GC2	0,897				2,567
	GC3	0,910				2,789
Giá trị cảm nhận (CN)	CN1	0,936	0,893	0,933	0,823	3,496
	CN2	0,899				2,652
	CN3	0,886				2,429
Sự hài lòng (HL)	HL1	0,914	0,913	0,945	0,852	2,823
	HL2	0,925				3,341
	HL3	0,929				3,391
Chất lượng dịch vụ viễn thông di động (DV)	DV1	0,921	0,904	0,940	0,839	2,924
	DV2	0,911				2,857
	DV3	0,916				2,881

(Nguồn: Tổng hợp kết quả từ SmartPLS của tác giả)

*Độ tin cậy tổng hợp (CR):* Kết quả phân tích cho thấy độ tin cậy tổng hợp của KT = 0,921; HT = 0,941; PV = 0,937; GC = 0,928; CN = 0,933; HL = 0,945 và DV = 0,940. Nhìn chung, điểm tin cậy tổng hợp cho mỗi cấu trúc lớn hơn 0,8. Do đó, nó đã chứng minh rằng thang đo có độ tin cậy nhất quán bên trong tốt.

*Đánh giá giá trị hội tụ của thang đo:* kết quả cho thấy, hệ số tổng phương sai trích (AVE) của các yếu tố đều lớn hơn 0,5 đạt yêu cầu kiểm định, dao động từ 0,746 - 0,852. Theo Hair (2017) để một thang đo đạt giá trị hội tụ thì giá trị AVE phải lớn hơn 0,5, có nghĩa là các yếu tố sẽ giải thích ít nhất một nửa phương sai của các chỉ số tương ứng. AVE dưới 0,5 có nghĩa

là phương sai sai số vượt quá phương sai được giải thích. Như vậy, mỗi cấu trúc thể hiện giá trị hội tụ tốt.

*Đánh giá giá trị phân biệt:* để thang đo đạt giá trị phân biệt thì đối với bất kỳ biến tiềm ẩn nào, căn bậc hai của AVE phải cao hơn so với phương sai của bất kỳ biến tiềm ẩn nào khác. Trong SmartPLS, trong bảng tiêu chuẩn Fornell-Larcker, căn bậc hai của AVE xuất hiện trong các ô đường chéo và các mối tương quan giữa các biến xuất hiện bên dưới nó. Kết quả Bảng 2, phân tích này cho thấy rằng giá trị phân biệt cho các cấu trúc đã đạt được bởi căn bậc hai của các AVE (đường chéo in đậm) cao hơn so với các tương quan ngoài đường chéo. Ngoài ra, nghiên cứu được ước lượng qua việc sử dụng phương pháp chỉ số Heterotrait-Monotrait (gọi tắt là HTMT), kết quả chỉ ra rằng các chỉ số HTMT đối với tất cả các cặp biến nghiên cứu của yếu tố bậc một là  $< 0,9$ , thỏa mãn điều kiện chuẩn (Hair & cộng sự, 2016).

Từ các kết quả phân tích, tác giả có thể kết luận rằng các thang đo được sử dụng trong mô hình nghiên cứu đã đạt được độ tin cậy và đạt tính giá trị rất tốt.

**Bảng 2. Ma trận tương quan theo phương pháp Fornell-Larcker Criterion**

	DV	GC	HT	KT	PV	CN	HL
DV	<b>0,916</b>						
GC	0,693	<b>0,900</b>					
HT	0,685	0,639	<b>0,918</b>				
KT	0,669	0,656	0,730	<b>0,864</b>			
PV	0,660	0,688	0,735	0,699	<b>0,889</b>		
CN	0,730	0,768	0,735	0,703	0,712	<b>0,907</b>	
HL	0,820	0,791	0,757	0,778	0,743	0,828	<b>0,923</b>

(Nguồn: Tổng hợp kết quả từ SmartPLS của tác giả)

#### 4.2 Kiểm định mô hình cấu trúc

*Kiểm tra vấn đề về đa cộng tuyến:* Theo Hair và cộng sự (2017) cho rằng đa cộng tuyến có thể xảy ra nếu dung sai  $< 0,2$  hoặc nếu hệ số phương sai phóng đại (VIF)  $> 5$ . Hệ số VIF là nghịch đảo của dung sai và chứa cùng thông tin về đa cộng tuyến. Dung sai được tính bằng  $1$  trừ  $R^2$  của yếu tố. Điều này có nghĩa là khi  $R^2$  của một yếu tố nhỏ hơn  $0,8$  tính đa cộng tuyến không phải là vấn đề bởi nó đã đảm bảo các tiêu chí hoặc dung sai nhỏ hơn  $0,2$  hoặc VIF lớn hơn  $5$ . Kết quả nghiên cứu tại Bảng 1, cho thấy kết quả của VIF đều dưới ngưỡng  $5$ ; giá trị tối đa của VIF là  $3,496$  và giá trị tối thiểu là  $2,113$  cho thấy các biến tiềm ẩn không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến.

*Kiểm định sự phù hợp của mô hình:* Sự phù hợp của mô hình được kiểm định bằng giá trị  $R^2$ . Kết quả phân tích cho thấy, giá trị  $R^2$  hiệu chỉnh của mô hình giá trị cảm nhận là  $0,704$ , giá trị  $R^2$  hiệu chỉnh của mô hình sự hài lòng là  $0,801$  và giá trị  $R^2$  hiệu chỉnh của mô hình chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại Viettel Telecom là  $0,678$  đạt tiêu chuẩn thống kê về độ phù hợp của mô hình và các  $R^2$  hiệu chỉnh của mô hình đều lớn hơn  $0,67$ . Do đó, mô hình được giải thích mạnh (Höck và Ringle, 2010) thể hiện trong Bảng 3.

**Bảng 3. Kiểm định bằng R và  $R^2$**

	R Square	R Square Adjusted
Chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại Viettel Telecom (DV)	0,681	0,678
Giá trị cảm nhận (CN)	0,709	0,704
Sự hài lòng (HL)	0,805	0,801

(Nguồn: Tổng hợp kết quả từ SmartPLS của tác giả)

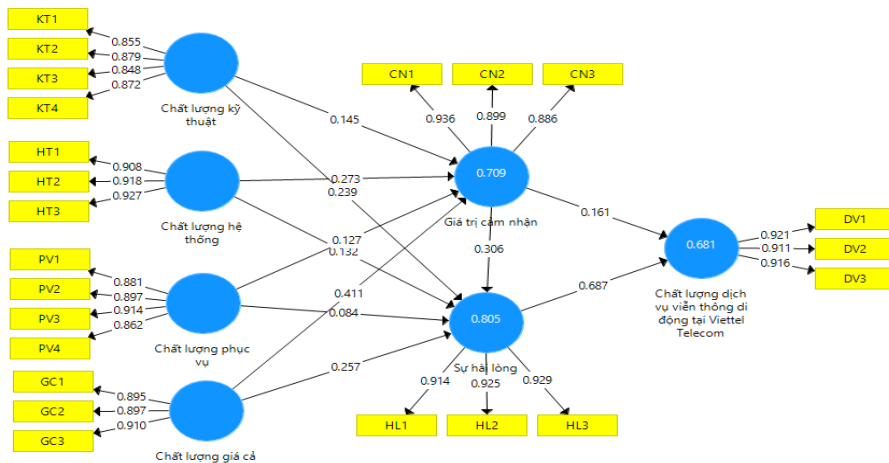
Tác giả sử dụng chỉ số Commuality để đánh giá mô hình phù hợp với mô hình cấu trúc, theo Hair và cộng sự (2016) cho rằng chỉ số Commuality tương đương với AVE trong mô hình PLS và nên có giá trị > 0,5 để mô hình phù hợp. Theo kết quả Bảng 3, mô hình cấu trúc đã thể hiện AVE đều lớn hơn 0,5 cho tất cả các cấu trúc.

Đồng thời, sử dụng chỉ số kích thước ảnh hưởng của Cohen (1988), được gọi là hệ số tác động  $f^2$ , phân loại kích thước ảnh hưởng thành ba nhóm như sau: Kích thước ảnh hưởng lớn ở các giá trị  $f$  lớn hơn 0,4; Kích thước ảnh hưởng trung bình ở các giá trị  $f$  nằm trong khoảng từ 0,25 đến 0,40; và Kích thước ảnh hưởng nhỏ ở giá trị  $f$  nhỏ hơn 0,1, thể hiện trong Bảng 5.

Ngoài ra, chất lượng của mô hình còn được đo bằng chỉ số mức độ phù hợp toàn cầu (GoF). Giá trị GoF được tính bằng công thức:  $GoF = \sqrt{Average R^2 * Average communality}$ , kết quả cho thấy  $GoF = 0,783$  đã chỉ ra độ phù hợp của mô hình ảnh hưởng lớn (Hair và cộng sự, 2017). Mặt khác, các giá trị hệ số  $Q^2$  đều lớn hơn ngưỡng giá trị 0 với giá trị nhỏ nhất là 0,561 (Bảng 5) và  $SRMR = 0,053 < 0,08$ . Từ tất cả các kết quả trên, nghiên cứu này đã chứng minh rằng mô hình PLS được xác nhận mô hình phù hợp rất tốt với dữ liệu thực nghiệm.

**4.3 Kiểm định mô hình nghiên cứu và giả thuyết**

Bằng việc sử dụng chức năng Bootstrapping với cỡ mẫu lặp lại là 5000 quan sát (Hair và cộng sự, 2017), từ bảng thống kê phân tích các hệ số hồi quy tại Bảng 4 cho thấy mô hình có tất cả các mối quan hệ đều đạt ý nghĩa thống kê. So sánh mức độ tác động của 4 biến độc lập: chất lượng kỹ thuật, chất lượng hệ thống, chất lượng phục vụ và chất lượng giá cả vào biến phụ thuộc giá trị cảm nhận theo thứ tự giảm dần như sau: GC, HT, KT và PV; Mức độ tác động của 5 biến: chất lượng kỹ thuật, chất lượng hệ thống, chất lượng phục vụ, chất lượng giá cả và giá trị cảm nhận vào biến phụ thuộc sự hài lòng theo thứ tự giảm dần: CN, GC, KT, HT và PV; Nếu so sánh mức độ tác động của 2 yếu tố giá trị cảm nhận và sự hài lòng đến chất lượng dịch vụ viễn thông di động thì sự hài lòng có tác động đến chất lượng dịch vụ viễn thông di động lớn hơn so với giá trị cảm nhận tác động đến yếu tố này.



**Hình 2. Kết quả mô hình ước lượng qua SMART PLS-SEM**

(Nguồn: Tổng hợp kết quả từ SmartPLS của tác giả)

**Kiểm định giả thuyết nghiên cứu:** Các giả thuyết đều được chấp nhận ở độ tin cậy 95%, điều này cho thấy rằng chất lượng kỹ thuật, chất lượng hệ thống, chất lượng phục vụ và chất lượng giá cả đều tạo nên giá trị cảm nhận. Đồng thời, chất lượng kỹ thuật, chất lượng hệ thống, chất lượng phục vụ, chất lượng giá cả và giá trị cảm nhận tạo ra sự hài lòng của khách hàng. Giá trị cảm nhận và sự hài lòng tạo nên chất lượng dịch vụ viễn thông di động theo

đánh giá của khách hàng. Ngoài ra, kết quả cũng cho thấy hệ số ảnh hưởng của giá trị cảm nhận đối với chất lượng dịch vụ viễn thông di động của khách hàng là 0,161, trong khi hệ số ảnh hưởng của sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ viễn thông di động là 0,687 với giá trị p có ý nghĩa thống kê, điều đó cho thấy sự hài lòng có ảnh hưởng mạnh mẽ hơn đến chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại Viettel Telecom so với giá trị cảm nhận. Khách hàng sẽ cảm thấy chất lượng dịch vụ viễn thông di động của Viettel Telecom là tốt hơn khi sự hài lòng của khách hàng được xem là cao, điều này quan trọng hơn là giá trị cảm nhận của họ.

**Bảng 4: Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa các biến**

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số tác động	P Value	f <sup>2</sup>	Kết quả
H1	KT → CN	0,145	0,017	0,028	Chấp nhận
H2	KT → HL	0,239	0,001	0,109	Chấp nhận
H3	HT → CN	0,273	0,000	0,092	Chấp nhận
H4	HT → HL	0,132	0,014	0,029	Chấp nhận
H5	PV → CN	0,127	0,033	0,020	Chấp nhận
H6	PV → HL	0,084	0,005	0,013	Chấp nhận
H7	GC → CN	0,411	0,000	0,265	Chấp nhận
H8	GC → HL	0,257	0,000	0,122	Chấp nhận
H9	CN → HL	0,306	0,000	0,140	Chấp nhận
H10	CN → DV	0,161	0,004	0,025	Chấp nhận
H11	HL → DV	0,687	0,000	0,465	Chấp nhận

(Nguồn: Tổng hợp kết quả từ SmartPLS của tác giả)

**Bảng 5. Kết quả phân tích hệ số Q<sup>2</sup>**

	SSO	SSE	Q <sup>2</sup> (=1-SSE/SSO)
Chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại Viettel Telecom (DV)	819,000	359,358	0,561
Chất lượng giá cả (GC)	819,000	819,000	
Chất lượng hệ thống (HT)	819,000	819,000	
Chất lượng kỹ thuật (KT)	1092,000	1092,000	
Chất lượng phục vụ (PV)	1092,000	1092,000	
Giá trị cảm nhận (CN)	819,000	354,931	0,567
Sự hài lòng (HL)	819,000	267,833	0,673

(Nguồn: Tổng hợp kết quả từ SmartPLS của tác giả)

### 4.3. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu đã cho thấy rằng chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại Viettel Telecom được xác định bằng mô hình bởi ảnh hưởng của các yếu tố thành phần thông qua vai trò trung gian của giá trị cảm nhận và sự hài lòng của khách hàng. Điều này chưa tìm thấy trong các nghiên cứu trước như: Panama và cộng sự (2023); Al-Debei và cộng sự (2022); Trần Đăng Khoa và Nguyễn Hoàng Sơn (2023).

Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cho thấy rằng có sự tương đồng trong mô hình yếu tố vai trò trung gian là Giá trị cảm nhận và Sự hài lòng với nghiên cứu của Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí (2021). Tuy nhiên, một khám phá mới trong nghiên cứu này trọng tâm là vai trò trung gian của Giá trị cảm nhận và Sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ VTĐĐ trong khi nghiên cứu của Phùng Thanh Bình và Nguyễn Minh Trí (2021) lại chỉ ra sự gắn kết của khách hàng.

Đồng thời, các tác giả trước đều xem xét, đánh giá và xem sự hài lòng là chất lượng dịch vụ của nhà cung cấp trong bối cảnh ngành viễn thông di động. Trong khi đó, kết quả

cho thấy sự hài lòng và giá trị cảm nhận đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa các yếu tố đối với chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại Viettel Telecom, đây là một khám phá mới về mô hình chất lượng dịch vụ viễn thông di động có thể ứng dụng cho các nhà cung cấp dịch vụ khác tại Việt Nam.

### **5. Hàm ý quản trị**

Bằng việc sử dụng ước lượng mô hình cấu trúc đường dẫn (PLS – SEM), nghiên cứu chất lượng dịch vụ viễn thông di động tại Viettel Telecom. Kết quả nghiên cứu, cho thấy mô hình nghiên cứu với 11 giả thuyết đề ra để được chấp nhận có ý nghĩa thống kê. Đồng thời, kết quả nghiên cứu còn cho thấy rằng yếu tố Giá trị cảm nhận và Sự hài lòng của khách hàng đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa 4 yếu tố: Chất lượng kỹ thuật, Chất lượng hệ thống, Chất lượng phục vụ, Chất lượng giá cả và Chất lượng dịch vụ VTĐĐ tại Viettel Telecom.

Từ kết quả nghiên cứu trên cho phép tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị như sau:

*Một là*, tiếp tục cải thiện các khía cạnh còn hạn chế nhằm gia tăng sự cảm nhận và hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ viễn thông di động Tại Viettel Telecom, cụ thể như sau:

**Cải thiện chất lượng kỹ thuật:** nhà cung cấp cần đầu tư thiết bị và hạ tầng mạng truyền dẫn đủ rộng để phủ sóng tốt cũng như đầu tư và cập nhật công nghệ tiên tiến được khuyến nghị của hiệp hội và theo tiêu chuẩn ban hành của cơ quan nhà nước để đáp ứng tốt nhất các kết nối của khách hàng luôn ổn định tại mọi thời điểm, đặc biệt cần chú trọng thời gian cao điểm, thời gian khách hàng truy cập đồng thời.

**Chất lượng hệ thống:** có những chính sách đầu tư nâng cấp và thường xuyên cập nhật hệ thống để quy trình giao tiếp với khách hàng đơn giản và dễ thực hiện. Giao diện giao tiếp với khách hàng thông qua hệ thống dễ hiểu và thân thiện. Các bước thực hiện liên quan đến quy trình thao tác phải được giảm thiểu độ phức tạp và phản hồi đầy đủ cho khách hàng về các thao tác và sự tương tác được thực hiện nhanh chóng.

**Chất lượng phục vụ:** thực hiện các chương trình quảng cáo, liên kết với đối tác hợp tác khuyến mãi thông qua hệ thống giao diện với người sử dụng hoặc trên kênh truyền hình, thường xuyên cung cấp cho khách hàng các dịch vụ mới và công nghệ mới nhằm nâng cao công tác phục vụ, chăm sóc khách hàng của Viettel Telecom.

**Chất lượng giá cả:** cần phải tập trung xây dựng chiến lược về giá, chính sách giá bằng các hình thức thông qua các chương trình ưu đãi về giá cước dịch vụ cho khách hàng lâu năm, khách hàng mới; chương trình tặng thêm dung lượng kết nối 4G, 5G cho khách hàng trả sau, các ưu đãi giảm giá cước cuộc gọi cho thuê bao trả trước và các cước phát sinh cho cuộc gọi nội mạng.

*Hai là*, tăng giá trị cảm nhận của khách hàng, thường xuyên thực hiện khảo sát ý kiến khách hàng về chất lượng kỹ thuật, chất lượng hệ thống, chất lượng phục vụ và chất lượng giá cả của khách hàng và những bất lợi cũng như những giá trị mang lại, qua đó có những chính sách và biện pháp cải thiện giúp đáp ứng nhu cầu của khách hàng cao hơn. Tăng cường và đổi mới các hoạt động khuyến mãi, quảng cáo để thu hút khách hàng quan tâm và gắn kết lâu dài với nhà cung cấp.

*Ba là*, tăng sự hài lòng sau khi sử dụng dịch vụ viễn thông di động, sự hài lòng được xem là yếu tố chìa khóa và quan trọng nhất để các công ty có thể tồn tại và phát triển bền vững. Trong cuộc cách mạng công nghệ thông tin – viễn thông, khách hàng ngày càng biết nhiều thông tin và trở nên đòi hỏi và mong muốn được hỗ trợ nhiều hơn, Viettel Telecom cần phải làm cho khách hàng càng hài lòng hơn với dịch vụ mà mình cung cấp.

### Tài liệu tham khảo

Al Ajaleen, Y. S., & Saadon, M. S. (2023). The effect of service quality on customer satisfactions in Jordanian Telecommunications companies. *RES MILITARIS*, 13(1), 2174-2192.

Al-Debei, M. M., Dwivedi, Y. K., & Hujran, O. (2022). Why would telecom customers continue to use mobile value-added services?. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 100242.

Bộ thông tin và Truyền thông (2022), *Thông tư số 19/2022/TT-BTTTT về việc ban hành Quy chuẩn kỹ thuật Quốc Gia về chất lượng dịch vụ điện thoại trên mạng viễn thông di động mặt đất*, ban hành ngày 29 tháng 11 năm 2022.

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Routledge Academic.

Cronin, J.J., Jr., Brady, M.K. & Hult, G.T.M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218.

Dabholkar, P. A., Shepherd, C. D., & Thorpe, D. I. (2000). A comprehensive framework for service quality: an investigation of critical conceptual and measurement issues through a longitudinal study. *Journal of retailing*, 76(2), 139-173.

Delone, W.H. & McLean, E.R. (2003). The Delone and McLean model of information system success, a ten year update. *Journal of Management Information System*, 19 (4), 9-30.

Gerpott, T.J., Rams, W. & Schindler, A. (2001). Customer retention, loyalty, and satisfaction in the German cellular telecommunications market. *Telecommunications Policy*, 25(4), 249-269.

Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44.

Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2016). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (2<sup>nd</sup> Ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Hock, C., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2010). Management of multi-purpose stadiums: Importance and performance measurement of service interfaces. *International journal of services technology and management*, 14(2-3), 188-207.

Hui, B. S., & Wold, H. (1982). Consistency and consistency at large of partial least squares estimates. *Systems under indirect observation, part II*, 119-130.

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, 145-159.

Lee, H. & Kim, J. (2007). Determinants of success for application service provider: An empirical test in small business. *International Journal of Human-Computer Studies*, 65(9), 796-815.

Moulton, P. (2001). *Telecommunications survival guide*, Prentice Hall.

Nguyễn Thanh Liêm, Đặng Hoàng Minh & Tất Duyên Thư (2023). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ điện thoại di động: Nghiên cứu tại thị trường Tiền Giang. *Tạp chí khoa học đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh-Kinh tế và Quản trị kinh doanh*, 18(5), 47-58.

Nguyễn Minh Lợi & Dương Bá Vũ Thi (2021). Các yếu tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ viễn thông di động của Viettel Quảng Trị: kiểm định bằng mô hình PLS-SEM. *Tạp chí Quản lý Kinh tế Quốc tế (Journal of International Economics and Management)*, (135), 90-104.

Panama, A. E., Ugiagbe, I. J., & Aguwamba, S. (2023). Determinants of Customer

Switching Behaviour in Mobile Telecommunication Industry in South-South Nigeria. *British Journal of Marketing Studies*, 11(3), 17-62.

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.

Pavlos, A.V. & Vrechopoulos, A.P. (2008). Determinants of behavioral intentions in the mobile internet services market. *Journal of Services Marketing*, 22(4), 280-291.

Phùng Thanh Bình & Nguyễn Minh Trí (2021). Các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của khách hàng mạng viễn thông di động tại thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Quản lý Kinh tế Quốc tế (Journal of International Economics and Management)*, (135), 70-89.

Santouridis, I. & Trivellas, P. (2010). Investigating the impact of service quality and customer satisfaction on customer loyalty in mobile telephony in Greece. *The TQM Journal*, 22(3), 330-343.

Sweeney, J. C., Soutar, G. N., & Johnson, L. W. (1997). Retail service quality and perceived value: A comparison of two models. *Journal of retailing and Consumer Services*, 4(1), 39-48.

Trần Đăng Khoa & Nguyễn Hoàng Sơn (2023). Exploring the effects of service quality on customer loyalty: An empirical study of Vinaphone. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính-Marketing*, 89-99.

Ulbrich, F., Christensen, H. & Stankus, L. (2011). Gender-specific on-line shopping preferences. *Electronic Commerce Research*, 11(2), 181-199.

Wang, X. L. (2008). Penalized maximal F test for detecting undocumented mean shift without trend change. *Journal of Atmospheric and Oceanic Technology*, 25(3), 368-384.

Willis, T. H., Huston, C. R., & Pohlkamp, F. (1993). Evaluation measures of just-in-time supplier performance. *Production and Inventory Management Journal*, 34(2), 1.

Wold, H. & Bertholet, J.L. (1982). The PLS (Partial Least Squares) approach to multidimensional contingency tables. *METRON*, 40(1-2), 303-326.

Zeithaml, V.A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.

Zhou, T. (2013). An empirical examination of continuance intention of mobile payment services. *Decision Support Systems*, 54(2), 1085-1091.