

SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI DÂN ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ DỰ ÁN NHÀ Ở XÃ HỘI TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH (NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP CHUNG CƯ RESCO)

VÕ TƯỜNG HUÂN*
TRẦN BÁ HÙNG**

Bài viết trình bày kết quả nghiên cứu từ khảo sát 250 cư dân của chung cư Resco (tại TPHCM), với mong muốn xác định và đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nhân tố chất lượng dịch vụ chung cư nhà ở xã hội đối với sự hài lòng của người dân. Nghiên cứu áp dụng phương pháp kiểm định độ tin cậy thang đo, phân tích nhân tố khám phá và phân tích hồi quy bội, nhằm xác định mô hình sự hài lòng của cư dân gồm năm nhân tố: 'Phương tiện hữu hình'; 'Sự tin cậy'; 'Sự đáp ứng'; 'Sự đồng cảm'; và 'Sự đảm bảo'. Kết quả, nhân tố 'Phương tiện hữu hình' có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ của dự án; theo sau là các nhân tố 'Sự tin cậy' và 'Sự đáp ứng'. Trong nghiên cứu này, nhân tố 'Sự đảm bảo' có ảnh hưởng thấp nhất.

Từ khóa: sự hài lòng, dịch vụ chung cư, dự án nhà ở xã hội

Nhận bài ngày: 24/8/2022; *đưa vào biên tập:* 30/8/2022; *phản biện:* 07/1/2023; *duyet đăng:* 10/2/2023

1. DẪN NHẬP

Sau 16 năm thực hiện chính sách nhà ở xã hội (NOXH), nhiều dự án chung cư đã hoàn thành và được đưa vào sử dụng, chuyển giao cho các đối tượng theo quy định, phục vụ nhu cầu

của người dân. Tuy nhiên, nhắc đến chung cư NOXH và/hoặc chung cư dành cho người thu nhập thấp và trung bình thì nhiều người dân sẽ có tâm lý lo lắng về điều kiện sinh hoạt không tốt, e ngại sự thiếu chất lượng, thiếu an toàn và các dịch vụ tại chung cư chưa được đảm bảo. Chất lượng sống của người sở hữu và sinh sống trong dự án đó trở thành một ẩn số

*, ** Trường Đại học Quốc tế - Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.

cần được giải đáp. Hiện nay chưa có nghiên cứu nào giúp đánh giá sự hài lòng của cư dân đối với chất lượng dịch vụ tại đây cũng như là các chung cư NOXH khác tại TPHCM. Nghiên cứu trường hợp chung cư Resco nhằm tìm kiếm các giải pháp cải thiện các dịch vụ tốt hơn, nâng cao sự hài lòng của người dân đối với mô hình này.

Dự án chung cư Resco tại Bến Ba Đình, Quận 8, TPHCM bao gồm hai khối chung cư cao 15 tầng, gồm 350 căn hộ, trong đó có 108 căn hộ thuộc diện NOXH và 242 căn hộ là nhà ở thương mại. Dự án này đã thực hiện các thủ tục cho thuê, mua, và tiến hành bàn giao căn hộ cho cư dân thuộc diện được thuê mua NOXH vào năm 2014.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

Theo Wisniewski (2001), trong các tài liệu nghiên cứu, chất lượng dịch vụ là một khái niệm gây nhiều chú ý và tranh cãi bởi vì các nhà nghiên cứu gặp nhiều khó khăn trong việc định nghĩa. Theo Grönross (1984), chất lượng dịch vụ hình thành dựa trên ba thành phần: (1) hình ảnh nhà cung ứng dịch vụ, (2) chất lượng chức năng, và (3) chất lượng kỹ thuật; theo Parasuraman và cộng sự (1985, 1988), khoảng cách giữa cảm nhận và kỳ vọng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ chính là chất lượng dịch vụ - đây là định nghĩa được các học giả trích dẫn nhiều nhất khi nghiên cứu về chủ đề này. Đơn giản hơn, Cronin và Taylor (1992) thì cho rằng bỏ qua giá

trị kỳ vọng, mức độ cảm nhận của khách hàng khi sử dụng dịch vụ chính là chất lượng dịch vụ.

Tương tự như khái niệm về chất lượng dịch vụ, nhiều năm qua các học giả trên thế giới cũng có nhiều tranh luận về khái niệm sự hài lòng của khách hàng nói chung; trong đó, nhiều nghiên cứu cũng chỉ ra nhiều định nghĩa khác nhau về sự hài lòng trong các lĩnh vực khác nhau. Một số định nghĩa tiêu biểu về sự hài lòng của khách hàng như sau: Sự hài lòng của khách hàng là phản ứng về sự khác biệt cảm nhận giữa kinh nghiệm đã biết và sự mong đợi của khách hàng về dịch vụ (Parasuraman và cộng sự, 1988), sự hài lòng là sự so sánh chủ quan của người mua giữa kỳ vọng trước khi mua hàng và hiệu suất thực tế sau khi tiêu dùng dịch vụ hoặc sản phẩm (Rai, 2013). Định nghĩa này ngụ ý rằng những gì có thể làm hài lòng một người mua không nhất thiết phải làm hài lòng người khác (Forsythe, 2007); đơn giản hơn, Dekker và cộng sự (2011) xem sự hài lòng là trạng thái mà nhu cầu của một người được đáp ứng.

Sự hài lòng của khách hàng đã được công nhận là một trong những yếu tố quan trọng nhất của tư tưởng marketing hiện đại, đặc biệt là trong trường hợp các ngành dịch vụ (Bejou và cộng sự, 1998), và là một trong những mục tiêu chính của marketing (Erevelles - Leavitt, 1992). Trong kinh doanh, yếu tố quan trọng để duy trì được thành công lâu dài là sự hài lòng

của khách hàng, đồng thời có sự phù hợp trong các chiến lược kinh doanh nhằm thu hút, duy trì khách hàng (Zeithaml và cộng sự, 1996). Do tính trung tâm của nó, các lý thuyết và mô hình khác nhau đã được phát triển trong nỗ lực xác định cấu trúc, giải thích sự hài lòng trong các sản phẩm/dịch vụ và để xem xét đánh giá các giai đoạn tiêu dùng khác nhau (Erevelles - Leavitt, 1992).

Theo Parasuraman và cộng sự (1988), chất lượng dịch vụ và sự hài lòng tuy là hai khái niệm khác nhau nhưng có sự liên hệ chặt chẽ với nhau. Theo nhiều nghiên cứu, chất lượng dịch vụ có tác động quan trọng và tích cực đến sự hài lòng của khách hàng (Cronin - Taylor, 1992; Othman và cộng sự, 2019; Fida và cộng sự, 2020). Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng có mối tương quan chặt chẽ và chất lượng dịch vụ đó là tiền đề của sự hài lòng của khách hàng (Anderson - Fornell, 2000; Olsen, 2002). Một số nghiên cứu còn chỉ ra nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến sự thỏa mãn là chất lượng dịch vụ (Ruyter và cộng sự, 1997). Do vậy, khi khách hàng có thể thụ hưởng chất lượng dịch vụ càng tốt, sự hài lòng của họ sẽ càng cao (Brady - Robertson, 2001).

Trong các nghiên cứu về lĩnh vực dịch vụ công, dịch vụ đô thị cũng chỉ ra điều tương tự: chất lượng là yếu tố then chốt cho sự chuyển đổi của các dịch vụ đô thị và là động lực quan trọng để người dân hài lòng hơn

(Rodríguez và cộng sự, 2009). Ví dụ, hệ thống phân phối hiệu quả ngày nay trở thành trọng tâm của nhiều chính phủ trên thế giới, với lý do là xã hội luôn nhấn mạnh và hy vọng chính quyền có thể cung cấp cho người dân dịch vụ đạt tiêu chuẩn chất lượng như mong đợi của người nộp thuế (Wan và cộng sự, 2008). Như vậy, hiểu chính xác sự nhận thức/mong đợi của khách hàng là bước quan trọng nhất để xác định và cung cấp dịch vụ chất lượng.

Các mô hình hoặc thang đo chất lượng dịch vụ có điểm tương đồng và khác nhau do dựa trên những quan niệm về lý luận, khái niệm khác nhau đối với chất lượng dịch vụ. Parasuraman và cộng sự (1985, 1988) đã phát triển mô hình năm khoảng cách chất lượng dịch vụ SERVQUAL và đã có nhiều sự đồng tình từ các nhà nghiên cứu về chất lượng dịch vụ, được ứng dụng rộng rãi trong nhiều nghiên cứu. Parasuraman và cộng sự (1988) đề xuất thang đo SERVQUAL với năm nhân tố của chất lượng dịch vụ, bao gồm: (1) Sự tin cậy; (2) Sự đáp ứng; (3) Tính hữu hình; (4) Sự đảm bảo; và (5) Sự đồng cảm; với 22 biến quan sát, đo lường cả giá trị kỳ vọng và giá trị cảm nhận kết quả của khách hàng về chất lượng dịch vụ.

Vì thủ tục đo lường SERVQUAL hơi dài dòng, đã xuất hiện các biến thể của thang đo SERVQUAL, trong đó có thang đo SERVPERF. Theo Cronin và Taylor (1992), một số học giả đã có

những tranh luận về những khía cạnh của khái niệm, lý lẽ của mô hình và thực tiễn của mô hình SERVQUAL. Lý do là khái niệm chất lượng dịch vụ được định nghĩa dựa trên thái độ của khách hàng trong khi sự hài lòng của khách hàng thì dựa trên sự việc đã xảy ra để so sánh sự khác biệt giữa kỳ vọng và kết quả. Đo lường chất lượng dịch vụ mà sử dụng khoảng cách giữa giá trị kỳ vọng và kết quả dịch vụ là không phù hợp. Trong các nghiên cứu liên quan về chất lượng dịch vụ hành chính công gần đây và sự hài lòng của khách hàng đã sử dụng các nhân tố của mô hình chất lượng dịch vụ SERVQUAL và bổ sung biến quan sát chất lượng dịch vụ, đồng thời bỏ qua giá trị kỳ vọng, chỉ đo lường đánh giá cảm nhận theo SERVPERF (Agus và cộng sự, 2007; Hadiyati, 2014; Mokhlis và cộng sự, 2011). Với mô hình SERVPERF, Cronin và Taylor (1992) cho rằng mức độ cảm nhận của khách hàng đối với việc doanh nghiệp/tổ chức thực hiện dịch vụ sẽ phản ánh tốt nhất chất lượng dịch vụ. Đây cũng là thang đo được các tác giả sử dụng trong bài nghiên cứu này, với năm nhân tố độc lập của chất lượng dịch vụ chung cư, gồm (1) Sự tin cậy; (2) Sự đáp ứng; (3) Phương tiện hữu hình; (4) Sự đảm bảo; và (5) Sự đồng cảm; cùng 22 biến quan sát cho các nhân tố này và một nhân tố phụ thuộc (gồm 4 biến quan sát) là sự hài lòng của cư dân. Theo đó, có năm giả thuyết tương ứng như: H1: 'Sự tin cậy' có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của

cư dân; H2: 'Sự đáp ứng' có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của cư dân; H3: 'Phương tiện hữu hình' có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của cư dân; H4: 'Sự đảm bảo' có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của cư dân; và H5: 'Sự đồng cảm' có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của cư dân.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu tiến hành dựa trên cơ sở dữ liệu được thu thập từ cư dân hiện đang sinh sống tại chung cư Resco, TPHCM. Do một số hạn chế nhất định về nhân lực và thời gian thực hiện khảo sát, nghiên cứu sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện, với hình thức phát phiếu điều tra đến 260 cư dân hiện đang sinh sống tại 108 căn hộ thuộc diện NOXH của dự án (khảo sát được thực hiện tại từng căn hộ và những khu vực công cộng/sinh hoạt chung có đối tượng liên quan trong khuôn viên dự án). Thời gian thực hiện khảo sát từ tháng 6/2022 đến tháng 7/2022. Kết quả nhận lại được 250 phiếu đạt yêu cầu; 10 phiếu không hợp lệ là những phiếu không có đầy đủ câu trả lời. Theo Hair và cộng sự (2010), đối với mô hình phân tích nhân tố khám phá thì tham số ước lượng cần dung lượng mẫu tối thiểu là 5 quan sát (10 quan sát trở lên là tốt nhất). Do đó kích thước mẫu tối thiểu cần thiết cho nghiên cứu chính thức là 130 quan sát, nhằm đảm bảo tính đại diện của mẫu. Các dữ liệu sau đó được xử lý bằng phần mềm 'SPSS 20' và tổng hợp phân tích

dựa trên các phương pháp thống kê mô tả, thống kê phân tích. Thang đo Likert được thiết kế với 5 mức điểm để đo lường mức độ đánh giá của đối tượng tham gia được kiểm định độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha. Các thang đo được đánh giá thông qua công cụ chính là hệ số Cronbach's Alpha. Độ tin cậy của thang đo được đánh giá bằng phương pháp thông qua hệ số Cronbach's Alpha và hệ số tương quan biến tổng. Theo Hoàng Trọng và cộng sự (2008), thang đo lường tốt là ($0,8 < \alpha < 1,0$), thang đo sử dụng được là ($0,7 < \alpha < 0,8$); nếu là khái niệm nghiên cứu mới thì $\alpha > 0,6$ là sử dụng được (thang đo lường kém là khi $0,5 < \alpha < 0,6$). Các biến quan sát có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3 được coi là biến không phù hợp (Nunnally, 1978). Phương pháp phân tích nhân tố (EFA) được sử dụng để xác định các nhân tố tác động đến sự hài lòng của cư dân đối với chất lượng dịch vụ chung cư.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Một số đặc điểm của mẫu khảo sát được thể hiện qua Bảng 1.

Bảng 1. Thông tin của mẫu khảo sát

Loại		Số lượng	%
Giới tính	Nam	130	52
	Nữ	120	48
Tổng cộng		250	100
Tuổi	Dưới 30 tuổi	55	22
	Từ 30 đến 40 tuổi	120	48
	Trên 40 tuổi	75	30

Tổng cộng		250	100
Thu nhập (đồng/tháng)	Dưới 11 triệu	197	79
	Từ 11 triệu đến dưới 18 triệu	53	21
	Trên 18 triệu	0	0
Tổng cộng		250	100
Nghề nghiệp	Công nhân	12	5
	Công chức/viên chức/sĩ quan	150	60
	Sinh viên/học sinh	30	12
	Khác	58	23
Tổng cộng		250	100
Thời gian sinh sống tại chung cư	Dưới 1 năm	38	15
	Trên 1 năm	212	85
Tổng cộng		250	100

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2022.

Đối với giả thuyết H1, sự tin cậy gồm 5 biến quan sát, được ký hiệu là 'TC', thể hiện ở Bảng 2:

Bảng 2. Thang đo sự tin cậy

STT	Ký hiệu	Biến quan sát
1	TC1	Dịch vụ được thực hiện đúng về thời gian như đã hứa (thời gian thu gom rác; thời gian vệ sinh tòa nhà...)
2	TC2	Khi bạn gặp trở ngại, Ban Quản lý chung cư chứng tỏ mối quan tâm thực sự muốn giải quyết trở ngại đó
3	TC3	Các loại dịch vụ được cung cấp đúng như cam kết trong hợp đồng (các tiện ích chung cư, thu phí đúng quy định...)
4	TC4	Ban Quản lý chung cư đáng tin cậy trong xử lý các vấn đề của khách hàng
5	TC5	Ban Quản lý chung cư thực hiện nhiệm vụ đúng ngay từ lần đầu, không để xảy ra sai

		sốt nào (Ví dụ: hàng tháng luôn thông báo và thực hiện thu phí đúng quy định,...)
--	--	---

Nguồn: Nhóm tác giả chuyển thể từ nghiên cứu của Cronin và Taylor (1992).

Đối với giả thuyết H2, sự đảm bảo gồm 4 biến quan sát, được ký hiệu là 'DB', thể hiện như ở Bảng 3:

Bảng 3. Thang đo sự đảm bảo

STT	Ký hiệu	Biến quan sát
1	DB1	Cách cư xử của nhân viên Ban quản lý chung cư tạo niềm tin cho bạn
2	DB2	Nhân viên của Ban quản lý chung cư luôn lịch sự, niềm nở với bạn
3	DB3	Ban quản lý chung cư có kiến thức chuyên môn để giải đáp, thực hiện yêu cầu cho bạn
4	DB4	Bạn cảm thấy an toàn, yên tâm đối với các dịch vụ được cung cấp tại chung cư (an ninh, bảo trì hạ tầng, giữ xe...)

Nguồn: Nhóm tác giả chuyển thể từ nghiên cứu của Cronin và Taylor (1992).

Đối với giả thuyết H3, phương tiện hữu hình gồm 4 biến quan sát, được ký hiệu là 'HH', thể hiện tại Bảng 4 như sau:

Bảng 4. Thang đo phương tiện hữu hình

STT	Ký hiệu	Biến quan sát
1	HH1	Trang thiết bị tại chung cư là hiện đại
2	HH2	Các cơ sở vật chất của chung cư trông bắt mắt
3	HH3	Nhân viên Ban quản lý chung cư ăn mặc gọn gàng và lịch sự

4	HH4	Nhân viên Ban quản lý chung cư sử dụng phương tiện, thiết bị phù hợp khi thực hiện nhiệm vụ
---	-----	---

Nguồn: Nhóm tác giả chuyển thể từ nghiên cứu của Cronin và Taylor (1992).

Đối với giả thuyết H4, sự đáp ứng bao gồm 4 biến quan sát, được ký hiệu là 'DU', thể hiện qua Bảng 5 như sau:

Bảng 5. Thang đo sự đáp ứng

STT	Ký hiệu	Biến quan sát
1	DU1	Ban quản lý chung cư cho bạn biết chính xác khi nào họ thực hiện dịch vụ
2	DU2	Ban quản lý chung cư nhanh chóng thực hiện yêu cầu của cư dân
3	DU3	Ban quản lý chung cư luôn sẵn sàng giải quyết nhu cầu của cư dân
4	DU4	Ban quản lý chung cư không bao giờ quá bận đến nỗi không phản hồi yêu cầu của bạn

Nguồn: Nhóm tác giả chuyển thể từ nghiên cứu của Cronin và Taylor (1992).

Đối với giả thuyết H5, sự đồng cảm gồm 5 biến quan sát, được ký hiệu là 'DC', thể hiện trong Bảng 6 như sau:

Bảng 6. Thang đo sự đồng cảm

STT	Ký hiệu	Biến quan sát
1	DC1	Ban quản lý của chung cư làm việc vào những giờ thuận tiện cho tất cả các khách hàng
2	DC2	Ban quản lý chung cư có những nhân viên biết quan tâm đến nhu cầu của cư dân
3	DC3	Ban quản lý chung cư luôn mong muốn cải thiện dịch vụ phục vụ cho cư dân

4	DC4	Nhân viên của Ban quản lý chung cư hiểu rõ những nhu cầu cụ thể của bạn khi sinh sống tại chung cư
5	DC5	Ban quản lý chung cư luôn quan tâm đặc biệt đến nhu cầu riêng của bạn

Nguồn: Nhóm tác giả chuyển thể từ nghiên cứu của Cronin và Taylor (1992).

Cuối cùng, sự hài lòng của cư dân (ký hiệu là HL) gồm 4 biến quan sát, được thể hiện trong Bảng 7 như sau:

Bảng 7. Thang đo sự hài lòng

STT	Ký hiệu	Biến quan sát
1	HL1	Cư dân hài lòng về hoạt động minh bạch, rõ ràng của Ban quản lý hiện tại
2	HL2	Cư dân hài lòng về hiệu quả chất lượng dịch vụ cung cấp của Ban quản lý hiện tại
3	HL3	Cư dân tại chung cư sẽ tiếp tục sử dụng việc cung cấp dịch vụ của Ban quản lý hiện tại
4	HL4	Anh/chị sẽ giới thiệu về chất lượng dịch vụ tại chung cư với người bên ngoài chung cư

Nguồn: Nhóm tác giả chuyển thể từ nghiên cứu của Cronin và Taylor (1992).

Kết quả cho thấy như sau:

Bảng 8. Hệ số độ tin cậy thang đo

Biến quan sát	Số biến quan sát	Độ tin cậy thang đo
Sự tin cậy	5	0,897
Sự đảm bảo	4	0,857
Phương tiện hữu hình	4	0,885
Sự đáp ứng	4	0,916
Sự đồng cảm	5 4 (đã loại biến 'Đồng cảm 5')	0,738 (phân tích lần 1) 0,879 (phân tích lần 2)

Sự hài lòng	4	0,884
-------------	---	-------

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2022.

Kết quả kiểm tra hệ số Cronbach's Alpha của 5 nhân tố độc lập và 1 nhân tố phụ thuộc thì Cronbach's Alpha đều $> 0,8$; tuy nhiên biến 'Đồng cảm 5' (Ban quản lý chung cư có sự quan tâm riêng đến nhu cầu của anh/chị) bị loại vì có hệ số tương quan $0,051 < 0,3$. Thực tế có thể hiểu: vì đây là các dịch vụ thực hiện chung cho toàn chung cư nên để ban quản lý có sự quan tâm riêng đến nhu cầu từng cá nhân là không quan trọng lắm. Như vậy, 21 biến quan sát còn lại của 5 nhân tố độc lập và 4 biến quan sát của nhân tố phụ thuộc đều có thể đưa vào bước phân tích nhân tố khám phá tiếp theo.

Trong phân tích nhân tố khám phá với các biến phụ thuộc (Bảng 9), hệ số KMO là $0,826 > 0,5$ với giá trị Sig là $0,000 < 0,5$, điều này có nghĩa là trong tổng thể phân tích thì các biến phụ thuộc có tương quan với nhau và phân tích nhân tố EFA với các biến phụ thuộc này là thích hợp.

Bảng 9. Hệ số KMO và giá trị Kiểm định Barlett

KMO Đo lường mức độ thích hợp của việc lấy mẫu		,826
Kiểm định Barlett	Chi-bình phương xấp xỉ	583,669
	Bậc tự do	6
	Mức ý nghĩa	,000

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2022.

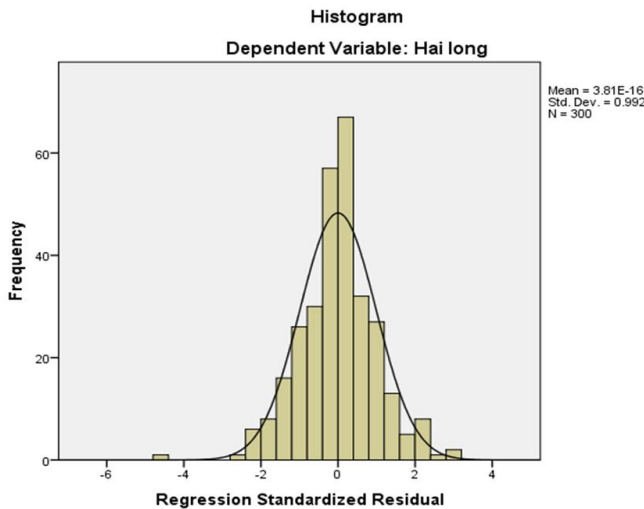
Thực hiện tổng phương sai trích (Total Variance Explained) của biến

phụ thuộc ra kết quả tổng phương sai trích là 74,745%, có nghĩa các nhân tố này đã giải thích được 74,745% sự hài lòng của cư dân. Thực hiện phép xoay ma trận, vòng xoay hội tụ sau 1 lần lặp và hệ số tải các nhân tố đều ra kết quả > 0,5, thỏa mãn điều kiện đặt ra. Hệ số R bình phương hiệu chỉnh là 0,712; nghĩa là 71,2% biến thiên của biến phụ thuộc ‘Hài lòng’ được giải thích bởi 5 nhân tố độc lập (Bảng 10).

Bảng 11. Kiểm định độ phù hợp của mô hình: Phân tích phương sai ANOVA

Mô hình	Tổng bình phương	Bậc tự do	Trung bình bình phương	F	Mức ý nghĩa
1 Hồi quy	31,150	5	6,230	120,804	,000 ^b
Phần dư	12,584	244	,052		
Tổng	43,734	249			

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2022.



Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2022.

Bảng 10. Đánh giá độ phù hợp của mô hình

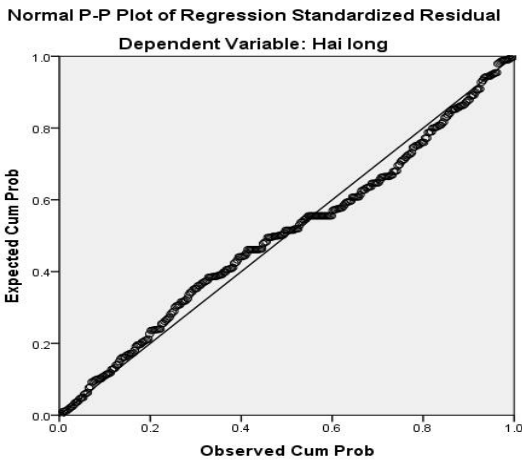
Mô hình	R	R2	R2 điều chỉnh	Sai số chuẩn	Giá trị Durbin-Watson
1	,844a	,712	,706	,22709	2,024

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2022.

Trong Bảng 11 dưới đây, giá trị F = 120,804 với sig. = 0,000 < 5%. Chứng tỏ R bình phương của tổng thể khác 0, đồng nghĩa với tổng thể là phù hợp khi xây dựng được mô hình hồi quy tuyến tính này.

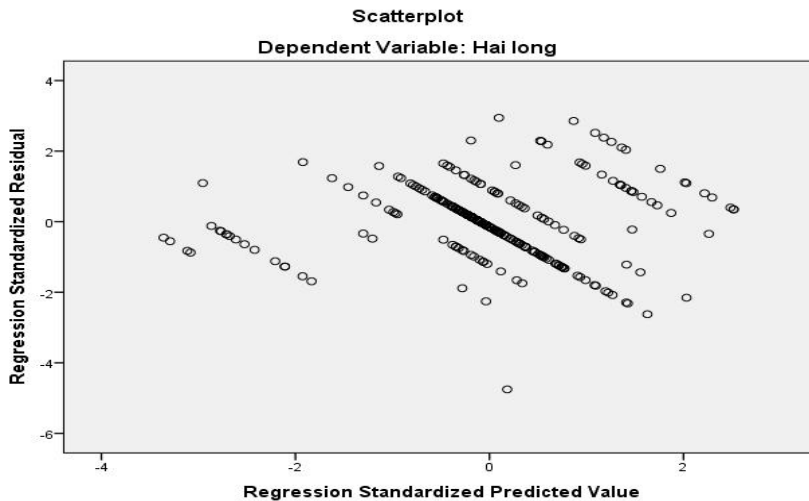
Biểu đồ Histogram dưới đây cho thấy phân phối chuẩn của phần dư xấp xỉ chuẩn với giá trị trung bình gần bằng 0, cụ thể là Mean = 3,81E-16 và độ lệch chuẩn gần bằng 1 (Std.Dev. = 0,992). Từ đó, các tác giả kết luận rằng phần dư là có phân phối chuẩn.

Biểu đồ phần dư chuẩn hóa P-P dưới đây cũng cho thấy các điểm của phần dư phân tán không xa mà phân tán ngẫu nhiên xung quanh đường chéo (đường thẳng kỳ vọng), do đó giả định về phân phối chuẩn phần dư được thỏa mãn.



Với biểu đồ Scatter Plot, quan sát đồ thị, cho thấy có sự phân tán ngẫu nhiên theo đường thẳng đều, xung quanh đường tung độ 0. Từ đó các tác giả biết được không có vi phạm giả định quan hệ tuyến tính giữa biến phụ thuộc với các biến độc lập. Nhìn chung, nghiên cứu đã xây dựng được mô hình hồi quy là phù hợp.

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2022.



Bảng 12. Thống kê phân tích các hệ số hồi quy

Hệ số hồi quy								
Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Mức ý nghĩa	Kiểm tra đa cộng tuyến		
	B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	Hệ số phóng đại phương sai	
1	(Hằng số)	,022	,130		,166	,868		
	Tin cậy	,258	,043	,280	6,022	,000	,544	1,837
	Đảm bảo	,113	,042	,116	2,711	,007	,640	1,562
	Hữu hình	,248	,035	,304	7,170	,000	,654	1,529
	Đáp ứng	,214	,041	,244	5,267	,000	,548	1,824
	Đồng cảm	,150	,044	,143	3,366	,001	,651	1,536

a. Biến phụ thuộc: Hải lòng

Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2022.

Hệ số phóng đại phương sai (VIF) của các biến quan sát trong trường hợp này đều nhỏ hơn 2, như vậy là dữ liệu thu thập không vi phạm giả định đa cộng tuyến. Kết quả cho thấy năm biến độc lập là 'Sự tin cậy', 'Sự đảm bảo', 'Phương tiện hữu hình', 'Sự đáp ứng', 'Sự đồng cảm' đều tác động có ý nghĩa thống kê đến biến phụ thuộc. Lý do là các biến này có hệ số hồi quy chuẩn hóa (β) đều dương, các giá trị ở cột mức ý nghĩa (Sig.) đều $< 5\%$ là có ý nghĩa thống kê. Như vậy, với độ tin cậy 95% thì các giả thuyết (H1; H2; H3; H4; H5) đều được chấp nhận. Phương trình hồi quy chuẩn hóa như sau: $HL = 0,280TC + 0,116DB + 0,304HH + 0,244DU + 0,143DC$. Từ kết quả này ta nhận thấy mức độ ảnh hưởng của biến quan sát chất lượng dịch vụ đến biến phụ thuộc là sự hài lòng của cư dân sống tại chung cư NOXH theo thứ tự giảm dần như sau: Tác động mạnh nhất chính là biến 'Phương tiện hữu hình' có $\beta_3=0,304$, tiếp theo là 'Sự tin cậy' ($\beta_1 = 0,280$), kế đến là biến 'Sự đáp ứng' ($\beta_4 = 0,244$), 'Sự đồng cảm' ($\beta_5 = 0,143$), và cuối cùng, có tác động thấp là biến 'Sự đảm bảo' ($\beta_2 = 0,116$).

'Phương tiện hữu hình' ($\beta_3 = 0,304$) là ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ của cư dân; tương tự như Mokhlis và cộng sự (2011). Theo nghiên cứu của Noorsidi Aizuddin và cộng sự (2009) mức độ ảnh hưởng của 'Phương tiện hữu hình' đứng thứ ba; còn theo nghiên cứu của Balathandayutham và Sriharan

(2013) đứng thứ tư. Trong khi đó, nghiên cứu của Kuo và cộng sự (2011) tính hữu hình không được tìm thấy có ảnh hưởng, bị loại bỏ trong quá trình phân tích. Điều này có thể tạm thời lý giải là do ở Việt Nam, chất lượng xây dựng là điều được quan tâm nhiều nhất. Ngoài ra, sau khi đưa vào sử dụng, thực tế cho thấy công tác sửa chữa, bảo dưỡng định kỳ trang thiết bị, cơ sở vật chất tại một số chung cư, đặc biệt là các dự án NOXH, chưa được quan tâm đúng mức và thực hiện đầy đủ, kịp thời.

Yếu tố tin cậy ($\beta_1=0,280$) là yếu tố có ảnh hưởng thứ hai đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ của cư dân, điều này là tương tự với nghiên cứu của Noorsidi Aizuddin và cộng sự (2009) và Kuo và cộng sự (2011). Theo nghiên cứu của Balathandayutham và Sriharan (2013) thì yếu tố này có ảnh hưởng thứ tư. Niềm tin là một yếu tố có sức ảnh hưởng lớn tại Việt Nam; trong nghiên cứu này, sự tin cậy của cư dân được thể hiện qua những cam kết của ban quản lý chung cư trong việc thực hiện chính xác và quan tâm giải quyết những rắc rối phát sinh của các hộ dân đang sinh sống tại đây. Sự tin cậy là yếu tố quan trọng tạo nên sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ của dự án.

'Sự đáp ứng' ($\beta_4=0,244$) đứng thứ ba về mức độ ảnh hưởng trong nghiên cứu này. Một số nghiên cứu cho rằng 'Sự đáp ứng' có mức độ ảnh hưởng mạnh nhất, còn nghiên cứu của Noorsidi Aizuddin và cộng sự (2009);

Balathandayutham và Sritharan (2013) cho thấy mức độ ảnh hưởng của ‘Sự đáp ứng’ có vị trí thứ hai. Theo nghiên cứu của Mokhlis và cộng sự (2011) thì ‘Sự đáp ứng’ đứng thứ tư về mức độ ảnh hưởng. Tương tự như yếu tố ‘Phương tiện hữu hình’, ở Việt Nam nhiều chung cư, bao gồm các dự án NOXH, hiện nay còn thiếu quan tâm trong việc tiếp nhận thông tin sự cố và chậm trễ trong xử lý, khắc phục trang thiết bị hư hỏng của tòa nhà. Bên cạnh đó, các quy chế, tiêu chuẩn, quy trình hoạt động của ban quản lý có điểm chưa phù hợp hoặc hợp lý với nguyện vọng của người dân sinh sống tại đây. Đây là những điều ảnh hưởng đến sự hài lòng của cư dân đối với chất lượng dịch vụ dự án.

‘Sự đồng cảm’ ($\beta_5=0,143$) đứng thứ tư về mức độ ảnh hưởng trong nghiên cứu này. Theo nghiên cứu của Mokhlis và cộng sự (2011) thì ‘Sự đồng cảm’ đứng thứ hai. Trong khi đó, nghiên cứu của Noorsidi Aizuddin và cộng sự (2009); Balathandayutham và Sritharan (2013) thì ‘Sự đồng cảm’ là có tầm ảnh hưởng kém nhất, đứng thứ năm.

Cuối cùng, ‘Sự đảm bảo’ ($\beta_2=0,113$) trong nghiên cứu này có ảnh hưởng thấp nhất. Trong khi đó, theo nghiên cứu của Kuo và cộng sự (2011) thì năng lực của nhóm dịch vụ (được thể hiện một phần trong “đảm bảo”) là ảnh hưởng mạnh nhất. Và trong nghiên cứu của Mokhlis và cộng sự (2011); Balathandayutham và Sritharan (2013) yếu tố này đứng thứ ba; trong nghiên

cứu của Noorsidi Aizuddin và cộng sự (2009) thì đứng thứ tư.

5. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Trong nghiên cứu này, ba biến có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của cư dân sống tại chung cư NOXH đối với chất lượng dịch vụ chung cư là các yếu tố bề ngoài, cư dân tiếp xúc hằng ngày. Nhân tố ‘Phương tiện hữu hình’ có mức độ ảnh hưởng lớn nhất, trong khi ở một số nghiên cứu khác thì tính hữu hình không thể hiện sự ảnh hưởng. Đồng thời, nhân tố ‘Sự đảm bảo’ có mức độ ảnh hưởng kém nhất. Phát hiện có phần khác biệt này có thể phản ánh nhu cầu của các đối tượng dân cư tại chung cư NOXH tại TPHCM. Theo đó, đa phần họ thuộc đối tượng có thu nhập trung bình và thấp, mong muốn có nơi ở ổn định, lâu dài (yếu tố phương tiện hữu hình).

Từ kết quả nghiên cứu, chúng tôi đưa ra một số khuyến nghị như sau:

Thứ nhất, để nâng cao sự hài lòng về phương tiện hữu hình, chất lượng xây dựng của chung cư NOXH cần được đảm bảo. Khi xây dựng chung cư, nhằm đảm bảo hoạt động ổn định cũng như giảm các chi phí bảo trì sửa chữa về sau, chủ đầu tư nên lựa chọn phương án xây dựng đảm bảo khoảng không gian cây xanh và lựa chọn thiết bị tốt, sử dụng lâu bền, mật độ xây dựng vừa phải. Sau khi đưa vào sử dụng, Ban Quản lý chung cư cần được quan tâm công tác bảo trì định kỳ, bảo dưỡng trang thiết bị phục vụ chung cư như thang máy, hệ thống chiếu sáng công cộng...; sơn sửa bề

ngoài đã bị bong tróc, phai mờ, chống thấm, chống dột hàng năm của tòa chung cư vào mùa mưa bão; các bảng hiệu hướng dẫn, cảnh báo nguy hiểm và thông báo được bố trí hợp lý. Ban Quản lý tòa nhà cũng cần quan tâm thực hiện các giải pháp liên quan tới không gian sinh hoạt vui chơi chung cho trẻ nhỏ, các hoạt động cải thiện làm đẹp, chăm sóc cảnh quan, khuôn viên sống tại đây. Ngoài ra, các ban quản lý, công ty quản lý dịch vụ vận hành của chung cư cần có quy định, lưu ý nhân viên về trang phục, đồng phục, sử dụng phương tiện phù hợp khi thực hiện nhiệm vụ, tạo sự chuyên nghiệp trong mắt cư dân để tăng cường yếu tố dịch vụ hữu hình.

Thứ hai, sự tin cậy thể hiện những cam kết của Ban Quản lý chung cư luôn thực hiện chính xác và quan tâm giải quyết những rắc rối của người dân sống tại đó. Sự tin cậy sẽ làm cho cư dân hài lòng, có lòng tin vào các dịch vụ. Một số giải pháp đơn giản nhưng tạo sự tin cậy như thông báo công khai, rõ ràng, minh bạch về các khoản thu phí hàng tháng cho cư dân (Phí dịch vụ chung cư, phí điện, nước, giữ xe...), đảm bảo các loại phí thu theo quy định đối với nhà ở dành cho đối tượng thu nhập thấp, trung bình, tránh trường hợp lạm thu. Công việc thu gom rác, vệ sinh các khu sinh hoạt chung (hành lang, lối đi, phòng sinh hoạt cộng đồng, khu vệ sinh chung...) phải được thực hiện thường xuyên theo đúng như quy định và thông báo với cư dân. Khi tiếp nhận những phản

ánh về việc thu dọn vệ sinh tòa nhà chưa đảm bảo, hệ thống thoát nước bị ngập, điện, nước thiếu ổn định... từ người dân thì Ban Quản lý chung cư cần thông tin ngay về thời gian thực hiện khắc phục và sửa chữa cho người dân, qua đó tạo niềm tin, sự tin cậy cho người dân.

Thứ ba, đối với yêu cầu về sự đáp ứng, Ban Quản lý chung cư cần chú trọng thông tin rõ ràng thời gian cho người dân về các vấn đề như: thời gian cúp điện, cúp nước; thông báo thời gian cho việc sửa chữa và cho khắc phục ngay các sự cố ví dụ như sửa chữa hư hỏng thang máy, thay bóng đèn cầu thang. Để hiểu rõ và đáp ứng hơn nữa nhu cầu của cư dân thì chủ đầu tư và các tổ chức/doanh nghiệp liên quan nên tổ chức nhiều buổi hội thảo, hội nghị nhằm thu thập ý kiến, giải đáp thắc mắc của người dân về quyền lợi, nghĩa vụ của họ khi sinh sống tại các dự án NOXH, nắm bắt thêm nhu cầu của người dân để sửa đổi các quy định hiện hành, thiết kế lại tiêu chuẩn, quy trình, điều chỉnh hoạt động. Bên cạnh đó, yếu tố đáp ứng còn liên quan đáng kể đến hoạt động của con người. Nhân viên Ban Quản lý chung cư, các nhân viên thực hiện dịch vụ bảo trì chung cư là một phần quan trọng của dịch vụ, họ là người trực tiếp tìm hiểu nhu cầu của khách hàng và đáp ứng dịch vụ cho khách hàng. Vì vậy cần nâng cao nghiệp vụ chuyên môn, kỹ năng, kiến thức dịch vụ; cần có chính sách hợp lý, qua đó tạo động lực để xây dựng mối

quan hệ tốt với cư dân, nhằm đáp ứng, phục vụ cư dân một cách tận tình.

Với tính chất là một nghiên cứu khám phá, nghiên cứu này có một số hạn chế như chỉ khảo sát một dự án NOXH đã được đưa vào khai thác và sử dụng trên địa bàn TPHCM, do đó chưa thể phản ánh một cách đầy đủ

bức tranh dự án chung cư NOXH ở TPHCM và Việt Nam. Ngoài ra, phương pháp lấy mẫu thuận tiện cũng chưa cho phép tìm hiểu một cách đầy đủ, toàn diện hơn về vấn đề nghiên cứu. Các hạn chế này sẽ được khắc phục trong những nghiên cứu tiếp theo về chủ đề này. □

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Agus, A., Barker, S. and Kandampully, J. 2007. "An Exploratory Study of Service Quality in the Malaysian Public Service Sector". *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 24(2), pp. 177-190.
2. Anderson, E.W. and Fornell, C. 2000. "Foundations of the American Customer Satisfaction Index". *Total Quality Management*, Vol. 11(7), pp. 869-882.
3. Balathandayutham, P. and Sriharan, R. 2013. "Service Quality Survey in Apartment Industry: a Study on Residential Satisfaction among Urban Residents". *In IISRO Multi-Conferences Proceeding*.
4. Bejou, D., Ennew, C.T. and Palmer, A. 1998. "Trust, Ethics and Relationship Satisfaction". *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 15(3), pp. 73-82.
5. Brady, M.K. and Robertson, C.J. 2001. "Searching for a Consensus on the Antecedent Role of Service Quality and Satisfaction: An Exploratory Cross-National Study". *Journal of Business Research*, Vol. 51(1), pp. 53-60.
6. Cronin, J.J. and Taylor, S.A. 1992. "Measuring Service Quality: A Re-examination and Extension". *Journal of Marketing*, Vol. 56(3), pp. 55-68.
7. Dekker, S.D., Musterd, S. and Kempen, V.R. 2011. "Residential Satisfaction in Housing Estates in European Cities: A Multi-level Research Approach". *Housing Studies*, Vol. 26(4), pp. 479-499.
8. Erevelles, S. and Leavitt, C. 1992. "A Comparison of Current Models of Consumer Satisfaction/Dissatisfaction". *Journal of Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, Vol. 5, pp. 104-114.
9. Fida, B., Ahmed, U., Al-Balushi, Y. and Singh, D. 2020. "Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman". *Sage Journal*, Vol. 10 (2), pp. 177-190.
10. Forsythe, P.J. 2007. "A Conceptual Framework for Studying Customer Satisfaction in Residential Construction". *Construction Management and Economics*, Vol. 25, pp. 171-182.
11. Grönross, C.A. 1984. "Service Quality Model and Its Marketing Implications". *European Journal of Marketing*, Vol. 18(4), pp. 36-44.
12. Hadiyati, E. 2014. "Service Quality and Performance of Public Sector: Study on Immigration Office in Indonesia". *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 6(6), pp. 104-117.

13. Hair, J.F., Anderson, R.E., Babin, B.J. and Black, W.C. 2010. *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. London: Pearson Education.
14. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc. 2008. *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS – Tập 1, 2*. TPHCM: Nxb. Hồng Đức.
15. Kuo, Y.C., Chou, J.S. and Sun, K.S. 2011. “Elucidating How Service Quality Constructs Influence Resident Satisfaction with Condominium Management”. *Expert Systems with Applications*, Vol. 38(5), pp. 5755-5763.
16. Mokhlis, S., Aleesa, Y. and Mamat, I. 2011. “Municipal Service Quality and Citizen Satisfaction in Southern Thailand”. *Journal of Public Administration and Governance*, Vol. 1(1), pp. 122-137.
17. Noorsidi Aizuddin, M.N., Noor Faizah, A.M. and Shahabudin, A. 2009. *SERVQUAL and High-Rise Building: An Achievement*. International Conference on Building Science and Engineering 2009. 14th-15th December 2009, Johor Bharu. Malaysia.
18. Nunnally, J.C. 1978. *Psychometric Theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
19. Olsen, S.O. 2002. “Comparative Evaluation and the Relationship between Quality, Satisfaction, and Repurchase Loyalty”. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 30(3), pp. 240-249.
20. Othman, B., Harun, A. and Rashid, W. 2019. “The Impact of Umrah Service Quality on Customer Satisfaction Towards Umrah Travel Agents in Malaysia”. *Management Science Letters*, Vol. 9(11), pp. 1763-1772.
21. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1985. “A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research”. *Journal of Marketing*, No. 49(3), pp. 41-50.
22. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1988. “SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality”. *Journal of Retailing*, Vol. 64, pp. 12-40.
23. Rai, A.K. 2013. *Customer Relationship Management: Concepts & Cases* (2nd edition). New Delhi: Phi Learning Pvt Ltd.
24. Rodríguez, P.G., Burguete, J.L.V., Vaughan, R. and Edwards, J. 2009. “Quality Dimensions in the Public Sector: Municipal Services and Citizen’s Perception”. *Journal of International Review on Public and Nonprofit Marketing*, Vol. 6(1), pp. 75-90.
25. Ruyter, K., Bloemer, J. and Peeters, P. 1997. “Merging Service Quality and Service Satisfaction: An Empirical Test of an Integrative Model”. *Journal of Economic Psychology*, Vol. 18, pp. 387-406.
26. Wan Yusoff, W.Z., Ismail, M. and Newell, G. 2008. “FM-SERVQUAL: A New Approach of Service Quality Measurement Framework in Local Authorities”. *Journal of Corporate Real Estate*, Vol. 10(2), pp. 130-144.
27. Wisniewski, M. 2001. “Using SERVQUAL to Assess Customer Satisfaction with Public Sector Services”. *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 11, pp. 380-388.
28. Zeithaml, V.A., Berry, L.L. and Parasuraman, A. 1996. “The Behavioral Consequences of Service Quality”. *Journal of Marketing*, Vol. 60(2), pp. 31-46.