

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Trần Việt Thảo và Vũ Thị Thanh Huyền** - Tác động liên kết của phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ Việt Nam trong bối cảnh đại dịch COVID-19: tiếp cận theo phương pháp bảng cân đối liên ngành, *Mã số: 149+150.1 DEco.11* 3
The Impacts of Linkages in the Development of Vietnam's Supporting Industries in the Context of the Covid-19: Inter-Sector Balance Sheet Approach
- 2. Phan Thị Thu Hiền và Bùi Thái Quang** - Nghiên cứu yếu tố ảnh hưởng đến hành vi tuân thủ pháp luật xuất nhập khẩu hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam. *Mã số: 149+150.IIEM.12* 14
A Study on the Factors Affecting Goods Import-Export Law Compliance by Vietnamese Enterprises
- 3. Phạm Lê Hồng Nhung, Nguyễn Nhật Minh, Nguyễn Thị Tú Trinh và Đinh Công Thành** - Phát triển du lịch cụm Cần Thơ - Sóc Trăng - Bạc Liêu - Cà Mau theo hướng liên kết mạng lưới các điểm du lịch. *Mã số: 149+150.ITrEM.11* 25
Tourism development in association of tourist attractions in Can Tho- Soc Trang- Bac Lieu- Ca Mau
- 4. Lê Thanh Huyền** - Ảnh hưởng của các yếu tố bên trong đến khả năng sinh lời của doanh nghiệp niêm yết ngành sản xuất, chế biến thực phẩm ở Việt Nam. *Mã số: 149+150.IFiBa.11* 35
The effects of internal factors on profitability of various listed companies in Vietnamese food processing industry

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 5. Lê Đình Nghi** - Mối quan hệ giữa suất sinh lợi, độ biến thiên và khối lượng giao dịch tại thị trường chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh. *Mã số: 149+150.2FiBa.21* 43
The Relationship among Return, Volatility, and Trade Volume on Hochiminh City Stock Exchange (HOSE)
- 6. Đào Tuyết Lan** - Hiệu quả áp dụng chuẩn mực kế toán thuế thu nhập doanh nghiệp tại các doanh nghiệp trên địa bàn TP. HCM. *Mã số: 149+150.2 BAcc.22* 50
The Efficiency of Corporate Income Tax (CIT) Accounting Standards in Enterprises in Ho Chi Minh
- 7. Ngô Thị Khuê Thư, Trương Bá Thanh và Trần Triệu Khải** - Ảnh hưởng của chất lượng tích hợp kênh đến lòng trung thành khách hàng trong ngành khách sạn ở Việt Nam. *Mã số: 149+150.2BMkt.21* 63
The Effect of Multi-channel Integration Quality on Customer Loyalty in the Hotel Industry in Vietnam
- 8. Nguyễn Thị Phương Anh và Vũ Huy Thông** - Hành vi mua ngẫu hứng của người tiêu dùng Việt Nam theo độ tuổi, thu nhập và nghề nghiệp: Nghiên cứu sản phẩm quần áo may sẵn. *Mã số: 149+150.2BMkt.22* 76
Impulse Buying Behaviour of Vietnamese Consumers by Age, Income, and Profession: Case Study on Ready-to-Wear Clothing Products

- 9. Nguyễn Thị Thanh Nhân và Vũ Tuấn Dương** - Nghiên cứu sự hài lòng của sinh viên với chương trình đào tạo đặc thù ngành du lịch. **Mã số: 149+150.2OMIS.21** 82
Study on Student Satisfaction with the Tourism -Specific Training Program
- 10. Vũ Thị Kim Anh** - Phương pháp tiếp cận kiểm toán nội bộ dựa trên rủi ro trong doanh nghiệp: nghiên cứu tại các doanh nghiệp kinh doanh bất động sản Việt Nam. **Mã số: 149+150.2DEco.21** 93
Risk-Based Internal Audit in Enterprises: Case Study in Vietnamese Real Estate Businesses
- 11. Nguyễn Tuấn Kiệt và Hồ Hữu Phương Chi** - Thái độ đối với rủi ro của nông dân Đồng bằng Sông Cửu Long: Bằng chứng thực nghiệm với thang đo DOSPERT. Mã số: 149+150.2 104
The Attitudes toward Risks of Framers in Mekong Delta: Experimental Evidence with DOSPERT
- 12. Hà Minh Hiếu** - Nghiên cứu yếu tố tác động đến việc lựa chọn nhà cung ứng dịch vụ logistics của chủ hàng Việt Nam trong thời kỳ đại dịch Covid-19. **Mã số: 149+150.2BMkt.21** 115
A Study on Factors Affecting the Choice of Logistics Service Suppliers of Vietnam's Goods Owners in the Covid-19 Pandemic
- 13. Nguyễn Trần Hưng và Đỗ Thị Thu Hiền** - Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng ứng dụng du lịch thông minh của du khách đến Hà Nội. **Mã số: 149+150.2TRMg.21** 123
A Study on the Factors Affecting the Decision to Use Smart Travel Apps by Visitors to Hanoi
- 14. Nguyễn Hữu Khôi, Nguyễn Thị Nga và Bùi Hoàng Ngọc** - Mối quan hệ giữa tính “sành điệu” của sản phẩm thời trang, giá trị cảm nhận và ý định mua của người tiêu dùng trẻ tuổi tại Nha Trang. **Mã số: 149+150.2BMkt.21** 137
The Relationship between the “Excellence” of the Fashion Products, the Perceived Value, and the Purchase Intention of Young Consumers in Nha Trang City

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 15. Hoàng Thanh Hạnh** - Một số vấn đề lý luận về kiểm toán kê khai tài sản - thu nhập do kiểm toán nhà nước thực hiện. **Mã số: 149+150.3BAcc.32** 148
Several Theoretical Issues on Asset and Income Declaration Auditing by State Audit
- 16. Nguyễn Thị Phương Thảo và Nguyễn Văn Anh** - Đánh giá sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ công trực tuyến - Góc nhìn từ những người đã sử dụng dịch vụ. **Mã số: 149+150.3OMIS.32** 156
Assessment of citizen's satisfaction with online public service quality - Perspective from those who have used the online service
- 17. Đinh Văn Toàn** - Nghiên cứu doanh nghiệp học thuật Spin-offs từ các trường đại học trên thế giới và những vấn đề đặt ra đối với giáo dục đại học Việt Nam. **Mã số: 149+150.3OMIS.31** 167
Research on Spin-offs in Universities in the World and Problems of Tertiary Education in Vietnam

ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI DÂN ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CÔNG TRỰC TUYẾN - GÓC NHÌN TỪ NHỮNG NGƯỜI ĐÃ SỬ DỤNG DỊCH VỤ

Nguyễn Thị Phương Thảo
Đại học Đà Lạt
Email: thaontp@dlu.edu.vn
Nguyễn Văn Anh
Đại học Đà Lạt
Email: vananhhdhl@gmail.com

Ngày nhận: 26/05/2020

Ngày nhận lại: 30/11/2020

Ngày duyệt đăng: 08/12/2020

Nghiên cứu này nhằm đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến thông qua dữ liệu thu thập từ khảo sát trực tiếp người dân. Kết quả nghiên cứu cho thấy Chất lượng dịch vụ công trực tuyến, Nhận thức của người dân, Bảo mật và quyền riêng tư, Lòng tin và khả năng tiếp cận có ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến. Dựa trên kết quả này, nghiên cứu cũng đưa ra một số bàn luận và hàm ý quản trị cho các nhà nghiên cứu cũng như các nhà làm chính sách trong việc nâng cao sự hài lòng của người dân cũng như thu hút thêm sự tham gia của họ đối với dịch vụ công trực tuyến tại Việt Nam.

Từ khóa: Đánh giá sự hài lòng, chất lượng dịch vụ công trực tuyến, Bảo mật và quyền riêng tư.

JEL Classifications: O35, O38, O39

1. Giới thiệu

Chính phủ điện tử là mô hình ứng dụng công nghệ thông tin - truyền thông để phục vụ hoạt động của nội bộ nhằm cung cấp dịch vụ công tới người dân, doanh nghiệp. Từ những năm đầu thập kỷ 90 của thế kỷ trước, hầu hết các nước công nghiệp phát triển hàng đầu trên thế giới đều đã tiến hành triển khai chương trình xây dựng và phát triển Chính phủ điện tử, nhằm đáp ứng một cách tốt nhất nhu cầu ngày một tăng của xã hội, nâng cao năng lực và khả năng thích ứng, đồng thời giảm bớt chi phí hoạt động của Chính phủ.

Nhiều quốc gia trên thế giới đã triển khai Chính phủ điện tử thành công như: Hoa Kỳ, Singapore, Ai Cập, Hàn Quốc, Nhật Bản... Tại Việt Nam, Chính phủ điện tử nhìn chung còn mới mẻ, được triển khai từ năm 2003, tuy nhiên đến những năm 2010 tới nay mới bắt đầu phát triển mạnh mẽ.

Trước yêu cầu của cuộc cách mạng 4.0, Chính phủ Việt Nam đang tăng cường công tác cải cách

hành chính, đặc biệt là dịch vụ công trực tuyến nhằm nâng cao hiệu quả, hiệu lực quản lý nhà nước, tại Nghị quyết 36 của Bộ Chính trị đã nêu rõ đến năm 2020: “Triển khai có hiệu quả chương trình cải cách hành chính, gắn kết chặt chẽ với việc xây dựng chính phủ điện tử và cung cấp dịch vụ công trực tuyến ở mức độ cao vào trong nhiều lĩnh vực”.

Đến nay, Việt Nam đã thiết lập được một số cơ sở dữ liệu mang tính nền tảng, như: Cơ sở dữ liệu quốc gia về đăng ký doanh nghiệp, cơ sở dữ liệu quốc gia về bảo hiểm, cơ sở dữ liệu quốc gia về dân cư. Cơ sở dữ liệu đất đai quốc gia đang được xây dựng và đã có những cấu phần đi vào vận hành. Đặc biệt, không thể không kể đến việc các cơ quan nhà nước đã cung cấp nhiều dịch vụ công trực tuyến thiết yếu cho doanh nghiệp và người dân như: Đăng ký doanh nghiệp, kê khai thuế, nộp thuế, hải quan điện tử, bảo hiểm xã hội... Một số Bộ, ngành đã xử lý hồ sơ công việc trên môi trường mạng. Tại một số địa phương, hệ thống thông tin một cửa điện tử được

đưa vào vận hành, dần nâng cao tính minh bạch và trách nhiệm của đội ngũ công chức.

So với việc thực hiện dịch vụ hành chính công truyền thống, việc sử dụng dịch vụ công trực tuyến có những lợi ích sau: cung cấp các dịch vụ công trực tuyến là một nội dung quan trọng trong tiến trình cải cách hành chính triển khai Chính phủ điện tử. Điều đó không những tạo điều kiện cho nhân dân và doanh nghiệp mà còn giảm áp lực giấy tờ công việc lên các cơ quan quản lý nhà nước. Với sự phát triển của công nghệ thông tin, việc cung cấp thông tin về trạng thái hiện tại của quy trình là hoàn toàn có thể. Với tính ưu việt nêu trên, chứng tỏ việc cung cấp các dịch vụ công trực tuyến được xem là khâu quan trọng trong tiến trình cải cách hành chính (CCHC) và triển khai Chính phủ điện tử. Sử dụng dịch vụ công trực tuyến giúp giảm thời gian gửi, nhận hồ sơ, giảm công sức, tăng hiệu quả kinh tế.

Hiện nay, chất lượng cung ứng dịch vụ hành chính công là công tác cần thiết nhằm thu hẹp khoảng cách giữa chất lượng cung ứng dịch vụ và kỳ vọng của tổ chức, công dân khi sử dụng dịch vụ hành chính. Chất lượng cung ứng dịch vụ tốt khi dịch vụ cung ứng đáp ứng được hoặc vượt trên mong đợi của tổ chức, công dân. Tuy nhiên, để có thể so sánh, xác định được khoảng cách đó cần phải có những tiêu chí đánh giá cụ thể, cách thức thu thập thông tin và đo lường kết quả một cách khoa học, hợp lý. Thông qua việc thu thập, tổng hợp những cảm nhận và đánh giá của tổ chức, công dân đã trực tiếp sử dụng dịch vụ và hỗ trợ công tác nghiên cứu thông qua việc cung cấp những dữ liệu, thông tin khách quan về những thành công và hạn chế trong việc cung ứng dịch vụ hành chính công, từ đó có thể nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ công một cách hiệu quả.

Xuất phát từ những lý do nêu trên nhóm tác giả quyết định thực hiện nghiên cứu này với các nội dung: sau phần đầu tiên giới thiệu về lý do hình thành nghiên cứu, tiếp theo gồm phần 2 trình bày về cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu, phần 3 phương pháp nghiên cứu, phần 4 kết quả phân tích dữ liệu và phần 5 các hàm ý quản trị, hạn chế và hướng nghiên cứu trong tương lai

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Chất lượng dịch vụ

Lehtinen & Lehtinen (1982) cho rằng chất lượng dịch vụ phải được đánh giá trên hai khía cạnh, (1)

quá trình cung cấp dịch vụ và (2) kết quả của dịch vụ. Gronroos (1984) cũng đề nghị hai thành phần của chất lượng dịch vụ, đó là (1) chất lượng kỹ thuật, đó là những gì mà khách hàng nhận được và (2) chất lượng chức năng, diễn giải dịch vụ được cung cấp như thế nào. Tuy nhiên, khi nói đến chất lượng dịch vụ, chúng ta không thể nào không đề cập đến đóng góp rất lớn của Parasuraman & ctg (1988, 1991). Parasuraman & ctg (1988, trang 17) định nghĩa chất lượng dịch vụ là “mức độ khác nhau giữa sự mong đợi của người tiêu dùng về dịch vụ và nhận thức của họ về kết quả của dịch vụ”. Các tác giả này đã khởi xướng và sử dụng nghiên cứu định tính và định lượng để xây dựng và kiểm định thang đo các thành phần của chất lượng dịch vụ (gọi là thang đo SERVQUAL). Thang đo SERVQUAL được điều chỉnh và kiểm định ở nhiều loại hình dịch vụ khác nhau, bao gồm 22 biến để đo lường năm thành phần của chất lượng dịch vụ, đó là: độ tin cậy (reliability), tính đáp ứng (responsiveness), tính đảm bảo (assurance), phương tiện hữu hình (tangibles) và sự đồng cảm (empathy). Parasuraman & ctg (1991) khẳng định rằng 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.

2.1.2. Dịch vụ hành chính công

Thuật ngữ dịch vụ công (public service) được sử dụng rộng rãi ở các nước phát triển từ những năm 1980, song mới được sử dụng ở Việt Nam trong những năm gần đây. Có nhiều quan niệm khác nhau về dịch vụ công, tuy nhiên có thể hiểu “Dịch vụ công là hoạt động phục vụ các nhu cầu chung thiết yếu, quyền và nghĩa vụ cơ bản của công dân do các cơ quan nhà nước thực hiện hoặc ủy nhiệm cho các tổ chức phi nhà nước”.

Trong nghiên cứu này, dịch vụ hành chính công là những hoạt động phục vụ lợi ích chung, thiết yếu hoặc tạo điều kiện cho việc thực hiện quyền, nghĩa vụ của cá nhân, tổ chức do cơ quan hành chính nhà nước thực hiện dựa vào thẩm quyền hành chính – pháp lý của nhà nước theo nguyên tắc bình đẳng, không vì mục đích lợi nhuận trên cơ sở nhu cầu của cá nhân, tổ chức nhằm thiết lập, duy trì và bảo vệ trật tự quản lý hành chính nhà nước.

2.1.3. Chất lượng dịch vụ công trực tuyến

2.1.3.1. Dịch vụ công trực tuyến

Dịch vụ công trực tuyến được quy định tại Nghị định số 43/2011/NĐ-CP ngày 13 tháng 6 năm 2011

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

về ban hành Quy định về việc cung cấp dịch vụ công trực tuyến trên trang thông tin điện tử hoặc cổng thông tin điện tử của cơ quan nhà nước như sau: “Là dịch vụ hành chính công và các dịch vụ khác của cơ quan nhà nước được cung cấp cho các tổ chức, cá nhân trên môi trường mạng”.

Tại Điều 3, Thông tư số 26/2009/TT-BTTTT ngày 31/7/2009 của Bộ Thông tin và Truyền thông nêu rõ quy định các mức độ dịch vụ công trực tuyến ở Việt Nam của cơ quan hành chính nhà nước bao gồm 4 mức để cung cấp cho tổ chức, cá nhân trên môi trường mạng:

Dịch vụ công trực tuyến mức độ 1: Các thông tin về quy trình, hồ sơ, thủ tục, thời hạn, lệ phí thực hiện dịch vụ được cung cấp đầy đủ tại dịch vụ công trực tuyến mức độ 1.

Dịch vụ công trực tuyến mức độ 2: Bao gồm dịch vụ công trực tuyến mức độ 1 và cho phép người sử dụng thao tác tải các khai báo, các mẫu văn bản để hoàn thiện hồ sơ theo yêu cầu. Sau khi đã hoàn thiện hồ sơ người sử dụng gửi lại cho cơ quan tổ chức cung cấp dịch vụ thông qua hai hình thức: gửi trực tiếp hoặc gửi qua đường bưu điện.

Dịch vụ công trực tuyến cấp độ 3: bao gồm dịch vụ công trực tuyến mức độ 2 và cho phép người sử dụng khai báo thông tin và gửi trực tuyến các văn bản đã hoàn thành đến các tổ chức, cơ quan nhà nước cung cấp dịch vụ. Mọi hoạt động giao dịch xử lý hồ sơ đều được hoàn thành trên môi trường mạng. Bước cuối cùng là thanh toán lệ phí (nếu có), người dùng cần trực tiếp đến tổ chức, cơ quan cung cấp dịch vụ để hoàn thành và nhận kết quả.

Dịch vụ công trực tuyến mức độ 4: bao gồm dịch vụ công trực tuyến cấp độ 3. Dịch vụ công trực tuyến cấp độ 4 sẽ cho phép người dùng thanh toán lệ phí (nếu có) trực tiếp trên internet. Người dùng có thể nhận lại kết quả theo 3 hình thức: gửi qua đường bưu điện, gửi trực tiếp hoặc gửi trực tuyến.

2.1.3.2. Chất lượng dịch vụ công trực tuyến

Phối hợp từ bối cảnh ra đời của Internet và các nghiên cứu trước đây về chất lượng dịch vụ truyền thống, khái niệm chất lượng dịch vụ trực tuyến (DVTT - E-SERVQUAL) ra đời. Nhưng câu hỏi về tính khả dụng của thang đo chất lượng dịch vụ truyền thống trong DVTT đã gây tranh luận giữa các nhà nghiên cứu hàn lâm.

Parasuraman & cộng sự (2005) cho rằng chất lượng DVTT có thể dựa vào cơ sở lý thuyết của chất

lượng dịch vụ truyền thống trên cơ sở định nghĩa, khái niệm hóa và đo lường. Chất lượng dịch vụ truyền thống SERVQUAL được khái niệm hóa như tính tin cậy, đáp ứng, tính đảm bảo, tính đồng cảm và tính hữu hình. Tuy nhiên, Parasuraman & cộng sự (2005) cũng lập luận chất lượng dịch vụ truyền thống dựa chủ yếu vào việc thực hiện các dịch vụ có tương tác giữa nhà cung cấp dịch vụ và nhân viên. Trong khi DVTT thì lại xem xét tương tác giữa KH với kỹ thuật công nghệ do nhà cung cấp dịch vụ sử dụng. Do đó, việc phát triển thang đo chất lượng DVTT đã được các nhà nghiên cứu hàn lâm tập trung giải quyết.

Chất lượng DVTT được khái niệm hóa (Conceptualization) rất khác nhau. Theo Zeithaml & cộng sự (2002), chất lượng DVTT (E-SQ) là “mức độ Website thúc đẩy việc mua sắm đạt được hiệu quả”. Tiên phong trong việc nghiên cứu về chất lượng DVTT, Zeithaml & cộng sự (2002) đã xem chất lượng dịch vụ trên Internet là mức độ mà Website tạo điều kiện cho việc mua sắm và giao hàng được hiệu quả. Nghiên cứu của Zeithaml & cộng sự (2002) tập trung vào tương tác của KH với Website. Lociacono & cộng sự (2000) đã xây dựng thang đo WebQUAL gồm 12 thành phần: Phù hợp thông tin với công việc, tương tác, tin tưởng, thời gian phản hồi, sự hấp dẫn của dòng cảm xúc, thông tin tích hợp, quá trình kinh doanh, sự thay thế, thiết kế, khả năng trực giác, sáng tạo và sự hấp dẫn thị giác. Mục đích của thang đo này là thu thập thông tin cho các nhà thiết kế Website hơn là đo lường chất lượng dịch vụ. Yoo & Donthu (2001) phát triển thang đo SITEQUAL để đo lường chất lượng dịch vụ gồm bốn thành phần: Tính dễ sử dụng, thiết kế thẩm mỹ, tốc độ xử lý và an ninh. Thang đo của Yoo & Donthu (2001) đơn giản hóa hơn thang đo của Lociacono & cộng sự (2000), nhưng thang đo cũng không chứa đựng tất cả những khía cạnh của quá trình mua hàng trực tuyến. Wolfenbarger & Gilly (2003) xây dựng thang đo ETailQ. Thang đo này bao gồm bốn nhân tố: Thiết kế Website, hoàn thành đơn đặt hàng, bảo mật và dịch vụ khách hàng. Parasuraman & cộng sự (2005) phát triển E-SQUAL gồm bốn thành phần: Hiệu quả, tính sẵn sàng của hệ thống, hoàn thành đơn đặt hàng và tính bảo mật. Nghiên cứu này sử dụng thang đo của Parasuraman & cộng sự (2005) vì thang đo này được áp dụng trong nhiều lĩnh vực dịch vụ điện tử

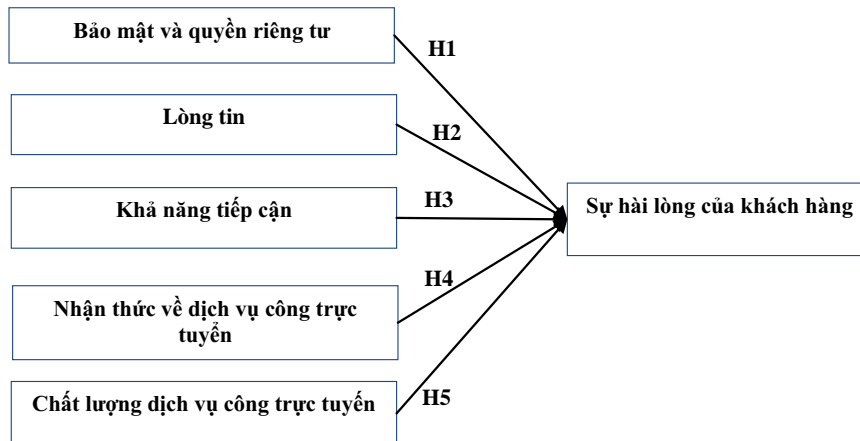
như ngân hàng, mua hàng trực tuyến và mua vé máy bay trực tuyến.

2.2. Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết

2.2.1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Kế thừa nghiên cứu trong lĩnh vực dịch vụ hành chính công trực tuyến tại Jordan của nhóm tác giả Ali và cộng sự (2013) để đánh giá chất lượng dịch vụ công trực tuyến tại Việt Nam với mong muốn đánh giá hiệu quả chất lượng dịch vụ công trực tuyến đã mang sự hài lòng của người dân như thế nào, đã đáp ứng được mục tiêu của Chính phủ đề ra hay chưa.

Mô hình chú ý 5 yếu tố có ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ công trực tuyến: an toàn và riêng tư, lòng tin, khả năng tiếp cận, nhận thức về dịch vụ công trực tuyến, chất lượng dịch vụ công trực tuyến.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

2.2.2. Các giả thuyết nghiên cứu

Bảo mật và quyền riêng tư:

Bảo mật thông tin tiếp tục là một trong những chủ đề quan trọng nhất trong thương mại điện tử. Các doanh nghiệp và người tiêu dùng liên tục gửi thông tin bí mật cho khách hàng và nhà cung cấp qua internet. Khi số lượng các giao dịch này tăng lên, số lượng các cuộc tấn công bảo mật bao gồm trộm cắp dữ liệu, tham nhũng tập tin độc hại và thậm chí là tắt kinh doanh điện tử (Cronin, 1995) tin rằng các vấn đề riêng tư như an ninh, kiểm duyệt và nghe lén sẽ ngăn cản sự giao tiếp. Kết quả là, dễ dàng thấy rằng bảo mật là nền tảng cho sự toàn vẹn và tăng trưởng của kinh doanh điện tử. Nó thậm chí còn quan trọng hơn đối với Chính phủ điện tử, vì các chính phủ thường giữ nhiều thông tin hơn về “khách

hàng” của họ, tức là công dân hơn là các nhà cung cấp web.

An ninh dưới hình thức giữ khách hàng an toàn khỏi sự xâm phạm quyền riêng tư của họ, ảnh hưởng đến lòng tin và sự hài lòng. Vì an ninh có liên quan chặt chẽ với sự tin tưởng, các vi phạm các tiêu chuẩn an ninh có thể phản tác dụng về mặt khách hàng và truyền miệng tiêu cực (Dixit & Datta, 2010).

Với mục đích của nghiên cứu này, cấu trúc bảo mật và quyền riêng tư được định nghĩa là nhận thức của công dân về công chính phủ điện tử quốc gia là nền tảng an toàn mà không có bất kỳ sự không chắc chắn hoặc hậu quả bất lợi nào sau khi sử dụng Chính phủ điện tử và khả năng xác định khi nào và thông tin mức độ nào về chúng được truyền đạt cho người khác để duy trì tính bảo mật.

Giả thuyết sau đây được đề xuất:

H1: Bảo mật và quyền riêng tư có ảnh hưởng tích cực đến mức độ hài lòng của người dân.

Lòng tin:

Lòng tin là một thành phần quan trọng đối với bất kỳ thành công nào của dự án Chính phủ điện tử thành công, đây là yếu tố then chốt trong việc xây dựng thành công dịch vụ Chính phủ điện tử (Kim và cộng sự, 2009). Sự tin tưởng của khách hàng có thể được định nghĩa như một tập hợp các niềm tin được tổ chức bởi một người tiêu dùng trực tuyến liên quan đến một số đặc điểm của nhà cung cấp điện tử, cũng như hành vi có thể có của nhà cung cấp điện tử trong tương lai (Coulter & Coulter, 2002). Lee và Lin (2005) cho rằng lòng tin khuyến khích mua hàng trực tuyến và ảnh hưởng đến thái độ của khách hàng đối với việc mua hàng từ các nhà bán lẻ. (Kim và cộng sự, 2009) đã tiến hành một nghiên cứu theo chiều dọc ở Hoa Kỳ và nhận thấy rằng niềm tin của khách hàng trực tuyến liên quan chặt chẽ đến sự trung thành.

Lòng tin là rất quan trọng cho bất kỳ mối quan hệ kinh doanh lâu dài. Nó là rất quan trọng ở bất cứ nơi nào rủi ro, sự không chắc chắn hoặc phụ thuộc

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

lẫn nhau tồn tại, vì nó có nguy cơ rủi ro. Các nhà cung cấp web quan tâm đến việc xây dựng các mối quan hệ trao đổi với người tiêu dùng. Tiền thân quan trọng cho việc tiếp tục các mối quan hệ trao đổi là niềm tin và ý định của người tiêu dùng liên quan đến sự tin tưởng trong nhà cung cấp web. Niềm tin như vậy phụ thuộc vào mức độ rủi ro mà người tiêu dùng nhận thức cũng như mức độ kiểm soát được nhận thức của họ đối với thông tin mà họ phải trao đổi với nhà cung cấp web (Palvia, 2009).

Với mục đích của nghiên cứu này, xây dựng lòng tin được định nghĩa là sự sẵn sàng của người dân dựa vào công chính phủ điện tử để thực hiện các giao dịch của chính phủ dựa trên cảm giác tự tin hoặc bảo đảm.

Giả thuyết sau đây được đề xuất:

H2: Lòng tin có ảnh hưởng tích cực đến mức độ hài lòng của người dân.

Khả năng tiếp cận:

Khi internet nhanh chóng trở thành nguồn thông tin và dịch vụ chính, một trang web Chính phủ điện tử được thiết kế tốt đã trở nên cần thiết để công dân có thể truy cập thông tin công khai và cải thiện sự tham gia. Các trang web của chính phủ có thể phục vụ như một công cụ cho cả truyền thông và quan hệ công chúng cho công chúng. Henry (2006) định nghĩa khả năng truy cập web như nhận mọi người sử dụng, hiểu biết, hiểu, điều hướng và tương tác với web. Tổ chức tiêu chuẩn quốc tế (ISO) đã xác định khả năng tiếp cận là “khả năng sử dụng của sản phẩm, dịch vụ, môi trường hoặc cơ sở của những người có phạm vi khả năng rộng nhất”. Park và Kim (2003) nhận thấy rằng chất lượng giao diện người dùng ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng của khách hàng, vì nó cung cấp bằng chứng vật lý về năng lực của nhà cung cấp dịch vụ cũng như tạo điều kiện thuận lợi cho việc sử dụng dịch vụ. Do vậy, giả thuyết sau đây được đề xuất:

H3: Khả năng tiếp cận cổng thông tin điện tử Chính phủ điện tử có ảnh hưởng tích cực đến mức độ hài lòng của người dân.

Nhận thức về dịch vụ công trực tuyến:

Nhận thức về dịch vụ công trực tuyến là nhận thức của công dân khi sử dụng dịch vụ. Nhận thức là một yếu tố quan trọng trong việc khiến khách hàng chấp nhận và sử dụng các dịch vụ điện tử. Khách hàng cần phải cảm nhận và nhận ra lợi ích của bất kỳ ứng dụng điện tử nào, nếu không họ sẽ

miễn cưỡng và hoài nghi khi sử dụng nó. Pikkarainen và cộng sự (2004) đã báo cáo rằng lượng thông tin mà khách hàng có về bất kỳ ứng dụng internet nào và lợi ích của nó có thể có tác động quan trọng đến việc áp dụng ứng dụng đó.

Với mục đích của nghiên cứu này, nhận thức về xây dựng dịch vụ công được định nghĩa là nhận thức của công dân về lợi ích và thông tin về sản phẩm và dịch vụ được cung cấp trong Cổng thông tin điện tử quốc gia và mức độ mà người dân biết cổng thông tin.

Giả thuyết sau đây được đề xuất:

H4: Nhận thức về dịch vụ công trực tuyến có ảnh hưởng tích cực đến mức độ hài lòng của người dân.

Chất lượng dịch vụ công trực tuyến

Chất lượng cảm nhận của một dịch vụ có hai chiều. Tốc độ phản hồi, cập nhật phiếu mua hàng, hiệu quả trang web..., đề cập đến chất lượng kỹ thuật (Rust & Lemon, 2009). Giao tiếp tương tác, cá nhân hóa giao tiếp và dịch vụ, cũng như các hình thức tiếp cận khách hàng mới đề cập đến khía cạnh chức năng của chất lượng.

Chất lượng sản phẩm/dịch vụ được định nghĩa là nhận thức của khách hàng về chất lượng thông tin về sản phẩm/dịch vụ được cung cấp bởi một trang web (Park & Kim, 2003). Chất lượng nội dung trang web đã được lập luận là tiền đề của niềm tin khách hàng trực tuyến (Mcknight và cộng sự, 2002). Ngoài ra, Park và Kim (2003) phát hiện ra rằng chất lượng thông tin ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng của khách hàng.

Giả thuyết sau đây được đề xuất:

H5: Chất lượng dịch vụ công trực tuyến có ảnh hưởng tích cực đến mức độ hài lòng của người dân.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành thông qua hai giai đoạn: nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức. Nghiên cứu sơ bộ với kỹ thuật thảo luận nhóm để hiệu chỉnh các thang đo. Nghiên cứu chính thức thông qua phương pháp định lượng để kiểm định các giả thuyết dựa trên dữ liệu thu thập được bằng bảng câu hỏi khảo sát.

Mẫu được chọn bằng phương pháp thuận tiện. Để tăng cường khả năng tổng quát của dữ liệu chúng tôi tiến hành thu thập dữ liệu thông qua bảng câu hỏi khảo sát online và phỏng vấn trực tiếp đến các người dân có sử dụng dịch vụ tại trung tâm hành chính cấp tỉnh.

Thang đo dùng để đo lường các khái niệm nghiên cứu được kế thừa từ nghiên cứu trước (Ali và

cộng sự, 2013), sau đó điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh nghiên cứu và văn hóa của người Việt Nam. Đồng thời nhóm tác giả bổ sung thêm một vài phát biểu từ kết quả nghiên cứu định tính.

4. Kết quả phân tích dữ liệu

4.1. Mô tả mẫu

Sau khi loại bỏ một số phiếu trả lời không hợp lệ, còn lại 375 phiếu đủ điều kiện để tiến hành các phân tích tiếp theo. Mẫu sử dụng trong nghiên cứu này được chọn dựa trên 5 tiêu chí: cơ cấu tuổi, giới tính, thu nhập, trình độ học vấn và thâm niên công tác của người dân có sử dụng dịch vụ hành chính công trực tuyến tại tỉnh Lâm Đồng. Kết quả thống kê mô tả cho thấy có sự cân bằng trong cơ cấu giới tính của mẫu nghiên cứu, nam giới chiếm tỷ trọng lớn hơn nhưng không đáng kể. Xét về độ tuổi, người dân trong mẫu khảo sát có độ tuổi từ dưới 30 tuổi và 31 - 45 tuổi chiếm đa số (chiếm trên 78%). Xét về thu nhập, người dân thực hiện dịch vụ HCC trực tuyến có thu nhập trong khoảng 5 đến 10 triệu chiếm đa số (chiếm trên 30% mẫu điều tra), tiếp theo là thu nhập trong khoảng 10 đến 15 triệu đồng, chiếm tỷ lệ 24,5% trong mẫu nghiên cứu. Xét về trình độ học vấn, người dân chủ yếu có trình độ từ trung cấp trở lên (chiếm 73,3% mẫu nghiên cứu), số lượng người dân có trình độ phổ thông chiếm tỷ lệ thấp nhất 16,7% tổng số mẫu nghiên cứu.

4.2. Kiểm định thang đo

4.2.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Kết quả đánh giá độ tin cậy của thang đo cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha có mức dao động từ 0,878 đến 0,952 và hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát dao động từ 0,633 đến 0,906. Vì vậy, các biến quan sát đạt

điều kiện để tiếp tục thực hiện các phân tích tiếp theo, ngoại trừ biến NT4 do hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3.

4.2.2. Phân tích nhân tố khám phá

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) dùng để đánh giá sơ bộ độ giá trị của thang đo sau khi đã đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha.

Đối với thang đo các yếu tố độc lập, kết quả phân tích EFA với 32 biến quan sát, hệ số KMO = 0,879 đạt yêu cầu lớn hơn 0,5 và hệ số Barlett có mức ý nghĩa Sig = 0,000 < 0,5 chứng tỏ dữ liệu phù hợp cho phân tích nhân tố. Giá trị tổng phương sai trích là 72.817%, tức là 32 biến rút trích ra cho 5 nhân tố, giải thích được khoảng 72.817%, sự biến thiên của các biến quan sát và hệ số tải nhân số đều lớn hơn 1 nên đạt yêu cầu.

Bảng 1: Kết quả thống kê mô tả

	Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ
Giới tính	Nam	203	54.1
	Nữ	172	45.9
Độ tuổi	Dưới 30 tuổi	136	36.3
	Từ 30 đến 45 tuổi	157	41.9
	Trên 45 tuổi	82	21.9
Thu nhập	<5 triệu đồng	69	18.4
	5-10 triệu đồng	113	30.1
	10-15 triệu đồng	92	24.5
	10-25 triệu đồng	76	20.3
	>25 triệu đồng	25	6.7
Trình độ học vấn	Đại học, sau đại học	147	39.2
	Trung cấp, cao đẳng	128	34.1
	Phổ thông	100	26.7
Tổng		375	100

Bảng 2: Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Thang đo	Mã hóa	Số biến quan sát	Hệ số tương quan biến tổng		Cronbach's Alpha
			Nhỏ nhất	Lớn nhất	
Tính bảo mật và quyền riêng tư	BM	7	0,685	0,864	0,938
Lòng tin	LT	5	0,633	0,762	0,878
Khả năng tiếp cận	KNTC	6	0,795	0,838	0,936
Nhận thức về dịch vụ công TT	NT	6	0,643	0,824	0,888
Chất lượng dịch vụ công TT	CLDV	9	0,782	0,847	0,952
Sự hài lòng	YDHV	3	0,836	0,906	0,937

(Nguồn: Nhóm tác giả)

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

Bảng 3: Phân tích nhân tố khám phá

Biến quan sát	Thành phần				
	1	2	3	4	5
CLDV7	0,838				
CLDV6	0,832				
CLDV9	0,825				
CLDV8	0,819				
CLDV5	0,819				
CLDV2	0,810				
CLDV1	0,808				
CLDV4	0,791				
CLDV3	0,775				
BM6		0,858			
BM5		0,850			
BM7		0,827			
BM3		0,809			
BM2		0,784			
BM1		0,765			
BM4		0,737			
KNTC6			0,857		
KNTC2			0,856		
KNTC3			0,848		
KNTC1			0,843		
KNTC5			0,838		
KNTC4			0,826		
NT6				0,895	
NT1				0,849	
NT3				0,840	
NT5				0,804	
NT2				0,763	
LT5					0,839
LT1					0,834
LT4					0,832
LT2					0,775
LT3					0,747

Đối với thang đo của biến phụ thuộc là Sự hài lòng gồm 3 biến quan sát. Kết quả EFA cũng cho thấy: Chỉ số KMO = 0.748 > 0.5 nên phân tích nhân tố là phù hợp với dữ liệu; hệ số Eigenvalues = 2.667 > 1 và chỉ có một nhân tố được rút ra và nhân tố này giải thích được trên 72% biến thiên dữ liệu là đạt yêu cầu. Các trọng số nhân tố của thang đo đều đạt yêu cầu (>0.5). Như vậy, kết quả phân tích EFA thang đo biến phụ thuộc cũng đạt yêu cầu.

Với các kết quả trên đây cho thấy, thang đo đáp ứng được yêu cầu về độ tin cậy và độ giá trị, có thể sử dụng để tiến hành kiểm định các giả thuyết bằng phương pháp hồi quy đa biến.

4.3. Kiểm định mô hình nghiên cứu

Trước khi phân tích hồi quy đa biến để kiểm định các giả thuyết, nhóm tác giả tiến hành phân tích hệ số tương quan để đánh giá mối quan hệ tuyến tính giữa các biến trong mô hình. Kết quả cho thấy (bảng 4):

Kết quả ở bảng 4 ma trận tương quan cho thấy ở độ tin cậy 99% thì mối tương quan giữa biến phụ thuộc với 5 biến độc lập: Bảo mật và quyền riêng tư (BM); Lòng tin (LTIN); Khả năng tiếp cận (KNTC); Nhận thức về dịch vụ công trực tuyến (NT) và chất lượng dịch vụ công trực tuyến (CLDV) được chấp nhận. Như vậy, không có biến nào bị loại khỏi mô hình nhằm đảm bảo tính phù hợp của mô hình.

Các biến độc lập có mức độ tương quan tương đối mạnh với biến phụ thuộc, hệ số r nằm trong khoảng 0.498 đến 0.706, trong đó yếu tố Chất lượng dịch vụ là biến có mức độ tương quan chặt chẽ nhất với biến phụ thuộc.

Để đánh giá mức độ tác động riêng lẻ của từng nhân tố đến Sự hài lòng của người dân khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến, trong nghiên cứu này tác giả sử dụng mô hình phân tích hồi quy tuyến tính bội với phương pháp đưa vào một lượt (Enter). Kết quả cho thấy thống kê F = 140.838 với giá trị sig = 0.000 (<0.05). Như vậy, mô hình hồi quy tuyến tính bội xây dựng được phù hợp với tập dữ liệu, các biến độc lập trong mô hình có quan hệ với biến phụ thuộc. Đồng thời, hệ số xác định R bình phương hiệu chỉnh (Adjusted R square) bằng 0,652 chứng minh cho sự

Bảng 4: Phân tích tương quan

	HL	CLDV	KNTC	LTIN	NT	BM
HL	1	.706**	.504**	.498**	.680**	.571**
CLDV	.706**	1	.505**	.399**	.624**	.471**
KNTC	.504**	.505**	1	.288**	.411**	.347**
LTIN	.498**	.399**	.288**	1	.435**	.388**
NT	.680**	.624**	.411**	.435**	1	.484**
BM	.571**	.471**	.347**	.388**	.484**	1

phù hợp của mô hình, tức là cả 5 nhân tố giải thích được trên 65,2% biến động của Sự hài lòng của người dân khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến.

Đối với các giả thuyết, giá trị Sig của 05 biến độc lập đều nhỏ hơn 0,05 có nghĩa là tất cả các giả thuyết

đều được chấp nhận. Đó là: Bảo mật và quyền riêng tư (BM); Lòng tin (LTIN); Khả năng tiếp cận (KNTC); Nhận thức về dịch vụ công trực tuyến (NT) và chất lượng dịch vụ công trực tuyến (CLDV) đều có ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ hành chính công trực tuyến. Trong đó, Chất lượng dịch vụ công trực tuyến (CLDV) có Beta chuẩn hóa lớn nhất 0.333 thể hiện sự tác động mạnh nhất, còn Khả năng tiếp cận với hệ số beta chuẩn hóa nhỏ nhất là 0,119 thể hiện sự tác động yếu nhất đến sự hài lòng của người dân.

Bảng 5: Kết quả phân tích hồi quy nhóm yếu tố ảnh hưởng đến Sự hài lòng

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.
	B	Sai số chuẩn	Beta		
(Hằng số)	.715	.170		4.198	.000
CLDV	.382	.049	.333	7.787	.000
KNTC	.135	.041	.119	3.301	.001
LTIN	.170	.043	.140	3.995	.000
NT	.303	.047	.271	6.503	.000
BM	.226	.045	.187	5.069	.000

(Nguồn: Xử lý số liệu điều tra)

4.4. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Theo kết quả thì Chất lượng dịch vụ công trực tuyến có mức độ ảnh hưởng khá cao đến Sự hài lòng của người dân về dịch vụ công trực tuyến. Chất lượng dịch vụ thể hiện ở việc áp dụng các dịch vụ công trực tuyến sẽ giúp tiết kiệm thời gian, thuận tiện và có hiệu quả cao hơn trong việc xử lý dữ liệu. Việc sử dụng các dịch vụ công trực tuyến sẽ làm người dân cảm thấy hài lòng khi các dịch vụ này giúp người dân tiết kiệm được thời gian cũng như nguồn lực của mình. Trong thời đại công nghệ thông tin phát triển, các dịch vụ đều thực hiện tại chỗ, việc phát triển dịch vụ công trực tuyến được đón nhận nhiệt tình. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Lee và cộng sự (2008); Islam và cộng sự (2010); Chumsobat (2014).

Nhân tố tiếp theo có mức độ ảnh hưởng lớn đến Sự hài lòng của người dân về dịch vụ công trực tuyến là Nhận thức của khách hàng về dịch vụ công

trực tuyến, điều này cho thấy việc cơ quan nhà nước cung cấp một dịch vụ trực tuyến an toàn, ổn định, đa dạng dịch vụ với công nghệ tốt ảnh hưởng lớn đến sự hài lòng của khách hàng khi họ sử dụng dịch vụ này. Kết quả này tương đồng với kết quả nghiên cứu của Srivastava và Thomson (2005), Belanger và Carter (2008); Segovia và cộng sự (2009).

An toàn và quyền riêng tư là một yếu tố nhận được sự quan tâm của nhiều người dân khi sử dụng dịch vụ này. Rõ ràng rằng việc sử dụng các dịch vụ trực tuyến thông qua môi trường mạng có thể bị tác động của các cuộc tấn công an ninh/không gian mạng như trộm cắp dữ liệu và phát tán tập tin độc hại; các cá nhân luôn lo lắng khi thông tin của mình bị lộ ra ngoài một cách không mong muốn. Do đó, đây là một nhân tố có mức độ tác động lớn đến sự hài lòng của người dân về dịch vụ công trực tuyến. Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của hệ thống công nghệ thông tin và việc chuyển dần từ cơ chế hành chính truyền thống sang dịch vụ công trực tuyến, vấn đề luôn được quan tâm chính là tính an toàn và bảo mật của hệ thống. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Carter và cộng sự (2011); Pinho và cộng sự (2007).

5. Hàm ý quản trị

5.1. Gia tăng chất lượng dịch vụ công trực tuyến

Chất lượng dịch vụ công trực tuyến là nhân tố có tác động lớn nhất đến sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ công trực tuyến ($\beta = 0.333$). Trong thời gian qua, Chính phủ đã quan tâm, chỉ đạo, đẩy mạnh đầu tư cơ sở hạ tầng, ứng dụng công nghệ thông tin và xem đây là giải pháp quan trọng nhằm thực hiện cải cách hành chính. Tuy nhiên, việc cập nhật các thủ tục hành chính trên hệ thống trang dịch vụ công quốc gia nói chung, hệ thống dịch vụ công trực tuyến của các tỉnh nói riêng (biểu mẫu, phí, lệ phí, các thủ tục chuyên ngành...) vẫn chưa chính xác,

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

chưa đúng quy định. Phần mềm thiết kế giao diện chưa thực sự đa dạng và dễ dàng thao tác. Điều này đã làm cho người dân gặp khó khăn trong quá trình thực hiện giao dịch. Để giải quyết vấn đề này, tác giả kiến nghị một số đề xuất sau:

Thứ nhất, bổ sung, nâng cấp và tích hợp các dịch vụ công trực tuyến của các tỉnh lên Cổng dịch vụ công Quốc gia.

Thứ hai, cung cấp đa dạng các kênh giao tiếp, giúp người dân, doanh nghiệp lựa chọn hình thức xử lý dịch vụ công phù hợp nhất với từng đối tượng (trực tuyến hoặc tại các Trung tâm phục vụ HCC, Trung tâm dịch vụ...). Từng bước tiến tới xác định Internet sẽ là kênh cung cấp dịch vụ chính cho người dân.

Thứ ba, ứng dụng những công nghệ mới để mở rộng, nâng cao chất lượng và tăng cường việc sử dụng dịch vụ trực tuyến trong tương lai. Trong đó, đề cao các vấn đề về an toàn, an ninh trong quá trình thiết lập tiêu chuẩn của việc cung cấp dịch vụ công trực tuyến.

Thứ tư, tăng cường công tác phối hợp, hỗ trợ các đơn vị nghiệp vụ rà soát thủ tục áp dụng theo hướng điện tử hóa. Tiếp tục minh bạch, công khai số lượng hồ sơ xử lý trực tuyến, tỷ lệ hồ sơ xử lý đúng hạn trên trang DVCTT của tỉnh.

Thứ năm, các sở, ban, ngành, UBND các huyện, thành phố cần kịp thời cung cấp thông tin, hướng dẫn và trả lời thắc mắc, kiến nghị của người dân, doanh nghiệp liên quan đến việc thực hiện các dịch vụ công trực tuyến trên các phương tiện thông tin đại chúng và các kênh giao tiếp trên Internet và mạng xã hội tại Việt Nam. Sử dụng tối đa các phương tiện để tổ chức hội họp, hội nghị trực tuyến, trao đổi qua email, tin nhắn, gọi điện thoại...

Thứ sáu, sự đồng hành giữa Nhà nước và doanh nghiệp: Tiếp tục hỗ trợ đào tạo, nâng cao kỹ năng, trình độ sử dụng máy tính, internet cho người dân; hỗ trợ máy tính; điểm truy cập Internet công cộng; Hệ thống mạng Wi-Fi miễn phí tại các khu vực đông dân cư để người dân tiếp cận dịch vụ. Nâng cao sự hợp tác với các doanh nghiệp như Bưu điện, ngân

hàng để hỗ trợ triển khai DVC trực tuyến như chuyển trả kết quả qua Bưu điện, thanh toán phí, lệ phí trực tuyến...

Thứ bảy, tiếp tục tăng cường công tác đào tạo nguồn nhân lực công nghệ thông tin nhằm nâng cao tính hiệu quả của dịch vụ công trực tuyến.

Thứ tám, tăng cường kiểm tra, giám sát, khen thưởng và xử lý trách nhiệm trong việc cung ứng dịch vụ hành chính công trực tuyến. Việc thanh tra, kiểm tra phải được tiến hành thường xuyên, định kỳ để có thể phát hiện những thiếu sót của các quy trình điện tử trong hoạt động nội bộ hoặc những sai phạm trong các giao dịch điện tử, từ đó có những biện pháp khắc phục kịp thời.

5.2. Gia tăng nhận thức của người dân về dịch vụ công trực tuyến

Nhận thức của người dân về dịch vụ công trực tuyến là nhân tố tiếp theo có ảnh hưởng lớn đến sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ công trực tuyến. Để làm được điều này cần phải nâng cao trình độ dân trí, để người dân có thể nhận thức được tầm quan trọng của việc sử dụng dịch vụ công trực tuyến. Với tình hình thực tế hiện nay, nhằm gia tăng số lượng người dân tham gia sử dụng dịch vụ này, tác giả có một số kiến nghị như sau:

Thứ nhất, tiếp tục tăng cường phổ biến thông tin và quảng bá hiệu quả về dịch vụ công trực tuyến của cơ quan để người dân, doanh nghiệp hiểu rõ hơn về lợi ích mang lại từ việc sử dụng dịch vụ công trực tuyến, trong đó chú trọng đổi mới nội dung và hình thức tuyên truyền phù hợp với từng đối tượng thụ hưởng bằng nhiều hình thức khác nhau, trong đó chú trọng đến các kênh như mạng xã hội (Zalo, Facebook...).

Thứ hai, nâng cao nhận thức của người dân đối với lợi ích của dịch vụ công trực tuyến để từ đó thay đổi thói quen truyền thống trong việc giải quyết các thủ tục hành chính, có biện pháp cụ thể như: hỗ trợ phí, giảm phí đối với người thực hiện thủ tục hành chính qua dịch vụ công trực tuyến.

Thứ ba, cung cấp đa dạng các kênh giao tiếp, giúp người dân, doanh nghiệp lựa chọn hình thức xử lý dịch vụ công phù hợp nhất với họ. Từng bước tiến tới xác định Internet sẽ là kênh cung cấp dịch vụ chính cho công dân.

5.3. Gia tăng tính bảo mật và quyền riêng tư

Bảo mật và quyền riêng tư là một trong 3 nhân tố được đánh giá quan trọng, có mức độ ảnh hưởng lớn đến sự hài lòng của khách hàng. Mặc dù ngày nay, với sự phát triển mạnh mẽ của CNTT, người dân đã quá quen với việc sử dụng các phần mềm điện tử, tuy nhiên, dịch vụ hành chính công là một dịch vụ mới mẻ, lại có liên quan trực tiếp đến quyền lợi của người dân, do đó việc lo sợ dữ liệu cá nhân bị tấn công là điều hầu hết khách hàng đều lo lắng. Do đó, tác giả đề xuất một số kiến nghị nhằm tăng tính bảo mật và quyền riêng tư cho khách hàng khi thực hiện dịch vụ này như sau:

Thứ nhất, tiếp tục xây dựng, hoàn thiện thể chế tạo cơ sở pháp lý đầy đủ, toàn diện cho việc triển khai, xây dựng phát triển Chính phủ điện tử; tạo nền tảng vững chắc cho dịch vụ công trực tuyến phát triển thông suốt và bền vững bằng cách xây dựng Luật Chính phủ điện tử và các văn bản hướng dẫn, bảo đảm hành lang pháp lý phát triển chính phủ điện tử dựa trên dữ liệu mở. Thêm vào đó, các văn bản luật liên quan tới thanh toán điện tử cho các dịch vụ công trực tuyến cần được xây dựng để đảm bảo môi trường giao dịch tin cậy và an toàn cho thanh toán phí dịch vụ.

Thứ hai, các trường hợp thông tin không chính xác hoặc nghi ngờ phạm pháp, lừa đảo hoặc vi phạm khác cần quy định về phong tỏa tài khoản, khóa truy cập tài khoản, ngừng cung cấp dịch vụ hoặc lập hồ sơ gửi cơ quan công an hoặc áp dụng các biện pháp ngăn chặn khác.

Thứ ba, một vấn đề khác phải được chú ý, đó là vấn đề đảm bảo an toàn và bí mật thông tin cá nhân của các dịch vụ công điện tử. Vì vậy, các chuyên gia an ninh mạng và công ty xây dựng phần mềm dịch vụ công trực tuyến cần lựa chọn phương án hài hòa

vừa bảo đảm an ninh nhưng cũng cần phải đơn giản thuận tiện cho người dân.

Thứ tư, tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký điện tử công cộng là tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký điện tử cho cơ quan, tổ chức, cá nhân sử dụng trong các hoạt động công cộng. Các tổ chức, cơ quan nhà nước triển khai các giao dịch điện tử nói chung và dịch vụ công trực tuyến nói riêng nên áp dụng chữ ký điện tử trong việc triển khai.

Thứ năm, tiếp tục đầu tư tài chính và cơ sở hạ tầng, lựa chọn các công nghệ phù hợp, tránh lạc hậu, phù hợp với sự phát triển của công nghệ của thế giới và Việt Nam.

Bên cạnh 3 yếu tố có tác động mạnh như đã đề cập ở trên, hai yếu tố còn lại là lòng tin và khả năng tiếp cận cũng cần được các nhà quản lý quan tâm nhằm gia tăng hơn nữa sự hài lòng của người dân khi sử dụng dịch vụ hành chính công trực tuyến.

5.4. Hạn chế và hướng nghiên cứu

Mặc dù nghiên cứu này đã có sự nghiên cứu lý thuyết kỹ lưỡng qua đó có sự kế thừa các nghiên cứu trước để xây dựng mô hình nghiên cứu cho bối cảnh thực tế tại Việt Nam, kết quả cũng cho thấy mức độ giải thích của mô hình này đạt ở mức khá cao 65,2%. Tuy nhiên, vẫn còn những yếu tố khác mà nghiên cứu chưa xem xét đến trong mô hình này để giải thích sự hài lòng của người dân khi sử dụng dịch vụ công trực tuyến như: cảm nhận của người dân, sự truyền miệng tích cực, sự e ngại với các thủ tục hành chính,... cần được nghiên cứu kỹ hơn trong các nghiên cứu sau.

Trong điều kiện hạn hẹp về thời gian nghiên cứu, chi phí và khả năng có hạn, nhóm tác giả sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện, số lượng mẫu còn khá khiêm tốn cũng như các địa phương khảo sát cũng chưa thực sự nhiều và mang tính đại diện cao. Do vậy trong tương lai có thể tiến hành các nghiên cứu lặp lại với sự tham gia của nhiều tỉnh thành trên khắp cả nước để tăng khả năng tổng quát hóa cũng như mang đến một góc nhìn đồng bộ và toàn diện hơn. ◆

Tài liệu tham khảo:

1. Ali Alawneh, Hasan Al-Refai, Khaldoun Batiha (2013), *Measuring user satisfaction from e-Government services: Lessons from Jordan*, Government Information Quarterly, 30, 277 - 288.
2. Cao Duy Hoàng & Lê Nguyễn Hậu (2012), *Nghiên cứu về chất lượng dịch vụ hành chính công của người dân tại thành phố Đà Lạt*, Luận văn thạc sĩ, Đại học Bách Khoa Thành phố Hồ Chí Minh.
3. Debjani Bhattacharya (2011), *E-service quality model for Indian government portals: citizen's perspective*, Journal of Enterprise Information Management, 25(3).
4. Đặng Hoài Nam (2019), *Nghiên cứu mức độ hài lòng của doanh nghiệp khi sử dụng dịch vụ hành chính công tại Sở Kế hoạch và Đầu tư Lâm Đồng*, Luận văn Thạc sĩ, Đại học Đà Lạt.
5. George Babington Amegavi, Justice Nyigmah Bawole & Thomas Buabeng (2018), *The dynamics of e-government enactment in a developing country public sector organisation: evidence from Ghana*, Int. J. Electronic Governance, Vol. 10, No. 1.
6. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nhà xuất bản Hồng Đức, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
7. M. Soledad Janita, F. Javier Miranda (2018), *Quality in e-Government services: A proposal of dimensions from the perspective of public sector employees*, Telematics and Informatics.
8. Nguyễn Đình Thọ (2011), *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh: Thiết kế và thực hiện*, Nhà xuất bản Lao động Xã hội.
9. Phạm Thị Huế & Lê Đình Hải (2018), *Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ hành chính công trên địa bàn huyện Cẩm Mỹ tỉnh Đồng Nai*, Trường Đại học Lâm nghiệp, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Lâm nghiệp, 3.
10. Parasuraman, Zeithaml, V. a, & Berry, L. L. (1988), *SERQUAL: A Multiple-Item scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing.
11. Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A (1991), *Perceived service quality as a customer-based performance measure: An empirical examination of organizational barriers using an extended service quality model*, Human Resource Management, 30(3), 335–364.
12. Reiko Gotoh (2009), *Critical factors increasing user satisfaction with e-government services*, *Electronic Government*. An International Journal, 6 (3).
13. Trần Cao Tùng (2019), *Cung cấp dịch vụ công trực tuyến của một số nước trên thế giới và kinh nghiệm cho Việt Nam*, truy cập từ: <https://www.quanlynhanuoc.vn/2019/09/24/cung-cap-dich-vu-cong-truc-tuyen-cua-mot-so-nuoc-tren-the-gioi-va-kinh-nghiem-cho-viet-nam/>.

Summary

This study aims to evaluate the factors affecting the satisfaction of citizen when using online public services through data collected from direct surveys of people. Research results show that Quality of online public services, Citizen's awareness, Privacy and security, Trust and accessibility affect citizen's satisfaction when using online public services. Based on these results, the study also gives some discussion and governance implications for researchers as well as policy-makers in improving citizen's satisfaction as well as attracting more users for online public services in Vietnam context.