

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**



NGUYỄN VĂN HOÀNG

**ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG
VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CUNG CẤP ĐIỆN
TẠI CÔNG TY ĐIỆN LỰC THÀNH PHỐ
CẦN THƠ**

**LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Mã ngành: 8340101

Cần Thơ, 11/2022

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NAM CẦN THƠ**



NGUYỄN VĂN HOÀNG

**ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG
VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CUNG CẤP ĐIỆN
TẠI CÔNG TY ĐIỆN LỰC THÀNH PHỐ
CẦN THƠ**

**LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Mã ngành: 8340101

**CÁN BỘ HƯỚNG DẪN
TS. NGUYỄN QUỐC NGHI**

Cần Thơ, 11/2022

TRANG CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG

Luận văn/Đề án này, với đề tựa là “**Đánh giá sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ cung cấp điện tại công ty điện lực Thành phố Cần Thơ**”, do học viên **Nguyễn Văn Hoàng** thực hiện theo sự hướng dẫn của TS. Nguyễn Quốc Nghi Luận văn/Đề án đã báo cáo và được Hội đồng chấm luận văn/đề án thông qua ngày 15/10/2022.

Ủy viên
(Ký tên)



PGS-TS. Nguyễn Hải Quang
Phản biện 1
(Ký tên)



TS. Vũ Văn Đông
Cán bộ hướng dẫn
(Ký tên)



TS. Nguyễn Quốc Nghi

Thư ký
(Ký tên)



TS. Trần Thị Thùy
Phản biện 2
(Ký tên)



TS. Nguyễn Hồng Gấm
Chủ tịch Hội đồng
(Ký tên)



PGS-TS. Nguyễn Tri Khiêm

CAM KẾT

Tôi cam kết Luận văn này hoàn toàn do tôi thực hiện. Các đoạn trích dẫn và nguồn số liệu sử dụng trong Luận văn đều được trích dẫn nguồn và có độ chính xác nhất định trong phạm vi cho phép.

Cần Thơ, ngày 07 tháng 11 năm 2022

Tác giả



Nguyễn Văn Hoàng

LỜI CẢM TẠ

Tôi xin chân thành cảm ơn Thầy TS. Nguyễn Quốc Nghi đã tận tình hướng dẫn và chỉ bảo để tôi có thể hoàn tốt luận văn cao học này.

Tôi cũng xin gửi lời tri ân đến quý thầy cô trường Đại học Nam Cần Thơ đã dạy dỗ và truyền đạt cho tôi những kiến thức quý báu làm nền tảng cho việc thực hiện luận văn này.

Đồng thời, Tôi cũng xin chân thành cảm ơn quý khách hàng của Công ty Điện lực thành phố Cần Thơ đã tham gia cuộc khảo sát phục vụ cho nghiên cứu của Tôi.

Cần Thơ, ngày 07 tháng 11 năm 2022

Tác giả



Nguyễn Văn Hoàng

TÓM TẮT

Với nhu cầu sử dụng điện ngày càng tăng nhanh, Công ty Điện lực thành phố Cần Thơ đã nhanh chóng cải tiến chất lượng các công trình sửa chữa lớn, đầu tư cải tạo và nâng cấp lưới điện phân phối trong phạm vi toàn thành phố. Để đóng góp thiết thực vào các chiến lược phát triển của Công ty Điện lực thành phố Cần Thơ trong thời gian sắp tới, đề tài được nghiên cứu với mục tiêu phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ cung cấp điện, từ đó đề xuất các hàm ý quản trị nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ cung cấp điện của Công ty Điện lực thành phố Cần Thơ.

Trong nghiên cứu này, phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp với phương pháp nghiên cứu định lượng được sử dụng để giải quyết mục tiêu nghiên cứu. Dựa vào tổng quan tài liệu và cơ sở lý thuyết, mô hình nghiên cứu đề xuất 5 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ cung cấp điện của Công ty Điện lực thành phố Cần Thơ. Dữ liệu nghiên cứu được khảo sát từ 400 khách hàng sử dụng điện trên địa bàn thành phố Cần Thơ. Ứng dụng các công cụ phân tích định lượng, nghiên cứu đã chứng minh được 5 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng, bao gồm: Sự đảm bảo, sự đồng cảm, phương tiện hữu hình, sự tin cậy và sự đáp ứng. Trong đó, nhân tố sự đảm bảo tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của khách hàng. Từ kết quả nghiên cứu, một số hàm ý quản trị đã được đề xuất nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ cung cấp điện của Công ty Điện lực thành phố Cần Thơ.

ABSTRACT

Can Tho city Power Company has improved the quality of major repair works, and invested in renovating and upgrading the distribution grid throughout the city due to the rapid increase in demand for electricity. To make a practical contribution to the development strategies of Can Tho city Power Company in the future, the study was carried out. This study aims to analyze the factors affecting customer satisfaction with power supply service quality, thereby proposing management implications to improve customer satisfaction about the quality of power supply services of Can Tho city Power Company.

In this study, qualitative research methods combined with quantitative research methods are used to solve the research objectives. Based on a literature review and theoretical basis, the research model proposes 5 factors affecting customer satisfaction with the quality of power supply services of Can Tho city Power Company. Research data were surveyed from 400 customers using electricity in Can Tho city. Applying quantitative analysis tools, the study has pointed out 5 factors influencing customer satisfaction. They include assurance, empathy, tangible means, trust, and responsiveness. Among them, the factor of assurance has the most impact on customer satisfaction. From the research results, some managerial implications are proposed to improve customer satisfaction about the quality of power supply services of Can Tho city Power Company.

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU	1
1.1 LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI	1
1.2 CÁC NGHIÊN CỨU CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI	3
1.2.1 Lược khảo các nghiên cứu trong nước	3
1.2.2 Lược khảo các nghiên cứu nước ngoài	6
1.2.3 Đánh giá lược khảo tài liệu	7
1.3 MỤC TIÊU VÀ CÂU HỎI NGHIÊN CỨU	8
1.3.1 Mục tiêu chung.....	8
1.3.2. Mục tiêu cụ thể.....	9
1.3.3 Câu hỏi nghiên cứu	9
1.4 ĐỐI TƯỢNG, NỘI DUNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU	9
1.4.1 Đối tượng và nội dung nghiên cứu.....	9
1.4.2 Phạm vi nghiên cứu.....	9
1.5 Ý NGHĨA THỰC TIỄN CỦA ĐỀ TÀI	10
1.6 CẤU TRÚC LUẬN VĂN.....	10
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	12
2.1 CƠ SỞ LÝ THUYẾT.....	12
2.1.1 Khái niệm và tính chất đặc trưng của dịch vụ.....	12
2.1.2 Khái niệm về chất lượng dịch vụ	13
2.1.3 Đặc điểm của dịch vụ	14
2.1.4 Dịch vụ cung cấp điện.....	14
2.1.5 Các yếu tố cấu thành dịch vụ điện.....	15
2.1.6 Khái niệm về sự hài lòng của khách hàng.....	15
2.1.7 Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng	16
2.2 CÁC MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ	17
2.2.1 Mô hình Gronroos (1984)	17
2.2.2 Mô hình chất lượng dịch vụ SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1985, 1988, 1991).....	18
2.2.3 Mô hình SERVPERF (Service Performance)	20

2.2.4 Mô hình các nhân tố tác động đến sự thỏa mãn của khách hàng của Zeithaml và Bitner (2000)	22
2.3 CÁC GIẢ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	23
2.3.1 Giả thuyết nghiên cứu	23
2.3.2 Mô hình nghiên cứu đề xuất	24
CHƯƠNG 3: THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU	26
3.1 QUY TRÌNH NGHIÊN CỨU	26
3.2 THIẾT KẾ THANG ĐO	27
3.3 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	30
3.3.1 Phương pháp thu thập dữ liệu	30
3.3.2 Phương pháp phân tích số liệu	31
CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN	33
4.1 TỔNG QUAN VỀ CÔNG TY ĐIỆN LỰC THÀNH PHỐ CẦN THƠ.....	33
4.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển.....	33
4.1.2 Chức năng, nhiệm vụ	35
4.1.3 Cơ cấu tổ chức.....	36
4.1.4 Kết quả hoạt động kinh doanh	37
4.2 GIỚI THIỆU ĐẶC ĐIỂM CỦA ĐỐI TƯỢNG KHẢO SÁT.....	40
4.2.1 Loại khách hàng và đơn vị hành chính	40
4.2.2 Giới tính của đáp viên	40
4.2.3 Nghề nghiệp của đáp viên	41
4.3 CÁC THÔNG TIN TRUYỀN THÔNG VÀ DỊCH VỤ CUNG CẤP ĐIỆN CỦA CÔNG TY ĐIỆN LỰC THÀNH PHỐ CẦN THƠ	42
4.3.1 Các chương trình truyền thông cộng đồng mà khách hàng từng biết	42
4.3.2 Thông điệp khách hàng nhận biết từ điện lực truyền tải.....	43
4.3.3 Tình hình tư vấn giải pháp tiết kiệm điện	43
4.3.4 Khách hàng mong muốn hình thức cung cấp thông tin về dịch vụ.....	45
4.3.5 Hình thức khách hàng được thông báo và thanh toán tiền điện.....	47
4.4 ĐÁNH GIÁ CÁC TIÊU CHÍ ĐO LƯỜNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CUNG CẤP ĐIỆN CỦA CÔNG TY ĐIỆN LỰC THÀNH PHỐ CẦN THƠ.....	49
4.4.1 Đánh giá của khách hàng đối với sự tin cậy	49

4.4.2	Đánh giá của khách hàng đối với sự đáp ứng	50
4.4.3	Đánh giá của khách hàng đối với sự đảm bảo	51
4.4.4	Đánh giá của khách hàng đối với sự đồng cảm	52
4.4.5	Đánh giá của khách hàng đối với phương tiện hữu hình	53
4.4.6	Đánh giá sự hài lòng của khách hàng.....	53
4.5	CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ CUNG CẤP ĐIỆN	55
4.5.1	Đánh giá độ tin cậy của thang đo	55
4.5.2	Phân tích nhân tố khám phá	56
4.5.3	Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ cung cấp điện.....	59
4.6	KIỂM ĐỊNH SỰ KHÁC BIỆT VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG	61
4.6.1	Kiểm định sự khác biệt theo giới tính	61
4.6.2	Kiểm định sự khác biệt theo phân loại khách hàng	61
4.6.3	Kiểm định sự khác biệt theo quận/huyện.....	62
	CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ	64
5.1	KẾT LUẬN	64
5.2	HÀM Ý QUẢN TRỊ NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ CUNG CẤP ĐIỆN	65
5.2.1	Sự tin cậy.....	65
5.2.2	Sự đáp ứng	68
5.2.3	Sự đảm bảo.....	70
5.2.4	Sự đồng cảm.....	72
5.2.5	Phương tiện hữu hình	76
5.3	HẠN CHẾ NGHIÊN CỨU VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO.....	78
	TÀI LIỆU THAM KHẢO	79
	PHỤ LỤC 1: BẢNG HỎI KHẢO SÁT	82
	PHỤ LỤC 2: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH THÔ.....	88

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

WB: Ngân hàng Thế giới

DB 2020: Doing Business 2020

ASEAN: Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á

CPTPP: Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương

CLDV: Chất lượng dịch vụ

EVN: Tập đoàn Điện lực Việt Nam

EVNSPC: Tổng công ty Điện lực Miền nam

PCCT: Công ty Điện lực thành phố Cần Thơ

TP.Cần Thơ: Thành phố Cần Thơ

KH: Khách hàng

DL: Điện lực

TTCSKH: Trung tâm chăm sóc khách hàng

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 3.1: Tổng hợp các thang đo và ký hiệu thang đo	29
Bảng 4.1: Loại khách hàng và đơn vị hành chính.....	40
Bảng 4.2: Nghề nghiệp của đối tượng khảo sát	41
Bảng 4.3: Tình hình tư vấn giải pháp tiết kiệm điện theo quận/huyện	45
Bảng 4.4: Đánh giá của khách hàng đối với sự tin cậy.....	50
Bảng 4.5: Đánh giá của khách hàng đối với sự đáp ứng.....	50
Bảng 4.6: Đánh giá của khách hàng đối với sự đảm bảo	51
Bảng 4.7: Đánh giá của khách hàng đối với sự đồng cảm.....	52
Bảng 4.8: Đánh giá của khách hàng đối với phương tiện hữu hình.....	53
Bảng 4.9: Đánh giá của khách hàng đối với các tiêu chí đo lường sự hài lòng	54
Bảng 4.10: Đánh giá độ tin cậy của thang đo các biến đo lường trong nghiên cứu .	55
Bảng 4.11: Phân tích nhân tố khám phá thang đo độc lập	57
Bảng 4.12: Phân tích nhân tố khám phá thang đo phụ thuộc.....	58
Bảng 4.13: Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ cung cấp điện.....	59
Bảng 4.14: Sự khác biệt giữa giới tính và sự hài lòng của khách hàng	61
Bảng 4.15: Kiểm định sự khác biệt theo phân loại khách hàng	61
Bảng 4.16: Sự khác biệt giữa quận/huyện và sự hài lòng của khách hàng	62

DANH MỤC CÁC HÌNH

Hình 2.1: Mô hình chất lượng dịch vụ của Gronross	18
Hình 2.2: Mô hình chất lượng dịch vụ SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự	20
Hình 2.3: Mô hình chất lượng dịch vụ SERVPERF	21
Hình 2.4: Các nhân tố tác động đến sự thỏa mãn của khách hàng	22
Hình 2.5: Mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ cung cấp điện	25
Hình 3.1: Quy trình nghiên cứu của đề tài	27
Hình 4.1: Giới tính của đối tượng khảo sát	41
Hình 4.2: Các chương trình truyền thông cộng đồng khách hàng từng biết	42
Hình 4.3: Thông điệp khách hàng nhận biết	43
Hình 4.4: Tình hình tư vấn giải pháp tiết kiệm điện	44
Hình 4.5: Hình thức cung cấp thông tin về dịch vụ mà khách hàng mong muốn nhận	46
Hình 4.6: Hình thức mong muốn cung cấp thông tin về dịch vụ theo loại khách hàng	47
Hình 4.7: Hình thức khách hàng nhận được thông báo tiền điện	48
Hình 4.8: Hình thức khách hàng thanh toán tiền điện	49
Hình 4.9: Đánh giá của khách hàng trong việc cung cấp dịch vụ điện	54
Hình 4.10: Mô hình nghiên cứu thực nghiệm các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ cung cấp điện	60