LỰA CHỌN CÁC TIÊU CHÍ VÀ THANG ĐO ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG TẠI CÂU LẠC BỘ BƠI LỘI ÁNH VIÊN, THÀNH PHỐ THỦ ĐỨC

SELECTING THE CRITERIA AND THE MEASURE OF CUSTOMERS' SATISFACTION AT ANH VIEN SWIMMING CLUB, THU DUC CITY

TS. Lưu Trí Dũng*, CN. Nguyễn Thị Diễm Hương**

Tóm tắt: Bằng phương pháp tổng hợp và phân tích tài liệu; phương pháp phỏng vấn và phương pháp phân tích độ tin cậy Cronbach's Anpha nghiên cứu đã xây dựng được các tiêu chí và thang đo đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng tại câu lạc bộ bơi lội Ánh Viên, Thành phố Thủ Đức gồm 23 tiêu chí trong 5 yếu tố: Phương tiện hữu hình (2 tiêu chí); Độ tin cậy (6 tiêu chí); Sự đáp ứng (8 tiêu chí); Sự cảm thông (3 tiêu chí); Năng lực phục vụ (4 tiêu chí).

Từ khoá: *Hài lòng, dịch vụ, chất lượng dịch vụ, khách hàng.*

Abstract: According to the method of data synthesis and analysis; interview method and the test score reliability coefficient Cronbach's Alpha, this research has built the criteria and the measure of customers' satisfaction at Anh Vien swimming club, Thu Duc city. It includes 23 variables in 5 elements: Tangible means (2 criteria); Reliability (6 criteria); Satisfaction (8 criteria); Empathy (3 criteria); Service capacity (4 criteria).

Keywords*: Satisfaction, service, service quality, customer.*

1. Mở đầu

Trong những năm gần đây loại hình kinh tế dịch vụ cũng đã xuất hiện tại Việt Nam và có xu hướng phát triển mạnh, dần khẳng định vị trí của mình trong nền kinh tế. Kinh tế dịch vụ phát triển trong tất cả các lĩnh vực, ngành nghề, trong đó ngành thể dục thể thao (TDTT) là thể hiện rõ nhất và mang lại hiệu quả đáng kể. Có thể nhận thấy mô hình kinh doanh dịch vụ thể thao đã và đang phát triển ngày càng mạnh mẽ đặc biệt là tại các thành phố lớn, các trung tâm thể thao phát triển mạnh.

Trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh ngoài các cơ sở TDTT của nhà nước đầu tư phục vụ cho phát triển sự nghiệp thể thao, có thể thấy xuất hiện ngày càng nhiều cơ sở phát triển rộng khắp ở hầu hết các quận, huyện trong thành phố, có thể kể đến các câu lạc bộ (CLB), phòng tập, sân golf, sân tenis, sân cỏ nhân tạo, trung tâm dịch vụ thể thao, tư vấn sức khỏe, hồ bơi,… Trong số đó đáng kể là số lượng hồ bơi đang phát triển mạnh mẽ trong những năm qua. Để có được những thành quả đấy thì không thể không nhắc đến sự quan tâm và đầu tư của Đảng và Nhà nước ta vào lĩnh vực TDTT. Minh chứng là liên tục những nghị định được đưa ra như: Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Thể dục, thể thao ngày 14 tháng 6 năm 2018; Nghị định 106/2016/NĐ-CP Ngày 01 tháng 07 năm 2016 Chính Phủ về "Quy định điều kiện kinh doanh hoạt động thể thao";…

Song song đó với sự đa dạng của các loại hình về quy mô, kích cỡ và các điều kiện khác nhau đã tạo nên sự không đồng đều về chất lượng giữa các mô hình kinh doanh thể thao, dẫn đến chậm phát triển và kém hiệu quả. Chính vì vậy, việc tìm hiểu thông qua đánh giá nhu cầu, đòi hỏi khách hàng là điều cần thiết, đáp ứng được yêu cầu thực tiễn, giúp giảm thiểu rủi ro, tăng cường khả năng cạnh tranh và nâng cao hiệu quả quản lý. Với mong muốn góp phần nâng cao hiệu quả tổ chức hoạt động, và sự hài lòng của khách hàng về các dịch vụ hồ bơi, chúng tôi nghiên cứu ***"Lựa chọn các***

* *Trường ĐH Sư phạm TDTT HCM, **Trường Tiểu học Võ Văn Hát - TP. Thủ Đức*

tiêu chí và thang đo đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng tại Câu lạc bộ bơi lội Ánh Viên, Thành phố Thủ Đức" giúp các nhà quản lý có được đánh giá khách quan, trung thực về quá trình hoạt động của cơ sở và qua đó thúc đẩy phát triển phong trào TDTT tại địa phương.

2. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài đã sử dụng các phương pháp như: phương pháp tổng hợp và phân tích tài liệu, phương pháp phỏng vấn và phương pháp toán thống kê.

- Đối tượng nghiên cứu: Sự hài lòng của khách hàng tại CLB Bơi lội Ánh Viên, Thành phố Thủ Đức.

- Khách thể nghiên cứu: Bao gồm 100 người (khách hàng tham gia sử dụng dịch vụ) tại CLB Bơi lội Ánh Viên Tp. Thủ Đức. 10 chuyên gia có liên quan đến mảng bơi lội (Giáo viên, Huấn luyện viên, người quản lý hồ bơi,…)

- *Địa điểm nghiên cứu:* trường ĐHSP TDTT TP.Hồ Chí Minh và CLB Bơi lội Ánh Viên, Thành phố Thủ Đức.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Khái quát hoạt động của CLB Bơi lội Ánh Viên, Tp. Thủ Đức

Cùng với sự phát triển TDTT nói chung, trong những năm qua phong trào tập luyện bơi lội nói riêng ngày càng phát triển mạnh. Không chỉ dừng lại ở việc tập luyện theo phong trào, trong thời gian qua đã có nhiều giải thi đấu bơi lội được diễn ra nhằm mục đích tuyển chọn vận động viên (VĐV) và đáp ứng nhu cầu của người yêu thích môn thể thao này.

Thành phố Thủ Đức được thành lập trên cơ sở nhập toàn bộ Quận 2, Quận 9 và Quận Thủ Đức, là một thành phố mới có vị trí địa lí khá thuận lợi. Trong những năm qua, Tp. Thủ Đức đã có nhiều bước phát triển trên các lĩnh vực: giáo dục, y tế, văn hóa đặc biệt là TDTT. Trên địa bàn có nhiều trung tâm TDTT phát triển ở các môn bóng đá, các môn võ và bơi lội,… Trong đó hồ bơi Ánh Viên Tp. Thủ Đức có thể nói là một trong những hồ bơi lớn trên địa bàn với tổng diện tích 1.800m^2 trong đó gồm 2 hồ với tổng chiều dài là 70m gồm: một hồ lớn có độ sâu từ 1m đến 1m4; ngoài ra còn có một hồ nhỏ độ sâu từ 0.6m đến 1m dành cho trẻ em. Với mức giá vé 20.000đ đây được xem là một trong những hồ bơi giá rẻ của TP.HCM. Nhờ sự phối hợp chặt chẽ với các ban ngành đoàn thể, đã đưa hoạt động TDTT quần chúng đặc biệt là phong trào bơi lội ổn định, duy trì ở mức cao ngày càng phát triển mạnh mẽ và rộng khắp đáp ứng được yêu cầu xã hội.

3.2. Tổng hợp và phân tích các tiêu chí đánh giá sự hài lòng

Để có được những thông tin chính xác và có ý nghĩa làm cơ sở để đưa ra những giải pháp phù hợp cho các nhà quản lý thì một quy trình nghiên cứu cần thực hiện đầy đủ các bước sau: Xác định vấn đề; Xác định nguồn dữ liệu; Thiết kế công cụ thu thập dữ liệu; Tổ chức thu thập dữ liệu; Xử lí thông tin đã thu thập được; Phân tích dữ liệu; Báo kết quả nghiên cứu.

Qua quá trình tổng hợp tài liệu có liên quan đến đề tài nghiên cứu và tham khảo một số đề tài có nội dung nghiên cứu liên quan đến đề tài trong phần tài liệu tham khảo. Nghiên cứu đã tổng hợp được thang đo đánh giá sự hài lòng của khách hàng bao gồm 5 yếu tố: Phương tiện hữu hình (3 tiêu chí) ; Độ tin cậy (6 tiêu chí); Sự đáp ứng (8 tiêu chí); Sự cảm thông (5 tiêu chí); Năng lực phục vụ (4 tiêu chí). Tổng số có 26 mục hỏi để đo lường sự hài lòng của khách hàng được sử dụng trong đề tài. Trên cơ sở lý thuyết, thiết kế bảng câu hỏi với các mục hỏi để đo lường 5 yếu tố của thang đo, nhưng thực tế cần phải kiểm định độ tin cậy của bảng câu hỏi trước khi đi vào tính toán và phân tích tiếp theo.

3.3. Phỏng vấn chuyên gia để lựa chọn các tiêu chí đánh giá mức độ hài lòng

Thiết kế bảng câu hỏi: Bảng câu hỏi khảo sát được chia làm 2 phần

Phần 1: Gồm những câu hỏi về các yếu tố ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ khách hàng. Các câu hỏi được sử dụng để đo lường mức độ đồng ý của khách hàng được diễn tả theo thang đo Likert 5 điểm:

1= Hoàn toàn không đồng ý

2= Không đồng ý

3= Không ý kiến

4= Đồng ý

5= Hoàn toàn đồng ý

Phần 2: Bao gồm các câu hỏi nhằm thu thập những thông tin chung của khách hàng được phỏng vấn như:

Thông tin về độ tuổi

Thông tin về nghề nghiệp

Thông tin về mức thu nhập

Thông tin về khu vực sống

Thông tin về khung thời gian sử dụng dịch vụ của khách hàng

Thông tin về việc tiếp cận dịch vụ bằng phương tiện nào

Thông tin về thời gian đã sử dụng dịch vụ của khách hàng

Để đảm bảo tính khách quan của kết quả phỏng vấn, đề tài đã tiến hành phỏng vấn 2 lần, mỗi lần cách nhau 1 tháng với cùng nội dung và đối tượng phỏng vấn. Mục đích là kiểm tra sự trùng hợp giữa 2 kết quả của 2 lần phỏng vấn.

Tổng 2 lần phỏng vấn có 20 lượt ý kiến trả lời

- Lần 1: Phát ra 10 phiếu thu về 10 phiếu.

- Lần 2: Phát ra 10 phiếu thu về 10 phiếu.

Cách tính điểm như sau: Tổng cộng có 20 lượt ý kiếm trả lời nhân với điểm tối đa của thang đo linkert 5 mức độ là 5 thì ra được tổng điểm cao nhất là 50 điểm. Đề tài chọn các chỉ tiêu có tổng điểm lớn hơn 60% tức là tổng điểm từ 30 điểm trở lên để tiến hành các bước nghiên cứu tiếp theo.

Kết quả tính toán về tỉ lệ % và mối tương quan về mức độ sử dụng các tiêu chí đánh giá sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ tại CLB Bơi lội Ánh Viên được trình bày ở Bảng 1.

Bảng 1. Kết quả phỏng vấn lựa chọn các tiêu chí đánh giá sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ tại CLB Bơi lội Ánh Viên

TT	Mã	Chỉ tiêu	Kết quả phỏng vấn lần 1 (n = 10)		Kết quả phỏng vấn lần 2 (n = 10)	
			Tổng điểm 50		Tổng điểm 50	
			Điểm	Tỷ lệ %	Điểm	Tỷ lệ %
Sự đáp ứng						
1	ĐƯ1	Nhân viên CLB này luôn phục vụ bạn chu đáo ngay cả khi đông khách	30	60%	30	60%
2	ĐƯ2	Nhân viên trong CLB luôn sẵn sàn giúp đỡ bạn	35	70%	30	60%
3	ĐƯ3	CLB thông báo kịp thời cho bạn khi có sự thay đổi về hoạt động phục vụ	40	80%	35	70%
4	ĐƯ4	Phong cách CLB chuyên nghiệp	40	80%	45	90%
5	ĐƯ5	Thủ tục đăng ký tham gia CLB nhanh chóng và thuận tiện	30	60%	35	70%
6	ĐƯ6	Nhanh chóng đáp ứng nhu cầu khi khách cần	30	60%	30	60%
7	ĐƯ7	Dịch vụ gửi xe thuận tiện dễ dàng	40	80%	35	70%
8	ĐƯ8	Khu vực nhà vệ sinh của CLB bố trí hợp lý, sạch sẽ thoáng mát	40	80%	40	80%
Độ tin cậy						
1	TC1	CLB thể hiện sự quan tâm thoả đáng những vấn đề hay sự cố bạn gặp phải	45	90%	40	80%
2	TC2	CLB này đáp ứng được những yêu cầu của bạn	40	80%	40	80%
3	TC3	Nhân viên CLB này phục vụ bạn nhanh chóng đúng hạn	30	60%	35	70%
4	TC4	CLB này thể hiện sự quan tâm đến tập thể, cá nhân bạn	50	100%	50	100%
5	TC5	CLB này thể hiện sự chú ý đến những gì bạn quan tâm nhiều nhất	35	70%	40	80%
6	TC6	CLB có trang thiết bị hiện đại	40	80%	45	90%

TT	Mã	Chỉ tiêu	Kết quả phỏng vấn lần 1 (n = 10)		Kết quả phỏng vấn lần 2 (n = 10)	
			Tổng điểm 50		Tổng điểm 50	
			Điểm	Tỷ lệ %	Điểm	Tỷ lệ %
Năng lực phục vụ						
1	NL1	Khi bạn cần giúp đỡ CLB nhiệt tình giúp đỡ	45	90%	40	80%
2	NL2	Nhân viên CLB tận tình hướng dẫn bạn	40	80%	45	90%
3	NL3	Cách phục vụ của nhân viên CLB này tạo nên sự tin tưởng cho bạn	40	80%	45	90%
4	NL4	Sẵn sàng và tận tâm giúp đỡ khách hàng	45	90%	50	100%
Phương tiện hữu hình						
1	HH1	Nhân viên tận tình giúp đỡ khi bạn gặp khó khăn	30	60%	35	70%
2	HH2	CLB luôn cho khách hàng những lời khuyên tốt nhất	20	40%	20	40%
3	HH3	Nhân viên trong CLB này lịch sự	35	70%	35	70%
Sự đồng cảm						
1	ĐC1	CLB hoạt động đúng như đã giới thiệu	45	90%	50	100%
2	ĐC2	Nhân viên CLB bao giờ cũng tỏ ra lịch sự nhã nhặn với bạn	40	80%	40	80%
3	ĐC3	Nhân viên trong CLB luôn hiểu được nhu cầu của bạn	35	70%	30	60%
4	ĐC4	Chi phí CLB có phù hợp?	25	50%	25	50%
5	ĐC5	Vị trí CLB có phù hợp không?	20	40%	25	50%

Kết quả phỏng vấn

Đề tài tiến hành kiểm định Wilcoxon để đảm bảo có sự đồng nhất ý kiến giữa 2 lần phỏng vấn. Kết quả kiểm định được trình bày qua bảng 2 sau:

Bảng 2. Kết quả kiểm định Wilconxon giữa 2 lần phỏng vấn test

Test Statisticsb	Phỏng vấn Test lần 2 - Phỏng vấn Test lần 1
Z	-1.947a
Asymp. Sig. (2-tailed)	.632
a. Based on negative ranks.	
b. Wilcoxon Signed Ranks Test	

Giả thiết H0: Hai trị trung bình của 2 tổng thể là như nhau.

Giả thiết H1: Hai trị trung bình của 2 tổng thể là khác nhau.

Từ kết quả trên, ta thấy mức ý nghĩa quan sát của kiểm định giữa 2 lần phỏng vấn test là sig. = 0.632 > 0.05 (ngưỡng xác suất thống kê có ý nghĩa tại P = 0.05). Do đó ta chấp nhận giả thiết H0. Kết luận rút ra: theo kiểm định Wilcoxon, có tính trùng hợp và ổn định giữa 2 lần phỏng vấn. Ở hai lần phỏng vấn, những chỉ tiêu nào trong phỏng vấn lần thứ nhất được đánh giá cao thì lần thứ hai cũng được đánh giá cao. Trái lại, những chỉ tiêu nào được đánh giá thấp trong lần đầu thì lần sau cũng đánh giá thấp. Đối với các câu hỏi, đề tài chọn các chỉ tiêu có ý kiến tán thành cao nhất đạt tỉ lệ 60% trở lên và phù hợp với điều kiện thực hiện. Các tiêu chí lựa chọn để đánh giá chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng tại CLB Bơi lội Ánh Viên được trình bày qua bảng 3.

Theo kinh nghiệm của những nhà nghiên cứu cho rằng nếu sử dụng phương pháp ước lượng thì kích thước mẫu phải tối thiểu từ 100-150 mẫu (Hair & ctg 1998). Ngoài ra theo Bollen, 1989 thì kích thước mẫu tối thiểu là 5 mẫu cho 1 tham số cần ước lượng. Trong nghiên cứu này số bảng câu hỏi dùng để khảo sát là 23 câu hỏi. Ngoài ra còn có 7 câu hỏi để thu thập thông tin của khách hàng được phỏng vấn, kích thước mẫu dự kiến đề ra là 100.

Đề tài đã tiến hành điều tra, khảo sát về chất lượng dịch vụ khách hàng tại CLB Bơi lội Ánh Viên thông qua bảng câu hỏi dùng để phỏng vấn trực tiếp từ các khách hàng đã đến sinh hoạt tại

Bảng 3. Bảng tổng hợp các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng tại CLB Bơi lội Ánh Viên

TT	Mã	Chỉ tiêu
		Sự đáp ứng
1	ĐƯ1	Nhân viên CLB này luôn phục vụ bạn chu đáo ngay cả khi đông khách
2	ĐƯ2	Nhân viên trong CLB luôn sẵn sàn giúp đỡ bạn
3	ĐƯ3	CLB thông báo kịp thời cho bạn khi có sự thay đổi về hoạt động phục vụ
4	ĐƯ4	Phong cách CLB chuyên nghiệp
5	ĐƯ5	Thủ tục đăng ký tham gia CLB nhanh chóng và thuận tiện
6	ĐƯ6	Nhanh chóng đáp ứng nhu cầu khi khách cần
7	ĐƯ7	Dịch vụ gửi xe thuận tiện dễ dàng
8	ĐƯ8	Khu vực nhà vệ sinh của CLB bố trí hợp lý, sạch sẽ thoáng mát
		Độ tin cậy
1	TC1	CLB thể hiện sự quan tâm thoả đáng những vấn đề hay sự cố bạn gặp phải
2	TC2	CLB này đáp ứng được những yêu cầu của bạn
3	TC3	Nhân viên CLB này phục vụ bạn nhanh chóng đúng hạn.
4	TC4	CLB này thể hiện sự quan tâm đến tập thể, cá nhân bạn
5	TC5	CLB này thể hiện sự chú ý đến những gì bạn quan tâm nhiều nhất
6	TC6	CLB có trang thiết bị hiện đại
		Năng lực phục vụ
1	NL1	Khi bạn cần giúp đỡ CLB nhiệt tình giúp đỡ
2	NL2	Nhân viên CLB tận tình hướng dẫn bạn
3	NL3	Cách phục vụ của nhân viên CLB này tạo nên sự tin tưởng cho bạn
4	NL4	Sẵn sàng và tận tâm giúp đỡ khách hàng
		Phương tiện hữu hình
1	HH1	Nhân viên tận tình giúp đỡ khi bạn gặp khó khăn
3	HH3	Nhân viên trong CLB này lịch sự
		Sự đồng cảm
1	ĐC1	CLB hoạt động đúng như đã giới thiệu
2	ĐC2	Nhân viên CLB bao giờ cũng tỏ ra lịch sự nhã nhặn với bạn
3	ĐC3	Nhân viên trong CLB luôn hiểu được nhu cầu của bạn

CLB trong một thời gian dài. Thông qua việc khảo sát về chất lượng dịch vụ khách hàng có thể đánh giá được chất lượng phục vụ, trình độ chuyên môn và uy tín của CLB đối với khách hàng. Những ý kiến đóng góp của họ là những phản ánh thực tế về thực trạng của các hoạt động chăm sóc, phục vụ khách hàng, cơ sở vật chất cũng như tinh thần trách nhiệm của nhân viên trong công việc. Đồng thời họ là những người có tác động trực tiếp đến sự tồn tại và phát triển của CLB ở thời điểm hiện tại và trong tương lai.

4. Kết luận

Qua nghiên cứu, đề tài đã xác định được thang đo đánh giá sự hài lòng của khách hàng bao gồm 5 yếu tố: Phương tiện hữu hình (2 tiêu chí); Độ tin cậy (6 tiêu chí); Sự đáp ứng (8 tiêu chí); Sự cảm thông (3 tiêu chí); Năng lực phục vụ (4 tiêu chí). Thông qua 23 tiêu chí đề tài xây dựng bảng hỏi với thang đo Likert 5 mức độ và tiến hành điều tra khảo sát về chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng tại CLB bơi lội Ánh Viên.

Tài liệu tham khảo

1. Nguyễn Thị Kim Anh (2010), *"Nghiên cứu lòng trung thành của khách hàng trong ngành Ngân hàng tại TP.Hồ Chí Minh"*, Trường Đại học Kinh tế TP.Hồ Chí Minh.
2. Trần Hữu Ái (2012*), "Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng và trung thành của khách hàng sử dụng SDSL"*.
3. Lê Nguyễn Minh Hoàng (2013), *"Nghiên cứu chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của vận động viên tại các giải đấu E-SPOST do Việt Nam TELEVISION CORPORATION tổ chức ở TP.Hồ Chí Minh"*.
4. Lê Thị Mỹ Linh (2013), *"Khảo sát nhu cầu, chất lượng dịch vụ và lòng trung thành của khách hàng bơi tại hồ bơi Quận 4"*.
5. Lê Quý Phượng & cộng sự (2015), *"Phương pháp nghiên cứu khoa học trong Quản lý Thể dục Thể thao",* NXB Thể dục Thể thao.
6. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005), *" Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS"*, NXB Thống Kê.

Ngày nhận bài: 09/8/2021
Ngày đánh giá: 16/8/2021
Ngày duyệt đăng: 25/8/2021