

# **ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THEO MÔ HÌNH SERVQUAL**

## **1. Giới thiệu chung**

### **1.1 Giới thiệu về phương pháp**

Đánh giá chất lượng dịch vụ là quá trình có hệ thống, độc lập và được lập thành văn bản để nhận được bằng chứng đánh giá và xem xét đánh giá chúng một cách khách quan để xác định mức độ thực hiện các chuẩn mực dịch vụ đã thỏa thuận.

Đối với ngành dịch vụ, việc đánh giá toàn diện sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ là vô cùng khó khăn do những tính chất đặc thù riêng biệt của dịch vụ.

Trong những năm gần đây, mối quan tâm đến chất lượng dịch vụ ngày càng tăng. Do đó, hoạt động đánh giá chứng nhận dịch vụ phát triển khá mạnh. Chẳng hạn tại Pháp dịch vụ dọn nhà đã được AFNOR chứng nhận. Việc đánh giá sự phù hợp của dịch vụ bao gồm một mặt là khả năng cung cấp dịch vụ đã qui định, mặt khác là sự hài lòng của khách hàng – người mua dịch vụ.

So sánh Đánh giá chất lượng sản phẩm, hàng hóa và Đánh giá chất lượng dịch vụ :

-Đánh giá chất lượng sản phẩm, hàng hóa : cơ bản dùng phương pháp thí nghiệm và chuyên gia, được tiêu chuẩn hóa rất chi tiết, đầy đủ và có nhiều phương thức đánh giá, ví dụ như quy định về những gì trong ISO 9001, ISO 22000 ...

-Đánh giá chất lượng dịch vụ : cơ bản dùng phương pháp cảm quan và chuyên gia, chưa được tiêu chuẩn hóa một cách chi tiết và đầy đủ.

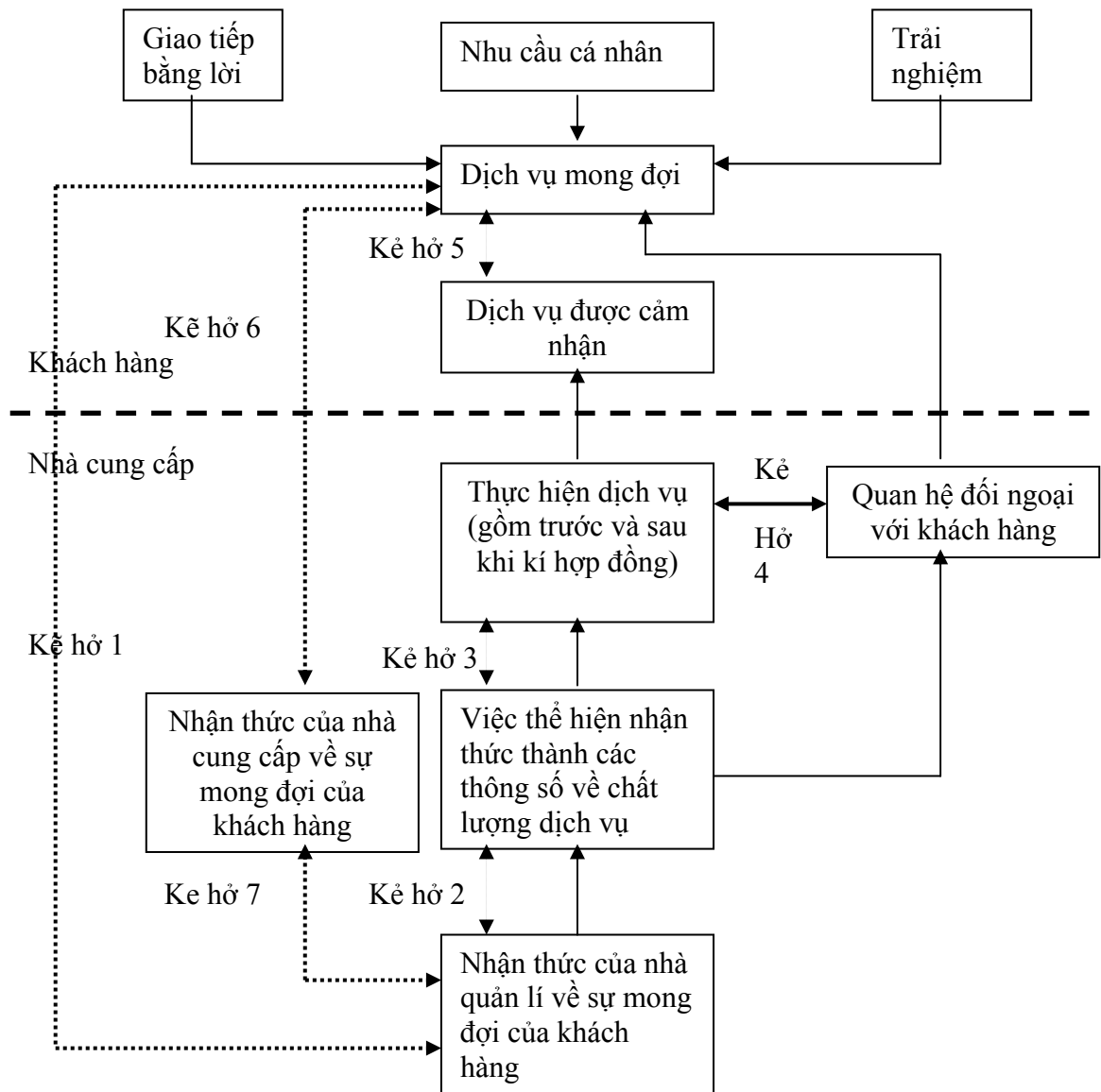
### **1.2 Mô hình SERVQUAL**

Parasuraman là người tiên phong trong nghiên cứu chất lượng dịch vụ (1985). Thành công của nghiên cứu tạo phương tiện đột phá giúp các nhà kinh doanh có được kết quả chất lượng dịch vụ của họ thông qua việc nghiên cứu đánh giá của khách hàng - người sử dụng dịch vụ. Mô hình SERVQUAL được ghép từ 2 từ Service và Quality, được nhiều nhà nghiên cứu đánh giá là khá toàn diện. Sau đó, Mô hình Servqual tiếp tục hoàn thiện thông qua việc tập trung vào khái niệm về “Sự cảm nhận chất lượng” của người tiêu dùng. Sự cảm nhận chất lượng của khách hàng là việc đánh giá có tính khách quan nhất về chất lượng của dịch vụ.

Nghiên cứu của Parasuraman cho rằng Chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa kỳ vọng của khách hàng về dịch vụ mà họ đang sử dụng với cảm nhận thực tế về dịch vụ mà họ hưởng thụ. Tác giả đã thiết lập Mô hình các kẽ hở trong chất lượng dịch vụ để làm cơ sở cho việc tiêu chuẩn hóa dịch vụ và Đánh giá chất lượng dịch vụ. Từ đó

làm cơ sở cho việc đề ra các biện pháp khắc phục tình trạng kém chất lượng trong dịch vụ. Mô hình với 7 kẻ hở chất lượng được thể hiện trong sơ đồ sau:

### Mô hình các kẻ hở trong chất lượng dịch vụ



(Theo Dr. Koenraad Tommissen- Tư vấn quản lý : Một quan điểm mới )

## **2. Mục đích**

Nhằm xây dựng phương pháp để thực hiện đánh giá chất lượng dịch vụ, qua đó có thể khẳng định một Dịch vụ, Quá trình hay Hệ thống cung cấp dịch vụ thỏa mãn các yêu cầu khách hàng theo các tiêu chuẩn qui định.

## **3. Lợi ích**

Việc đánh giá sự phù hợp đối với các tiêu chuẩn tự nguyện đang ngày càng trở nên quan trọng do xu thế toàn cầu hóa và mở rộng thị trường thế giới vì nó cho phép cung cấp các bằng chứng như giấy chứng nhận, nhãn hiệu ,dấu hiệu ... Từ đó cung cấp thông tin để :

- Doanh nghiệp kiểm soát chất lượng hiệu quả.
- Người tiêu dùng có thể an tâm lựa chọn với một lòng tin nhất định
- Cho phép các nhà sản xuất và xuất khẩu sử dụng làm công cụ tiếp thị và đem lại thành công trên thương trường.
- Bằng chứng về sự đảm bảo đối với các cơ quan có thẩm quyền và người tiêu dùng rằng các yêu cầu quy định đã được thực hiện.
- Giảm tranh chấp có thể xảy ra về thủ tục hay chất lượng.
- Với doanh nghiệp dịch vụ, đánh giá của bên thứ 1 và thứ 2 là yêu cầu tự thân.
- + Đánh giá nội bộ là hoạt động không thể thiếu đối với doanh nghiệp.

+ Đánh giá chất lượng của khách hàng (bên thứ 2) có ý nghĩa rất quan trọng .Một mặt, nó cho phép doanh nghiệp nhận ra các kẽ hở về chất lượng, tạo cơ hội khắc phục tức thì, tiêu chuẩn hóa quá trình, nắm bắt nhu cầu khách hàng, quá trình đánh giá của khách hàng tự thân nó là 1 hoạt động góp phần giao tiếp hiệu quả .Đồng thời nó có nhiều thuận lợi để thực hiện trong quá trình cung cấp dịch vụ mà doanh nghiệp không thể bỏ qua.

## **4. Triết lý**

Khách hàng là bậc thầy về chất lượng, đặc biệt là chất lượng dịch vụ. Vì vậy đánh giá chất lượng của khách hàng “kho báu” để doanh nghiệp cải tiến chất lượng và tìm kiếm lợi nhuận.

Một công cụ đo lường, đánh giá hữu hiệu cho phép chỉ ra những thiếu sót, nhận biết được nhu cầu tiềm ẩn của khách hàng, tạo dữ liệu để cải tiến liên tục

## **5. Nguyên tắc áp dụng**

- Xác định chính xác yêu cầu của khách hàng để có cơ sở thiết kế dịch vụ đáp ứng đúng yêu cầu.

- Xây dựng tiêu chuẩn dịch vụ một cách đồng bộ cả về chất lượng dịch vụ, quá trình cung cấp dịch vụ và quá trình kiểm soát chất lượng dịch vụ.
- Thông tin đầy đủ về dịch vụ để khách hàng hiểu rõ yêu cầu của mình và thực hiện việc chọn lựa đúng loại hình phù hợp.
- Xây dựng được đội ngũ chuyên gia đánh giá nội bộ .

## **6. Yêu cầu của phương pháp**

### **6.1 Phải có quyết tâm của lãnh đạo cao nhất:**

Trong việc thể hiện quyết tâm thực hiện, tổ chức một bộ phận chuyên trách về chất lượng, tạo môi trường thuận lợi và cung cấp nguồn lực cho cải tiến chất lượng liên tục.

### **6.2 Xây dựng tiêu chuẩn dịch vụ:**

Cần xác định rõ, đầy đủ yêu cầu (của khách hàng) về chất lượng dịch vụ và tiêu chuẩn hóa quá trình cung cấp, kiểm soát chất lượng dịch vụ, bao gồm các nội dung sau:

+ Tiêu chuẩn dịch vụ (gồm cả các sản phẩm vật chất kèm theo): thể hiện rõ nhất đến mức có thể về mức chất lượng của dịch vụ

+ Quy trình (thủ tục) cung cấp dịch vụ: quy định chi tiết cách thức thực hiện toàn bộ quá trình cung cấp dịch vụ, từ chuẩn mực của đầu vào, quá trình thực hiện các bước cung cấp dịch vụ cho đến khâu kết thúc.

+ Quy trình (thủ tục) kiểm soát chất lượng dịch vụ, bao gồm cách thức kiểm tra đánh giá toàn bộ quá trình cung cấp dịch vụ từ kiểm tra đầu vào, kiểm soát chất lượng ở các bước của quá trình cung cấp dịch vụ, cách thức chấp nhận hay bác bỏ lỗi về chất lượng, cách thức khắc phục, phòng ngừa và Quy trình đánh giá chất lượng dịch vụ.

### **6.3 Xây dựng Quy trình đánh giá chất lượng dịch vụ:**

Cần quy định về các nội dung sau:

+ Tổ chức một tổ đánh giá chất lượng bao gồm các chuyên viên am hiểu về quản lý kỹ thuật, chất lượng trong công ty.

+ Lập bảng khảo sát ý kiến để chọn lựa tất cả những yếu tố nào có thể làm hài lòng của khách hàng.

+ Lựa chọn mô hình (với các tiêu chí chất lượng, câu hỏi, thang điểm, trọng số của chúng) để đánh giá chất lượng dịch vụ.

+ Quy định về Phiếu khảo sát đánh giá chất lượng dịch vụ và cách thức đánh giá kết quả.

+ Quy định về cách thức tổ chức thực hiện kế hoạch đánh giá hàng năm và Chương trình đánh giá cho mỗi đợt đánh giá.

#### **6.4 Thông tin đầy đủ về dịch vụ để khách hàng hiểu rõ mục đích của đánh giá chất lượng (nếu lựa chọn đánh giá của khách hàng)**

Cần có quy định về việc lựa chọn khách hàng phù hợp cho việc đánh giá và có sự giải thích, hỗ trợ đầy đủ để giúp khách hàng thực hiện việc đánh giá một cách vô tư, chính xác.

#### **6.5 Xây dựng Hệ thống quản lý chất lượng dịch vụ:**

Trên cơ sở của tiêu chuẩn hóa dịch vụ và quá trình cung cấp & kiểm soát dịch vụ, cần tiến tới xây dựng hệ thống quản lý chất lượng dịch vụ toàn diện với trọng tâm là đảm bảo chất lượng dịch vụ và thỏa mãn yêu cầu khách hàng.

### **7. Cách thức áp dụng : gồm 10 bước như sau:**

- **Bước 1: Bước khởi đầu:** xác định tính cần thiết và quyết tâm áp dụng phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ theo mô hình Servqual
- **Bước 2: Tổ chức bộ phận chuyên trách:** để chuẩn bị công tác tổ chức, xây dựng Ban đánh giá chất lượng.
- **Bước 3: Đào tạo nhận thức và kỹ năng áp dụng phương pháp:** để huấn luyện đội ngũ chuyên trách chất lượng với các kỹ năng cơ bản là xác định nhu cầu khách hàng, tiêu chuẩn hóa dịch vụ, xây dựng chuẩn mực đánh giá và cách thức kiểm soát chất lượng.
- **Bước 4: Tiến hành tiêu chuẩn hóa dịch vụ:** để có được một bộ tiêu chuẩn về dịch vụ, quá trình cung cấp và kiểm soát chất lượng dịch vụ.
- **Bước 5: Xây dựng quy định về đánh giá chất lượng:** để có được quy định (hay thủ tục) về chuẩn mực đánh giá, cách thức tiến hành đánh giá (cả đánh giá nội bộ và đánh giá của khách hàng) .
- **Bước 6: Xây dựng Chương trình đánh giá hàng năm và Kế hoạch đánh giá cho mỗi lần đánh giá:**

Chương trình đánh giá hàng năm cần có chu kỳ đánh giá đủ để có thể đánh giá và kiểm soát được toàn diện các quá trình và bộ phận có ảnh hưởng đến chất lượng.

Kế hoạch đánh giá cho mỗi đợt đánh giá cần xác định các bảng câu hỏi, chỉ rõ cách thức tính điểm, đánh giá và công việc cần thực hiện cho cả chuyên gia đánh giá và bộ phận được đánh giá .

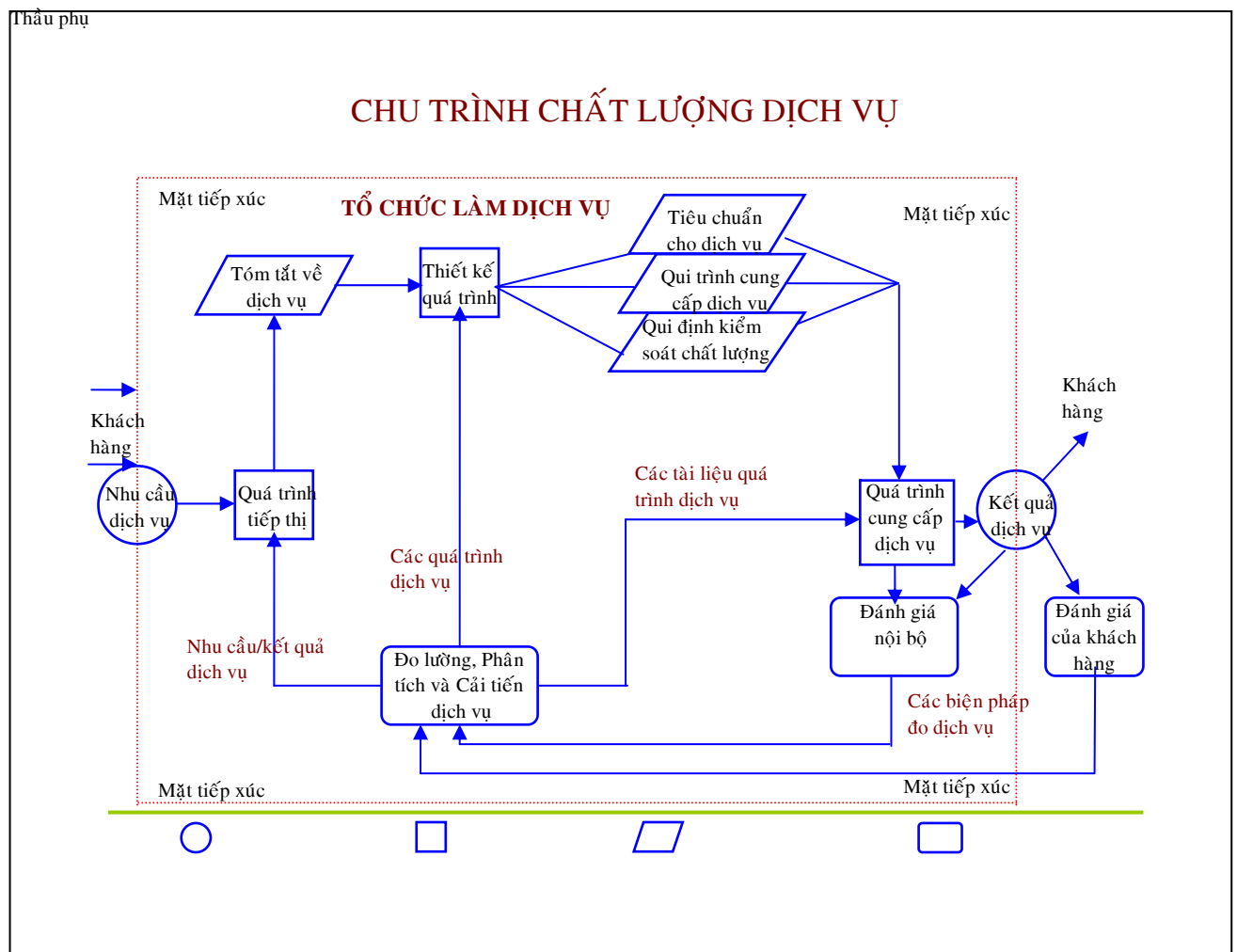
- **Bước 7: Ban hành và Áp dụng các quy định về dịch vụ và đánh giá dịch vụ:** tiến hành cung cấp song hành (không tách rời) với việc kiểm soát chất lượng mà đánh giá chất lượng dịch vụ theo Servqual là nội dung quan trọng.

- **Bước 8: Duy trì và cải tiến:** thường xuyên đánh giá (đặc biệt là đánh giá từ khách hàng), phân tích kết quả, tiếp tục cải tiến chất lượng, đồng thời thực hiện tiêu chuẩn hóa dịch vụ và quá trình sao cho luôn phù hợp yêu cầu khách hàng.

## 8. Ví dụ minh họa

### Ví dụ 1: Cơ cấu của Hệ thống quản lý chất lượng

Cơ cấu của Hệ thống quản lý chất lượng bao gồm các yếu tố cấu thành để kiểm soát đầy đủ và đảm bảo cho các quá trình của hệ thống chất lượng hoạt động hiệu quả, trong đó có các hoạt động chính có ảnh hưởng đến chất lượng được thể hiện trong Chu trình chất lượng – các hoạt động chính có ảnh hưởng đến chất lượng (Theo Chu trình Chất lượng, ISO 9000-2:1994).



**Ví dụ 2:** Chất lượng dịch vụ được tiêu chuẩn hóa, thực hiện và đánh giá theo mười tiêu chí (yêu cầu) sau:

1. Độ tin cậy (reliability);
2. Khả năng đáp ứng (responsiveness);
3. Năng lực phục vụ (competence);
4. Tiếp cận (access);
5. Lịch sự (courtesy);
6. Thông tin (communication);
7. Tín nhiệm (credibility);
8. Độ an toàn ( security);
9. Hiểu biết khách hàng (understanding customer);
10. Phương tiện hữu hình (tangibles)

**Ví dụ 3:** Bảng câu hỏi để đánh giá chất lượng dịch vụ:

Tiêu chí	Câu hỏi	Điểm đánh giá (1:kém nhất, 5: tốt nhất)
<b>Tiêu chí 1: Nhóm cơ sở vật chất hữu hình:</b> đo lường mức độ hấp dẫn, hiện đại của các trang thiết bị vật chất, giờ phục vụ thích hợp, trang phục của các nhân viên phục vụ:	1. Công ty có trang thiết bị hiện đại?	① ② ③ ④ ⑤
	2. Cơ sở vật chất của Công ty trông rất hấp dẫn?	① ② ③ ④ ⑤
	3. Nhân viên của Công ty có trang phục gọn gàng, lịch sự?	① ② ③ ④ ⑤
	4. Các phương tiện vật chất trong hoạt động dịch vụ rất hấp dẫn tại Công ty ?	① ② ③ ④ ⑤
	5. Công ty có thời gian giao dịch thuận tiện?	① ② ③ ④ ⑤
<b>Nhóm mức độ tin cậy:</b> đo lường mức độ thực hiện các chương trình dịch vụ đã đề ra:	1. Khi Công ty hứa sẽ thực hiện điều gì đó vào khoảng thời gian xác định, thì công ty sẽ thực hiện đúng?	① ② ③ ④ ⑤
	2. Khi bạn gặp vấn đề, Công ty thể hiện sự quan tâm chân thành trong giải quyết vấn đề?	① ② ③ ④ ⑤
	3. Công ty thực hiện dịch vụ đúng ngay lần đầu tiên?	① ② ③ ④ ⑤
	4. Công ty cung cấp dịch vụ đúng vào thời điểm mà công ty hứa sẽ thực hiện?	① ② ③ ④ ⑤
	5. Công ty thông báo cho khách hàng khi nào dịch vụ sẽ được thực hiện?	① ② ③ ④ ⑤
<b>Nhóm mức độ đáp ứng:</b> đo lường khả năng thực hiện các dịch vụ kịp thời và đúng hạn với 3 biến quan sát:	1. Nhân viên Công ty phục vụ bạn nhanh chóng, đúng hạn?	① ② ③ ④ ⑤
	2. Nhân viên Công ty luôn luôn sẵn sàng giúp đỡ bạn?	① ② ③ ④ ⑤
	3. Nhân viên Công ty không bao giờ tỏ ra quá bận rộn để không đáp ứng yêu cầu của bạn?	① ② ③ ④ ⑤

<b>Nhóm năng lực phục vụ:</b> đo lường khả năng tạo sự tin tưởng và an tâm của Công ty cho khách hàng:	1. Hành vi của nhân viên trong Công ty ngày càng tạo sự tin tưởng đối với bạn?	① ② ③ ④ ⑤
	2. Bạn cảm thấy an toàn khi thực hiện giao dịch với Công ty?	① ② ③ ④ ⑤
	3. Nhân viên trong Công ty bao giờ cũng tỏ ra lịch sự, nhã nhặn với bạn?	① ② ③ ④ ⑤
	4. Nhân viên trong Công ty đủ kiến thức để trả lời các câu hỏi của bạn?	① ② ③ ④ ⑤
<b>Nhóm mức độ đồng cảm:</b> đo lường khả năng quan tâm, thông cảm và chăm sóc từng cá nhân khách hàng	1. Công ty thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn?	① ② ③ ④ ⑤
	2. Công ty có những nhân viên thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn?	① ② ③ ④ ⑤
	3. Công ty thể hiện sự chú ý đặc biệt đến những quan tâm lớn nhất của bạn?	① ② ③ ④ ⑤
	4. Nhân viên trong Công ty hiểu được những nhu cầu đặc biệt của bạn	① ② ③ ④ ⑤

## 9. Thông tin tham khảo

- Khi nào cần áp dụng? Khi muốn nâng cao trình độ tiêu chuẩn hóa hệ thống quản lý chất lượng của tổ chức, doanh nghiệp dịch vụ, qua đó xây dựng phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ theo mô hình Servqual một cách khoa học, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, chiếm được lòng tin của khách hàng.
- Khả năng thất bại gì? Cốt lõi của mô hình Servqual là thiết lập các tiêu chuẩn (dịch vụ, quá trình cung cấp và kiểm soát dịch vụ), tiến hành áp dụng và thường xuyên đánh giá và cải tiến nên không tốn kém về nhân lực và tài chính.
- Nên tránh gì? Tránh việc phải chờ có dịch vụ tốt mới tiến hành đánh giá chất lượng dịch vụ, nên sớm đánh giá chất lượng (nội bộ và bởi khách hàng), xác định vấn đề và liên tục cải tiến dịch vụ.
- Chi phí áp dụng? Có thể bao gồm phí Đào tạo (khoảng 15-20 triệu), Tư vấn áp dụng (khoảng 30-50 triệu), Xây dựng phần mềm tính toán và theo dõi kết quả hiệu suất.
- Thời gian thực hiện? Khoảng từ 3-6 tháng tùy năng lực của công ty.

## 10. Tài liệu tham khảo

- Parasuraman.A, V.A Zeithaml, & Leonard.L. Berry (1985), A Conceptual model of service quality and its implication for future research, Journal of marketing.
- Dr. Koenraad Tommissen- Tư vấn quản lý: Một quan điểm mới
- ISO 9000-2:1994;
- ISO 9001:2008
- Tài liệu đào tạo đánh giá chất lượng dịch vụ Servqual – Chi cục TC-ĐL-CL Tp. HCM