
TÁC ĐỘNG CỦA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KHUYẾN NÔNG TỚI SỰ HÀI LÒNG CỦA NÔNG DÂN: NGHIÊN CỨU Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG HỒNG

Nguyễn Thị Thanh
Trường Đại học Thương mại
Email: thanh.nt@tmu.edu.vn

Ngày nhận: 14/4/2020
Ngày nhận bản sửa: 18/9/2020
Ngày duyệt đăng: 05/12/2020

Tóm tắt:

Bài báo nghiên cứu tác động của các yếu tố chất lượng dịch vụ khuyến nông tới sự hài lòng của nông dân vùng đồng bằng sông Hồng. Để thực hiện điều này, nghiên cứu sử dụng mô hình chất lượng dịch vụ Servqual và mở rộng một số tiêu chí phù hợp với lĩnh vực dịch vụ công trong nông nghiệp. Kiểm định độ tin cậy của thang đo, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích tương quan và hồi quy đa biến được áp dụng để kiểm định giả thuyết nghiên cứu. Dữ liệu được thu thập thông qua khảo sát tại 3 tỉnh đại diện của vùng là Hà Nội, Hà Nam và Thái Bình, đạt 283 phiếu. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 3 yếu tố (1) năng lực và thái độ phục vụ của cán bộ, (2) tính trách nhiệm của đơn vị triển khai và (3) tính minh bạch và giải trình của hoạt động cung ứng, có ảnh hưởng tích cực lên sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông trên địa bàn nghiên cứu.

Từ khóa: chất lượng dịch vụ, sự hài lòng của nông dân, khuyến nông, dịch vụ nông nghiệp.

Mã JEL: Q1, Q16.

The impact of the quality of agricultural extension services on farmers' satisfaction: Research in the Red River Delta.

Abstract:

The paper examines the impact of the quality factors of agricultural extension services on farmers' satisfaction in the Red River Delta. To achieve that, the study applies the Servqual service quality model and extends some suitable criteria to the agricultural public service field. Analysis of reliability, exploratory factor analysis, correlation and multivariate regression was used to examine research hypothesis. Data was collected through a survey conducted in three representative provinces of the region including Hanoi, Ha Nam and Thai Binh, with 283 valid responses. The analysis results show that there are 3 factors (1) staff's capacity and attitude, (2) responsibility of extension service agencies and (3) transparency and accountability of supply process, which had a positive impact on farmers' satisfaction with agricultural extension services in the study area.

Keywords: Agricultural extension services, agricultural services, farmers' satisfaction, service quality.

JEL codes: Q1, Q16

1. Giới thiệu

Dịch vụ khuyến nông là một trong những dịch vụ công then chốt và có ảnh hưởng lớn tới sự phát triển của nền sản xuất nông nghiệp Việt Nam, thực hiện nhiệm vụ chuyển giao tiến bộ kỹ thuật, thông tin, truyền bá kiến thức và đào tạo tay nghề cho nông dân. Những năm qua, chính phủ đã thực hiện thay đổi nhiều nội dung, cơ chế chính sách về khuyến nông nhằm nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động cung ứng dịch vụ khuyến nông. Những thay đổi này đã ảnh hưởng, tác động đến toàn ngành khuyến nông, đòi hỏi cả hệ thống khuyến nông phải thích ứng và có những điều chỉnh kịp thời để đáp ứng các yêu cầu nhiệm vụ được giao và

nhu cầu thực tiễn sản xuất (Trung tâm Khuyến nông Quốc gia, 2019). Để thực hiện được mục tiêu trên, yêu cầu đặt ra cho các nghiên cứu hiện nay là xác định các khía cạnh còn hạn chế của dịch vụ, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp. Có nhiều cách tiếp cận để có thể xác định được các khía cạnh hoàn thiện, trong đó cách tiếp cận chất lượng dịch vụ và tác động của nó tới sự hài lòng của nông dân là một hướng đi phù hợp với thực tiễn hiện nay, vì nông dân là trung tâm của quá trình cung ứng dịch vụ.

Mô hình chất lượng dịch vụ Servqual được nhóm tác giả Parasuraman và cộng sự phát triển từ những năm 1990 là một trong những mô hình được sử dụng phổ biến nhất hiện nay trong đánh giá chất lượng dịch vụ (Buttle, 1996; Mauri, 2013). Bên cạnh đó, các yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ thuộc mô hình Servqual được đánh giá là có tác động tới sự hài lòng của khách hàng được kiểm chứng trong nhiều nghiên cứu, thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau, trong đó có lĩnh vực dịch vụ nông nghiệp (Mamun & cộng sự, 2018; Mensah & cộng sự, 2012; Sureshchandar & cộng sự, 2002). Vì vậy, sẽ là hợp lý khi kỳ vọng Servqual sẽ thành công trong việc phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông. Tuy nhiên, việc tổng quan các nghiên cứu trước đây cho thấy Servqual hầu như chưa được áp dụng trong bối cảnh nông nghiệp vùng đồng bằng sông Hồng. Vì vậy, đánh giá tác động của các yếu tố chất lượng tới sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông vùng đồng bằng sông Hồng hình thành mục đích đầu tiên của nghiên cứu này. Vùng đồng bằng sông Hồng là một trong các vùng kinh tế nông nghiệp trọng điểm với diện tích tự nhiên là 2.125.900 hecta, chiếm 6,4% diện tích cả nước, bao gồm 11 tỉnh dọc theo sông Hồng là Vĩnh Phúc, Hà Nội, Bắc Ninh, Hưng Yên, Hà Nam, Hải Dương, Hải Phòng, Thái Bình, Nam Định, Ninh Bình, và Quảng Ninh trong đó, 37% diện tích của vùng là dành cho sản xuất nông nghiệp.

Tổng quan các nghiên cứu cho thấy một trong những hạn chế khi áp dụng Servqual là nó mới chỉ đề cập tới khía cạnh chất lượng của quá trình cung ứng, mà thiếu sự quan tâm tới khía cạnh kết quả đầu ra của dịch vụ (Buttle, 1996; Rhee & Rha, 2009). Nhiều nghiên cứu cho thấy kết quả đầu ra của dịch vụ là một thành tố quan trọng cấu thành chất lượng dịch vụ có tác động lên sự hài lòng của khách hàng (Brady & Cronin Jr, 2001; Gunderson, 2006; McDougall & Levesque, 1995; Rhee & Rha, 2009). Ngoài ra, các nghiên cứu gần đây về lĩnh vực dịch vụ công ngày càng quan tâm tới khía cạnh minh bạch và giải trình trong cung ứng dịch vụ công, và được xem là có ảnh hưởng tới sự hài lòng của người dân (Cheng & cộng sự, 2018; Deininger & Mpuga, 2005; Hoàng Vũ Quang & Vũ Trọng Bình, 2011; CECODES & cộng sự, 2020; Park, 2011; Bộ Nội Vụ, 2018). Vì vậy, mục đích thứ hai của nghiên cứu này là hoàn thiện mô hình Servqual thông qua việc bổ sung khía cạnh kết quả đầu ra và tính minh bạch và giải trình trong kiểm định các yếu tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông.

Tựu chung, nghiên cứu này sẽ cho phép xác định các yếu tố chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng tới sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông vùng đồng bằng sông Hồng, thông qua đó đề xuất các giải pháp hoàn thiện nhằm nâng cao sự hài lòng của nông dân.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

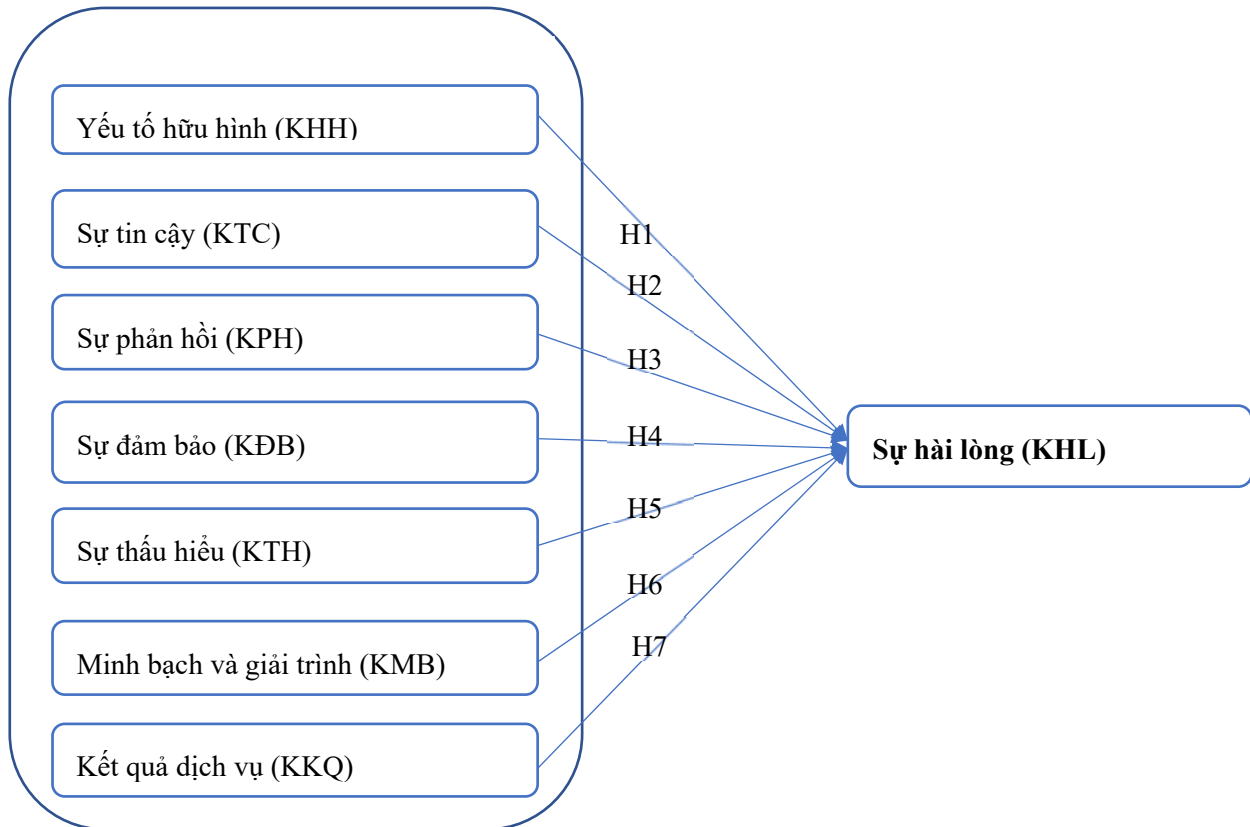
2.1.1. Chất lượng dịch vụ và thang đo Servqual

Parasuraman & cộng sự (1988, 1991) đưa ra thang đo Servqual để đo lường chất lượng dịch vụ gồm 5 thành phần cơ bản: (1) Phương tiện hữu hình (Tangibles); (2) Độ tin cậy (Reliability); (3) Sự phản hồi (Responsiveness); (4) Sự đảm bảo (Assurance); (5) Sự thấu hiểu (Empathy). Mô hình này đã được sử dụng trong nhiều nghiên cứu thuộc các lĩnh vực dịch vụ khác nhau như y tế, giáo dục, dịch vụ công, ngân hàng, bán lẻ; tuy nhiên, tùy từng lĩnh vực hoạt động và bối cảnh mà các chỉ tiêu chất lượng dịch vụ được kiểm nghiệm lại và thay đổi cho phù hợp (Agyapong, 2011; Kontogeorgos, 2014; Mauri, 2013). Trong lĩnh vực nông nghiệp, nhiều nghiên cứu sử dụng thang đo Servqual có điều chỉnh để đánh giá chất lượng dịch vụ nông nghiệp nói chung (Mensah, 2012; Kontogeorgos, 2014) và dịch vụ khuyến nông nói riêng (Mamun & cộng sự, 2018; Salam, 2012).

2.1.2. Sự hài lòng của khách hàng

Cronin & Taylor (1992) đã định nghĩa và đo lường sự hài lòng của khách hàng dưới dạng thang đo đơn lẻ, đó là cảm giác chung của khách hàng đối với một dịch vụ hay đơn vị cung ứng. Tuy nhiên, thang đo đơn lẻ này đã thất bại trong việc thể hiện nội hàm phong phú của sự hài lòng (Sureshchandar, 2002). Tương tự như chất lượng dịch vụ bao gồm nhiều thành tố cấu thành, thì sự hài lòng cũng là một thang đo có tính đa chiều.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



Nhiều nghiên cứu sử dụng tính đa chiều của sự hài lòng thông qua các chỉ tiêu thành phần để đo lường mức độ hài lòng của khách hàng (Agyapong, 2011; Bitner & Hubbert, 1994; Chatzoglou & cộng sự, 2014; Duc & cộng sự, 2019).

2.1.3. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng

Cronin & Taylor (1992) cho rằng chất lượng dịch vụ là tiền đề của sự hài lòng của khách hàng. Điều này có nghĩa là để nâng cao sự hài lòng của khách hàng thì cần phải không ngừng hoàn thiện các khía cạnh chất lượng dịch vụ, và ngược lại, mục tiêu của việc nâng cao chất lượng dịch vụ là để làm hài lòng khách hàng, thông qua đó tác động tới doanh số bán và lợi nhuận. Nghiên cứu của Agyapong (2011) chỉ ra rằng tất cả các tiêu chí chất lượng dịch vụ là các chỉ số dự báo tốt cho sự hài lòng của khách hàng, tuy nhiên mức độ tác động của từng yếu tố lên sự hài lòng sẽ là khác nhau. Đồng tình với những quan điểm trên, Lotfy (2016) cho rằng đo lường chất lượng dịch vụ là cách tốt nhất để hiểu được sự hài lòng của khách hàng, chất lượng dịch vụ tốt hơn tương ứng với mức độ hài lòng lớn hơn. Như vậy, hai khái niệm chất lượng dịch vụ và sự hài lòng độc lập nhau nhưng lại có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, sự tăng giảm của chất lượng dịch vụ sẽ kéo theo sự tăng giảm sự hài lòng của khách hàng (Sureshchandar, 2002).

2.2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên tổng quan nghiên cứu trên thế giới như Parasuraman & cộng sự (1991), Mensah & cộng sự (2012), Mamun & cộng sự (2018), Ocampo & cộng sự (2019), Loke & cộng sự (2011), Agyapong (2011), Park (2011), Deininger & Mpuga (2005), Gronroos (1984), Brady & Cronin (2011), Rhee & Rha (2009), Gunderson (2006),...; cũng như các nghiên cứu trong nước như Hoàng Vũ Quang & Vũ Trọng Bình (2011), Xuân (2016), CECODES & cộng sự (2020), Bộ Nội Vụ (2018), Duc & cộng sự (2019), Phạm Thị Huế & Lê Đình Hải (2018),... và đặc thù của dịch vụ khuyến nông, mô hình nghiên cứu các yếu tố chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng của nông dân được thể hiện trong Hình 1.

Các giả thuyết của nghiên cứu:

H1: Yếu tố hữu hình tác động tích cực đến sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông.

Bảng 1: Thang đo các khái niệm trong mô hình

| Code | Khái niệm | Số biến quan sát | Nguồn gốc |
|------------|--|---------------------|------------------------------------|
| KHH | Yếu tố hữu hình | | |
| KHH1 | Trạm khuyến nông có trang thiết bị hiện đại | 7 | Parasuraman & cộng sự (1991) |
| KHH2 | Trạm khuyến nông có văn phòng và cơ sở vật chất khang trang | | |
| KHH3 | Nhân viên trạm khuyến nông ăn mặc trang phục phù hợp | | |
| KHH4 | Giảng viên tập huấn ăn mặc trang phục phù hợp | | |
| KHH5 | Trạm khuyến nông có tài liệu và sách ảnh giới thiệu về các hoạt động khuyến nông thu hút và hấp dẫn | | |
| KHH6 | Tài liệu tập huấn khuyến nông hữu ích | | |
| KHH7 | Địa điểm học tập, thực hành khuyến nông là phù hợp | | |
| KTC | Sự tin cậy | | |
| KTC1 | Khi Ông/Bà gặp khó khăn trong sản xuất nông nghiệp, cán bộ khuyến nông thể hiện sự quan tâm để hỗ trợ Ông/Bà giải quyết khó khăn | 5 | Parasuraman & cộng sự (1991) |
| KTC2 | Lớp tập huấn khuyến nông được tổ chức tốt | | |
| KTC3 | Thời gian tổ chức các lớp khuyến nông phù hợp với mùa vụ | | |
| KTC4 | Các lớp tập huấn có nhiều nội dung đa dạng | | |
| KTC5 | Các giải đáp kỹ thuật, tư vấn thoả đáng và có ích | | |
| KPH | Sự phản hồi | | |
| KPH1 | Ông/Bà được thông báo về thời gian triển khai các hoạt động khuyến nông (tập huấn, trình diễn mô hình...) | 4 | Parasuraman & cộng sự (1991) |
| KPH2 | Chương trình khuyến nông được tổ chức triển khai theo đúng kế hoạch | | |
| KPH3 | Cán bộ khuyến nông luôn sẵn sàng giúp đỡ Ông/Bà | | |
| KPH4 | Cán bộ khuyến nông luôn sẵn sàng giải đáp các thắc mắc của Ông/Bà | | |
| KĐB | Sự đảm bảo (KĐB) | | |
| KĐB1 | Ông/Bà tin tưởng vào năng lực và trình độ chuyên môn của giảng viên tập huấn | 7 | Parasuraman & cộng sự (1991) |
| KĐB2 | Ông/Bà cảm thấy an tâm khi được giảng viên tập huấn hướng dẫn | | |
| KĐB3 | Giảng viên tập huấn thân thiện, nhiệt tình | | |
| KĐB4 | Giảng viên tập huấn khuyến nông có đủ hiểu biết để trả lời các câu hỏi của nông dân | | |
| KĐB5 | Cán bộ phụ trách mô hình trình diễn có kỹ năng tốt trong chỉ đạo | | |
| KĐB6 | Cán bộ khuyến nông cơ sở có năng lực | | |
| KĐB7 | Cán bộ khuyến nông cơ sở có thái độ làm việc tốt | | |
| KTH | Sự thấu hiểu | | |
| KTH1 | Trạm khuyến nông quan tâm tới tình hình sản xuất nông nghiệp của địa phương | 4 | Parasuraman & cộng sự (1991) |
| KTH2 | Cán bộ khuyến nông quan tâm tới tình hình sản xuất nông nghiệp của hộ gia đình Ông/Bà | | |
| KTH3 | Trạm khuyến nông luôn đặt lợi ích của nông dân làm trung tâm | | |
| KTH4 | Thời gian mở cửa hoạt động của Trạm khuyến nông thuận tiện cho Ông/Bà đến khi có nhu cầu | | |

Bảng 1 (tiếp)

| KMB | Tính minh bạch và giải trình (KMB) | | |
|------------|---|---|--|
| KMB1 | Thông tin hoạt động khuyến nông ở địa phương được phổ biến công khai cho mọi người dân | | Hoàng Vũ Quang & Vũ Trọng Bình (2011) |
| KMB2 | Ông/Bà được tham gia vào công tác lập kế hoạch hoạt động khuyến nông tại địa phương | 4 | |
| KMB3 | Ông/Bà nắm được ngân sách hàng năm dành cho hoạt động khuyến nông tại địa phương | | CECODES & cộng sự (2020) |
| KMB4 | Ông/Bà có thể giám sát hoạt động khuyến nông và khiếu nại khi xảy ra vấn đề trong công tác khuyến nông tại địa phương | | Deininger & Mpuga (2005); CECODES & cộng sự (2020) |
| KKQ | Kết quả dịch vụ (KKQ) | | |
| KKQ1 | Hoạt động khuyến nông tại địa phương giúp nông hộ nâng cao năng suất cây trồng | | |
| KKQ2 | Hoạt động khuyến nông tại địa phương giúp nông hộ tiết giảm chi phí sản xuất | | Tác giả đề xuất |
| KKQ3 | Hoạt động khuyến nông tại địa phương giúp nông hộ nâng cao chất lượng cây trồng | | |
| KKQ4 | Hoạt động khuyến nông tại địa phương giúp nông hộ nâng cao kiến thức canh tác | 7 | |
| KKQ5 | Áp dụng kiến thức tập huấn vào sản xuất nông nghiệp | | Hoàng Vũ Quang & Vũ Trọng Bình (2011) |
| KKQ6 | Áp dụng kỹ thuật học được từ mô hình trình diễn vào sản xuất | | |
| KKQ7 | Khả năng nhân rộng mô hình trình diễn đó ở địa phương | | |
| KHL | Mức độ hài lòng chung về khuyến nông (KHL) – biến phụ thuộc | | |
| KHL1 | Ông/Bà hài lòng về hoạt động khuyến nông | | Chatzoglou & cộng sự (2014) |
| KHL2 | Ông/Bà sẽ tiếp tục tham gia các hoạt động do bên khuyến nông tổ chức | | |
| KHL3 | Ông/Bà sẽ giới thiệu dịch vụ khuyến nông tới các hộ gia đình khác | 4 | |
| KHL4 | Ông/Bà thấy rằng dịch vụ khuyến nông tại địa phương mình tốt hơn so với các nơi khác | | Tác giả đề xuất |

H2: Sự tin cậy tác động tích cực đến sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông.

H3: Sự phản hồi tác động tích cực đến sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông.

H4: Sự đảm bảo tác động tích cực đến sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông.

H5: Sự thấu hiểu tác động tích cực đến sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông.

H6: Tính minh bạch và giải trình tác động tích cực đến sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông.

H7: Kết quả dịch vụ tác động tích cực đến sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông.

Trong nghiên cứu, các biến quan sát sử dụng thang đo Likert 5 mức độ, với 7 nhóm nhân tố tiềm năng (có tổng số 38 biến quan sát) ảnh hưởng tới sự hài lòng của nông dân và 1 thang đo là chỉ tiêu đại diện cho sự hài lòng chung của nông dân (Bảng 1).

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng kết hợp cả hai phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng để xác định các yếu tố chất lượng dịch vụ khuyến nông và tác động của các yếu tố đó tới sự hài lòng của nông dân. Đối với nghiên cứu định tính, tác giả đã tiến hành phỏng vấn 10 nông dân có sử dụng dịch vụ khuyến nông trong vòng 3 tháng trở lại so với thời điểm phỏng vấn. Mục đích của phỏng vấn là để kiểm tra, sàng lọc các chiều

Bảng 2: Tổng hợp kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha

| STT | Nhóm biến | Số biến | Cronbach Alpha |
|-----|------------------------------|---------|----------------|
| 1 | Phương diện hữu hình | 7 | 0,914 |
| 2 | Sự tin cậy | 5 | 0,887 |
| 3 | Sự phản hồi | 4 | 0,893 |
| 4 | Sự đảm bảo | 7 | 0,938 |
| 5 | Sự thấu hiểu | 4 | 0,931 |
| 6 | Tính minh bạch và giải trình | 4 | 0,859 |
| 7 | Kết quả dịch vụ | 7 | 0,874 |
| 8 | Sự hài lòng | 4 | 0,881 |

chất lượng dịch vụ đã xây dựng dựa trên thang đo Servqual, và để kiểm chứng mức độ hiểu và đồng tình của người nông dân đối với các tiêu chí và biến thành phần chất lượng được đề xuất ở trên. Dựa vào căn cứ đó, tác giả xây dựng bảng hỏi và tiến hành khảo sát thu thập phân tích số liệu.

3.1. Thiết kế bảng câu hỏi và thu thập dữ liệu

Bảng hỏi gồm 3 phần: phần 1 là các câu hỏi mang tính nhân khẩu học (giới tính, tuổi, trình độ học vấn, diện tích canh tác, và loại cây trồng); phần 2 đề cập tới các khía cạnh chất lượng dịch vụ khuyến nông, bao gồm: (1) tính hữu hình, (2) sự tin cậy, (3) sự phản hồi, (4) sự đảm bảo, (5) sự thấu hiểu, (6) tính minh bạch và giải trình, và (7) kết quả dịch vụ – là các biến độc lập trong phân tích; phần 3 là các nhận định liên quan tới mức độ hài lòng chung của nông dân về khuyến nông – biến phụ thuộc trong phân tích.

Thang đo Likert 5 bậc (1= hoàn toàn không đồng ý, 2= không đồng ý một phần, 3= không ý kiến, 4= đồng ý một phần và 5 = hoàn toàn đồng ý) được sử dụng, thể hiện mức độ đồng ý của nông dân với các nhận định trong bảng hỏi.

Dữ liệu được thu thập trong tháng 12 năm 2019, thông qua phát phiếu khảo sát trực tiếp tới nông dân tại một số xã nông nghiệp ở 3 tỉnh đại diện thuộc vùng đồng bằng sông Hồng là Hà Nội, Hà Nam và Thái Bình. Kết quả khảo sát được nhập vào phần mềm phân tích thống kê SPSS 20 để tiến hành phân tích thống kê mô tả và thống kê suy diễn.

3.2. Phân tích dữ liệu

Nghiên cứu tiến hành kiểm định độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach Alpha. Tiếp theo là phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory factor analysis) để đánh giá giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của các thang đo. Bước cuối cùng là kiểm định mô hình bằng phương pháp hồi quy đa biến nhằm xác định các nhân tố chất lượng ảnh hưởng đến sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông vùng đồng bằng sông Hồng. Kết quả phân tích làm cơ sở cho việc đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông trên địa bàn nghiên cứu.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Tỷ lệ trả lời và thuộc tính của mẫu

Tổng số phiếu phát ra là 300 phiếu, tổng số phiếu thu về là 283 phiếu, đạt tỷ lệ trả lời là 94,33%. Trong đó Hà Nội đạt 73 phiếu, Hà Nam 110 phiếu, và Thái Bình 100 phiếu. Mỗi tỉnh khảo sát tại 2 huyện nông nghiệp, và mỗi huyện 2 xã đại diện. Kết quả thống kê mô tả về nhóm được khảo sát: 47,3% là nam (134 người trả lời) và 52,7% là nữ (149 người trả lời), phần lớn trên 40 tuổi (90,8%), khoảng 2/3 người trả lời mới tốt nghiệp cấp II (62%). Ngoài ra, phần lớn là đối tượng có diện tích canh tác nhỏ, dưới 5000 m² (0,5 ha) (chiếm 94,7%). Thuộc tính của mẫu khảo sát phù hợp với thực tế nông nghiệp Việt Nam, đối tượng làm nông nghiệp vẫn nhiều nữ giới, ở độ tuổi trung niên, với trình độ học vấn không cao, và quy mô canh tác còn nhỏ lẻ, manh mún. Tuy nhiên, các đối tượng này cũng chính là nhóm thường nhận được các hướng dẫn kỹ thuật từ bên khuyến nông, giúp nông dân nâng cao kiến thức, hiệu quả canh tác, từ đó tăng thu nhập từ nông nghiệp.

4.2. Đánh giá thang đo

4.2.1. Kiểm định độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach Alpha

Bảng 3: Mô hình điều chỉnh qua kiểm định Cronbach Alpha và phân tích nhân tố khám phá

| STT | Thang đo | Giải thích thang đo | Biến đặc trưng |
|-----|----------|---|---------------------------|
| 1 | KNL | Năng lực và thái độ phục vụ của cán bộ | KĐB2, KĐB3, KĐB1, KĐB4... |
| 2 | KKQ | Kết quả dịch vụ | KKQ3, KKQ4, KKQ2... |
| 3 | KTN | Tính trách nhiệm của đơn vị cung ứng | KTH3, KTH4, KTH1 |
| 4 | KHH | Phương diện hữu hình | KHH2, KHH3, KHH4, KHH1... |
| 5 | KMB | Tính công khai minh bạch của hoạt động cung ứng | KMB3, KMB2, KMB4 |
| 6 | KHL | Sự hài lòng chung về dịch vụ | KHL3, KHL1, KHL4, KHL2 |

Kết quả kiểm định thang đo ở Bảng 2 cho thấy hệ số Cronbach alpha của các nhóm nhân tố đều có giá trị lớn hơn 0,6 thể hiện mức độ tin cậy cao. Hệ số tương quan biến-tổng đều lớn hơn 0,3, cho thấy các biến quan sát đủ độ tin cậy để sử dụng.

4.2.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA.

Sử dụng phép quay vuông góc Varimax và phân tích thành phần chính PCA (Principal Components Analysis) cho nhóm biến độc lập và phụ thuộc, cho kết quả: nhóm biến phụ thuộc hội tụ vào 1 nhân tố “sự hài lòng”, còn 7 nhóm biến độc lập hội tụ thành 5 nhóm nhân tố chất lượng gồm: (1) năng lực và thái độ phục vụ của cán bộ triển khai dịch vụ, (2) kết quả triển khai dịch vụ, (3) tính trách nhiệm của đơn vị cung ứng, (4) phương diện hữu hình của bên cung ứng, và (5) tính công khai, minh bạch của hoạt động cung ứng (Bảng 3).

Kết quả KMO = 0,942 thỏa mãn điều kiện $0,5 < KMO < 1$, hàm ý rằng phân tích nhân tố khám phá là thích hợp với tập dữ liệu nghiên cứu. Kiểm định Bartlett có mức ý nghĩa thống kê Sig. = 0,000 < 0,05, hàm ý rằng các biến quan sát có tương quan tuyến tính với nhân tố đại diện. Giá trị phương sai tích lũy (Cumulative) là 74,261% (> 50%), thể hiện phần thay đổi của các nhân tố được giải thích bởi các biến quan sát.

Như vậy, sau khi kiểm định độ tin cậy thang đo và phân tích EFA, xác định được 5 thang đo chất lượng và 1 thang đo đại diện cho sự hài lòng của người dân đối với dịch vụ khuyến nông.

4.3. Phân tích hồi quy đa biến

Để nhận diện các yếu tố chất lượng ảnh hưởng đến sự hài lòng của nông dân đối với dịch vụ khuyến nông vùng đồng bằng sông Hồng, nghiên cứu tiến hành phân tích hồi quy đa biến. Kết quả được thể hiện trong Bảng 4.

Kết quả cho thấy hệ số điều chỉnh 0,612, nghĩa là 61,2% sự thay đổi về sự hài lòng của nông dân được

Bảng 4: Tóm tắt kết quả mô hình hồi quy tuyến tính đa biến

| Biến độc lập | Hệ số hồi quy chưa chuẩn hoá (B) | Hệ số hồi quy chuẩn hoá (Beta) | Giá trị t | Mức ý nghĩa thống kê (Sig.) | VIF | Tầm quan trọng của các biến | |
|---|----------------------------------|--------------------------------|-----------|-----------------------------|-------|-----------------------------|--|
| (Constant) | 0,396 | | 1,830* | 0,068 | | | |
| KNL | 0,499 | 0,428 | 6,437*** | 0,000 | 3,215 | 1 | |
| KKQ | 0,037 | 0,030 | 0,386 | 0,700 | 2,392 | | |
| KTN | 0,262 | 0,301 | 4,647*** | 0,000 | 3,058 | 2 | |
| KHH | 0,035 | 0,033 | 0,623 | 0,534 | 1,986 | | |
| KMB | 0,038 | 0,125 | 3,024*** | 0,003 | 1,246 | 3 | |
| Biến phụ thuộc: KHL – Sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông | | | | | | | |
| Dung lượng mẫu khảo sát | | | | | | 283 | |
| F | | | | | | 89,897*** | |
| Hệ số R^2 | | | | | | 0,619 | |
| Hệ số R^2 điều chỉnh | | | | | | 0,612 | |
| Durbin Watson | | | | | | 1,376 | |
| Ghi chú: ***Mức ý nghĩa < 0,01; **Mức ý nghĩa < 0,05; * Mức ý nghĩa < 0,10 (Kiểm định 2 phía) | | | | | | | |

giải thích bởi các biến độc lập của mô hình, hay nói cách khác mô hình đưa ra là phù hợp với dữ liệu thực tế.

Hệ số phóng đại phương sai (VIF) đều nhỏ hơn 10, tức là mô hình hồi quy không có hiện tượng đa cộng tuyến. Hệ số Durbin Watson ($1 < d = 1,376 < 3$), như vậy mô hình hồi quy không có hiện tượng tự tương quan.

Cột mức ý nghĩa thống kê (Sig.) ở Bảng 4 cho thấy chỉ có 3 biến KNL, KTN, KMB có mức ý nghĩa thống kê $< 0,01$. Như vậy, trong 5 nhân tố thì chỉ có 3 nhân tố vừa nêu có ảnh hưởng đáng kể đến sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông với độ tin cậy 99%.

4.4. Thảo luận

Từ kết quả mô hình hồi quy cho thấy mối quan hệ giữa biến phụ thuộc (sự hài lòng chung) và các biến độc lập được thể hiện trong phương trình hồi quy sau:

$$KHL = 0,396 + 0,428KNL + 0,301KTN + 0,125KMB$$

Các biến độc lập KNL, KTN và KMB có quan hệ cùng chiều với biến phụ thuộc KHL. Thứ tự tầm quan trọng của các biến có ảnh hưởng đến sự hài lòng như sau: cao nhất là KNL “Năng lực và thái độ phục vụ của cán bộ”, thứ hai là KTN “tính trách nhiệm của đơn vị triển khai”, và cuối cùng là KMB “tính minh bạch và giải trình trong quá trình triển khai”. Còn hai khía cạnh “phương diện hữu hình” và “kết quả dịch vụ” không có tác động dương lên sự hài lòng chung. Kết quả này phù hợp với nhận xét của một số nghiên cứu trước đây: năng lực phục vụ của cán bộ có tác động nhiều nhất đến sự hài lòng chung về dịch vụ hành chính công (Phạm Thị Huế & Lê Đình Hải, 2018); người nông dân không quan tâm tới một số phương diện hữu hình của đơn vị cung ứng dịch vụ nông nghiệp (Mensah & cộng sự, 2012);... Hơn nữa, trong quá trình nghiên cứu định tính, phỏng vấn nông dân cho thấy họ không quan tâm nhiều tới các khía cạnh hữu hình của đơn vị cung ứng như cơ sở vật chất kang trang, trang thiết bị hiện đại,... và họ dường như không đến các cơ quan này, vì phần lớn các hoạt động khuyến nông được diễn ra gần khu vực sản xuất nông nghiệp. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy sự hài lòng của nông dân chịu ảnh hưởng nhiều bởi các yếu tố thuộc quá trình cung ứng như trình độ và thái độ của nhân viên cung ứng, sự tương tác với bên cung ứng, chứ không hẳn là kết quả dịch vụ cung ứng.

5. Kết luận và khuyến nghị

Kết quả nghiên cứu xác định được 5 nhóm yếu tố chất lượng dịch vụ dưới góc độ người sử dụng, bao gồm: (1) năng lực và thái độ phục vụ của cán bộ, (2) tính trách nhiệm của đơn vị triển khai, (3) tính minh bạch và giải trình của hoạt động cung ứng, (4) kết quả dịch vụ và (5) phương diện hữu hình của bên cung ứng. Tuy nhiên, chỉ có 3 yếu tố (1), (2) và (3) có ảnh hưởng tích cực lên sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông trên địa bàn nguyên cứu. Kết quả gợi mở một số giải pháp góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và nâng cao sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông như sau:

Một là, nâng cao năng lực và thái độ phục vụ của cán bộ, bao gồm giảng viên tập huấn, cán bộ khuyến nông, cán bộ phụ trách mô hình... bằng cách tổ chức các khoá tập huấn nâng cao kỹ năng giao tiếp, cũng như bồi dưỡng kiến thức, chuyên môn và kỹ năng giải quyết công việc cho cán bộ. Xây dựng kế hoạch đào tạo ngắn hạn và dài hạn cho cán bộ, đồng thời tổ chức các buổi học hỏi, chia sẻ kinh nghiệm giữa cán bộ các địa phương trong vùng.

Hai là, nâng cao tính trách nhiệm của đơn vị cung ứng dịch vụ khuyến nông. Trạm khuyến nông, trung tâm khuyến nông và các đơn vị liên quan cần phối hợp triển khai nhiều chương trình hướng tới mục tiêu gia tăng lợi ích cho nông dân, thể hiện sự quan tâm tới tình hình sản xuất nông nghiệp của các nông hộ nói riêng và địa phương nói chung, luôn đặt lợi ích của nông dân làm trung tâm, và thiết lập cơ chế giao tiếp thuận lợi để nông dân dễ dàng tiếp cận cán bộ khuyến nông và các dịch vụ tư vấn kỹ thuật khác khi có nhu cầu.

Ba là, cải thiện tính minh bạch và giải trình trong quá trình triển khai dịch vụ khuyến nông, hàm ý rằng cần tạo cơ chế để người dân tham gia vào quá trình lên kế hoạch hoạt động khuyến nông tại địa phương, công khai minh bạch hoạt động tài chính, cũng như có cơ chế nhận phản hồi và khiếu nại của nông dân để nắm bắt nguyện vọng của họ và hoàn thiện dịch vụ tốt hơn.

Cuối cùng, cơ quan quản lý và các đơn vị triển khai dịch vụ khuyến nông cần tiến hành đánh giá định kỳ chất lượng dịch vụ dựa trên phản hồi của nông dân để có cơ sở hoàn thiện dịch vụ, đáp ứng tốt hơn nhu cầu cũng như nâng cao sự hài lòng của nông dân về dịch vụ khuyến nông tại địa phương.

Tài liệu tham khảo:

- Agyapong, G.K.Q. (2011), 'The effect of service quality on customer satisfaction in the utility industry – A case of Vodafone (Ghana)', *International Journal of Business and management*, 6(5), 203-210.
- Bitner, M.J. & Hubbert, A. (1994), 'Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality', *Service quality: New directions in theory and practice*, 34(2), 72-94.
- Bộ Nội Vụ (2018), *Chỉ số hài lòng của người dân, tổ chức đối với sự phục vụ của cơ quan hành chính nhà nước (SIPAS)*, Hà Nội.
- Brady, M.K. & Cronin, J.J. (2001), 'Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach', *Journal of marketing*, 65(3), 34-49.
- Buttle, F.A. (1996), 'SERVQUAL: Review, critique, research agenda', *European Journal of marketing*, 30(1), 8-32.
- CECODES, VFF-CRT, RTA & UNDP (2020), *Chỉ số hiệu quả quản trị và hành chính công cấp tỉnh ở Việt Nam (PAPI) 2019: Đo lường từ kinh nghiệm thực tiễn của người dân*, Hà Nội, Việt Nam.
- Chatzoglou, P., Vraimaki & Leivaditou, E. (2014), 'Measuring citizen satisfaction using the SERVQUAL approach: The case of the Hellenic post', *Procedia Economics and Finance*, 9, 349-360.
- Cheng, L., Liu, Y., Brown, G. & Searle, G. (2018), 'Factors affecting farmers' satisfaction with contemporary China's land allocation policy – The Link Policy: Based on the empirical research of Ezhou', *Habitat International*, 75, 38-49.
- Cronin, J.J. & Taylor, S.A. (1992), 'Measuring service quality: a reexamination and extension', *Journal of marketing*, 56(3), 55-68.
- Deininger, K. & Mpuga, P. (2005), 'Does greater accountability improve the quality of public service delivery? Evidence from Uganda', *World development*, 33(1), 171-191.
- Duc, L.N., Hong, N.T. & Phuc, T.H. (2019), 'Port logistics service quality and customer satisfaction: Empirical evidence from Vietnam', *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 36(2), 89-103.
- Grönroos, C. (1984), 'A service quality model and its marketing implications', *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44.
- Gunderson (2006), 'Understanding how farmers evaluate and value services', *Conference paper, American Agricultural Economics Association, Ageconsearch*, 37(9), 27-50.
- Hoàng Vũ Quang & Vũ Trọng Bình (2011), 'Chỉ số chất lượng dịch vụ công nông nghiệp nông thôn dựa trên phản hồi của người sử dụng dịch vụ', *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 241(7), 59-67.
- Kontogeorgos, A. (2014), 'Young farmers' perceived service quality of the Greek ministry of agriculture: A SERVQUAL approach', *Agricultural Economics Review*, 15(1), 60-71.
- Loke, S.P., Taiwo, A.A., Salim, H.M. & Downe, A.G. (2011), 'Service quality and customer satisfaction in a telecommunication service provider', *International conference on financial management and economics*, 11(2), 23-29.
- Lotfy & Adeeb (2016), 'Measuring farmers' satisfaction with the services of agricultural service providers in Minya and BeniSuef governorates', *Care International in Egypt*, 12 (1), 2-47
- Mamun, U.R., Gao, Q. & Alam, O. (2018), 'Service quality of public and private agricultural extension service providers in Bangladesh', *Journal of Agricultural Extension*, 22(2), 147-160.
- Mauri, A. (2013), 'A review of literature on the gaps model on service quality: A 3-decades period: 1985-2013', *International Business Research*, 6(12), 134-144.
- McDougall, G.H.G. & Levesque, T.J. (1995), 'A revised view of service quality dimensions: An empirical investigation', *Journal of professional services marketing*, 11(1), 189-210.
- Mensah, J.O., Damoah, O. & Aidoo, R. (2012), 'Assessing farmers' satisfaction of agronomic services received in Ghana using the SERVQUAL model-a case study of Kumasi Metropolis', *International Journal of Business and Social Science*, 3(19), 51-60.
- Parasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithaml, V.A. (1991), 'Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale', *Journal of retailing*, 67(4), 420-451.

-
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988), 'Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perception', *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.
- Park, H. (2011), 'The roles of transparency and trust in the relationship between corruption and citizen satisfaction', *International Review of Administrative Sciences*, 77(2), 254-274.
- 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', *Tạp chí khoa học và công nghệ Lâm nghiệp*, 3, 28-38.
- Rhee, S.K. & Rha, J.Y. (2009), 'Public service quality and customer satisfaction: Exploring the attributes of service quality in the public sector', *The service Industries journal*, 29(11), 1491-1512.
- Salam, A.M. (2012), 'Measuring service quality of agricultural extension centers in Assiut governorate using Servperf scale', *Journal of Agricultural Economics and Social Sciences*, 3(11), 1569-1579.
- Sureshchandar, G.S. (2002), 'The relationship between service quality and customer satisfaction – A factor specific approach', *Journal of services marketing*, 16(4), 363-379.
- Trung tâm Khuyến nông Quốc gia (2019), *Báo cáo kết quả công tác khuyến nông năm 2018 và kế hoạch công tác năm 2019*, Hà Nội.
- Xuân, Đ.T.L. (2016), 'Cung ứng dịch vụ công nông thôn ở tỉnh Nam Định: Thực trạng và giải pháp', Đề tài nghiên cứu khoa học cấp cơ sở, Trường Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội.