

CHẤT LƯỢNG CUNG ỨNG CÁC DỊCH VỤ TIẾP NHẬN HỒ SƠ, TRẢ KẾT QUẢ GIẢI QUYẾT THỦ TỤC HÀNH CHÍNH QUA MẠNG BƯU CHÍNH CÔNG ÍCH TẠI TỔNG CÔNG TY BƯU ĐIỆN VIỆT NAM

Trần Thị Hòa

Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

Tóm tắt: Nâng cao chất lượng cung ứng các dịch vụ tiếp nhận hồ sơ, trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính qua mạng bưu chính công ích tại Tổng công ty Bưu điện Việt Nam, nhằm đáp ứng tốt nhu cầu thay đổi của khách hàng và phát triển của xã hội, đảm bảo nhiệm vụ kinh doanh các dịch vụ công ích trong đó có dịch vụ HCC của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam là vấn đề cần thiết phải nghiên cứu. Bài viết “Chất lượng cung ứng các dịch vụ tiếp nhận hồ sơ, trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính qua mạng bưu chính công ích Tổng công ty Bưu điện Việt Nam” trình bày những nội dung cơ bản về chất lượng dịch vụ và chất lượng cung ứng dịch vụ (HCC) tại Tổng công ty Bưu điện Việt Nam; Phân tích, đánh giá thực trạng chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam thời gian qua. Bài viết cũng đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: Chất lượng, dịch vụ, bưu chính, chuyển phát, Bưu điện Việt Nam, Tổng công ty

I. MỞ ĐẦU

Nền kinh tế càng phát triển, thương mại điện tử phát triển, thói quen mua bán của khách hàng

thay đổi; sản phẩm mua bán ngày càng phong phú; phương tiện vận chuyển đa dạng, việc mua bán qua mạng nhiều hơn, khách hàng không cần đến trực tiếp mà mua bán qua mạng internet nên đã tìm đến dịch vụ chuyển phát để giải quyết vấn đề. Trong xu hướng thay đổi chung như vậy, các dịch vụ hành chính công của Đảng, Nhà Nước, chính quyền các cấp cũng được phát triển theo hướng tin học hóa và xã hội hóa bảo đảm thuận tiện, nhanh chóng cho người dân. Góp phần thúc đẩy quá trình này, không thể thiếu sự góp mặt của các doanh nghiệp chuyển phát. Tổng công ty Bưu điện Việt Nam là doanh nghiệp hàng đầu trong cung cấp các dịch vụ bưu chính chuyển phát tại Việt Nam và là doanh nghiệp được Nhà Nước giao quản lý khai thác toàn bộ mạng lưới bưu chính công ích trên cả nước. Những dịch vụ công ích, dịch vụ dành riêng Chính phủ giao cho Tổng công ty Bưu điện Việt Nam trong đó có dịch vụ tiếp nhận hồ sơ và chuyển trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính cho các cơ sở quản lý nhà nước có thẩm quyền giải quyết thủ tục hành chính. Các dịch vụ nhận hồ sơ và chuyển trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính cho các cơ sở quản lý nhà nước có thẩm quyền giải quyết thủ tục hành chính được VNPost cung cấp, trong danh mục dịch vụ của mình được Tổng công ty Bưu điện Việt Nam gọi là nhóm dịch vụ hành chính công (HCC). Tại Quyết định số 45/2016/QĐ-TTg Về việc tiếp nhận hồ sơ, trả kết quả giải quyết thủ tục hành

Tác giả liên hệ: Trần Thị Hòa

Email: hoattptit@gmail.com

Đến tòa soạn: 23/08/2020, chỉnh sửa: 02/10/2020, chấp nhận đăng: 30/10/2020

chính qua dịch vụ bưu chính công ích. Qua gần bốn năm dịch vụ HCC của VNPost đã được triển khai trên khắp mạng lưới 63 tỉnh thành, với chất lượng ngày càng được củng cố. Với lợi thế dịch vụ HCC của VNPost là có mạng lưới chuyển phát rộng khắp tại 63 tỉnh thành từ thành thị đến nông thôn, vùng xa, vùng sâu sử dụng mạng đường thư chuyên ngành, giá cước hợp lý, phù hợp với yêu cầu, có sự ủng hộ mạnh mẽ của các cấp chính quyền từ trung ương tới địa phương. Dịch vụ HCC của VNPost có tốc độ tăng trưởng trung bình trên 60%/năm, doanh thu của dịch vụ cũng tăng nhanh, nhưng đồng thời khách hàng vẫn còn phân vân về thời gian chậm, thái độ phục vụ của nhân viên bưu điện, thủ tục rườm rà... và nhiều vấn đề khác liên quan đến chất lượng dịch vụ HCC còn có nhiều ý kiến.

Để phát triển kinh doanh phù hợp với xu hướng phát triển của khoa học công nghệ, xu hướng thay đổi của nhu cầu của khách hàng, phù hợp với sự thay đổi hệ thống hành chính công của Chính phủ. Việc phát triển các dịch vụ HCC phù hợp với nhu cầu của người dân và phù hợp với hệ thống hàng chính công của các cơ quan Đảng, Nhà Nước và chính phủ đang cung cấp là tất yếu đối với các doanh nghiệp bưu chính và đặc biệt là Tổng công ty Bưu điện Việt Nam, doanh nghiệp được Chính phủ giao nhiệm vụ cung cấp các dịch vụ nhận, chuyển phát các giấy tờ, tài liệu của hệ thống hàng chính trên cả nước. Trước tình hình đó việc bảo đảm chất lượng cung ứng dịch vụ HCC là vấn đề cấp thiết của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam hiện nay. Nghiên cứu chất lượng dịch vụ HCC của Tổng công ty bưu điện Việt Nam là vấn đề quan trọng để VNPost có thể phát triển kinh doanh, bảo đảm cung ứng tốt các dịch vụ bưu chính công ích tham gia sâu vào chuỗi cung ứng các dịch vụ công của nền kinh tế. Đây là bài toán cần phải giải quyết kịp thời đối với Tổng công ty Bưu điện Việt Nam, doanh nghiệp được Chính phủ giao nhiệm vụ cung cấp và bảo đảm đáp ứng chất lượng dịch vụ HCC cho người dân cả nước.

Xuất phát từ ý nghĩa thực tiễn đó bài viết “Chất lượng cung ứng dịch vụ hành chính công tại Tổng công ty Bưu điện Việt Nam”. Bài viết vận dụng tổng hợp các phương pháp phân tích, tổng hợp với các dữ liệu thứ cấp kết hợp với dữ liệu sơ cấp. Các dữ liệu sơ cấp bài viết đã sử dụng dụng phương pháp điều tra xã hội học với bảng hỏi được thiết kế sẵn, nội dung bảng hỏi là các nội dung liên quan đến các tiêu chí phản ánh chất lượng dịch vụ. Đối tượng hỏi là các khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ HCC của VNPost, với mẫu nghiên cứu 200 được lấy theo tiêu thức thuận tiện. Bài viết sẽ làm rõ một số vấn đề về dịch vụ và chất lượng cung ứng dịch vụ hành chính công của VNPost; Phân tích, đánh giá thực trạng chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam trong thời gian vừa qua. Và từ đó đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam.

II. KHÁI QUÁT VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ VÀ DỊCH VỤ HCC CỦA TỔNG CÔNG TY BƯU ĐIỆN VIỆT NAM

A. Khái niệm về dịch vụ HCC mà Tổng công ty Bưu điện Việt Nam cung ứng

Tổng công ty Bưu điện Việt Nam là doanh nghiệp Bưu chính được giao nhiệm vụ cung ứng các dịch vụ bưu chính công ích (quy định tại khoản 2 Điều 32 Luật bưu chính). Theo quyết định số 45/1016/QĐ-TTg ngày 19 tháng 10 năm 2016 Về việc tiếp nhận hồ sơ, trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính qua dịch vụ bưu chính công ích. Các hình thức thực hiện thủ tục hành chính qua dịch vụ bưu chính công ích gồm: (1) Gửi hồ sơ giải quyết thủ tục hành chính; (2) Nhận kết quả giải quyết thủ tục hành chính; (3) Gửi hồ sơ và nhận kết quả giải quyết thủ tục hành chính. Tổng công ty Bưu điện Việt Nam là doanh nghiệp được Nhà nước giao nhiệm vụ tiếp nhận hồ sơ và chuyển kết quả giải quyết thủ tục hành chính cho các cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền giải quyết thủ tục hành

chính qua dịch vụ Bưu chính công ích. Nhóm dịch vụ này được Tổng công ty Bưu điện Việt Nam gọi là dịch vụ hành chính công (HCC).[11]

Các dịch vụ HCC hiện này VNPost đang cung ứng là nhận hồ sơ và chuyển trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính trong các lĩnh vực như chứng minh thư nhân dân, giấy phép lái xe, Cấp đổi hộ chiếu, Giấy đăng ký xe, thu nộp phí xử phạt giao thông và chuyển trả giấy tờ tạm giữ, Phiếu lý lịch tư pháp, Bảo hiểm xã hội,... và các giấy tờ hành chính khác từ cơ quan giải quyết thủ tục hành chính đến tận tay cho công dân.[11]

(1) *Dịch vụ nhận gửi hồ sơ giải quyết thủ tục hành chính* là việc nhận hồ sơ giải quyết thủ tục hành chính (gọi là hồ sơ) từ tổ chức, cá nhân để vận chuyển và phát tới cơ quan có thẩm quyền.[2]

(2) *Dịch vụ chuyển trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính* là việc nhận kết quả giải quyết thủ tục hành chính và hồ sơ liên quan (sau đây gọi là kết quả) từ cơ quan có thẩm quyền để vận chuyển và phát tới tổ chức và cá nhân.[2]

(3) *Dịch vụ nhận gửi hồ sơ và chuyển trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính* là việc nhận hồ sơ của tổ chức, cá nhân để vận chuyển, phát tới cơ quan có thẩm quyền và nhận kết quả từ cơ quan có thẩm quyền để chuyển, phát tới tổ chức và cá nhân.[2]

B. Chất lượng dịch vụ và chất lượng cung ứng dịch vụ HCC

a. Khái niệm chất lượng dịch vụ

(1) *Chất lượng dịch vụ trên quan điểm của khách hàng*

Không giống như chất lượng của sản phẩm hữu hình, chất lượng dịch vụ là một phạm trù khá trừu tượng. Sự trừu tượng này do chính đặc tính vô hình của dịch vụ tạo ra. Tuy vậy, hiện có nhiều cách tiếp cận về chất lượng dịch vụ. Theo ISO8402, chất lượng dịch vụ là “Tập hợp các đặc tính của một đối tượng, tạo cho đối tượng

có khả năng thỏa mãn những yêu cầu đã nêu ra hoặc tiềm ẩn”. Ngày nay để hiểu rõ hơn về chất lượng dịch vụ, các học giả đã tiếp cận chất lượng dịch vụ trên quan điểm của khách hàng. Ở đây:

Chất lượng = Mức độ thỏa mãn (Quality = Satisfaction)

Sự thỏa mãn = Cảm nhận – Kỳ vọng (Satisfaction = Perception – Expectation)

Chất lượng = Cảm nhận – Kỳ vọng

Như vậy, mức độ thỏa mãn khách hàng chính là mức chất lượng được cung ứng. Theo cách tiếp cận này, chất lượng chính là do khách hàng cảm nhận và khách hàng đánh giá, mức độ hài lòng đó của khách hàng chính là hiệu số giữa cảm nhận khi tiêu dùng dịch vụ đó của khách hàng và mong đợi của họ trước khi tiêu dùng dịch vụ đó.

Trong đó kỳ vọng mong đợi của khách hàng được quyết định bởi các nhân tố: Thông tin truyền miệng; Nhu cầu cá nhân; kinh nghiệm đã trải qua; Quảng cáo, khuyến trương. Đây là bốn nhân tố mà các nhà quản trị chất lượng dịch vụ cũng như các nhà cung ứng dịch vụ cần phải nắm rõ. Đặc biệt, đối với nhân tố thứ tư “quảng cáo, khuyến trương” các nhà quản trị phải lưu ý rằng trong công tác quảng cáo, khuyến trương nếu chúng ta nói quá nhiều và nói quá mức về sản phẩm hay dịch vụ mà mình cung ứng, nhưng khi thực hiện chúng ta lại làm không tốt, thì mức độ thỏa mãn khách hàng càng giảm xuống.

Đối với “cảm nhận”, mục tiêu của các nhà quản trị là làm sao tăng được mức độ cảm nhận, mức độ khoái cảm của khách hàng. Muốn đạt được mục tiêu đó, các nhà cung ứng dịch vụ cũng như các nhà quản trị chất lượng phải có kế hoạch và các biện pháp tổng hợp để không ngừng thỏa mãn nhu cầu khách hàng.

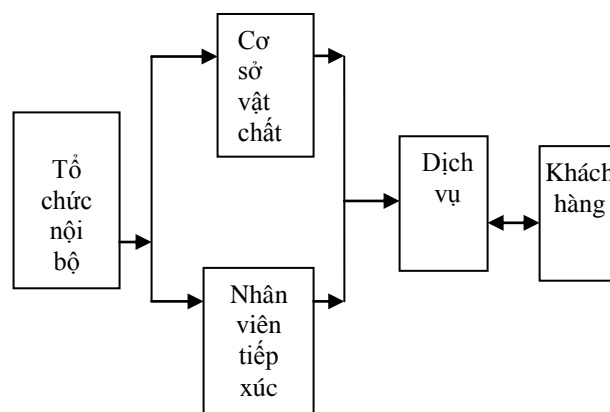
(2) *Quan điểm về cung ứng dịch vụ chất lượng*

Theo quan điểm về cung ứng dịch vụ chất lượng, điểm hình mô hình “Mô hình cung ứng dịch vụ SERVUCTION”, chỉ ra rằng với cách thức tổ chức bộ máy cùng với cơ sở vật chất và sự tương tác của nhân viên với khách hàng doanh nghiệp sẽ tạo ra các dịch vụ thoả mãn nhu cầu khách hàng

Theo mô hình SERVUCTION, chất lượng dịch vụ được quyết định bởi 4 yếu tố sau:

- Nhóm 1: Thuộc về năng lực của lực lượng trực tiếp tiếp xúc với khách hàng và trực tiếp tạo ra dịch vụ. Chất lượng được tạo ra bởi các yếu tố này gọi là chất lượng chức năng.
- Nhóm 2: Thuộc về cơ sở vật chất của cơ sở tạo ra dịch vụ. Chất lượng do cơ sở vật chất của đơn vị cung ứng dịch vụ tạo ra gọi là chất lượng kỹ thuật.
- Nhóm 3: Thuộc về môi trường xung quanh.
- Nhóm 4: Nhóm yếu tố thuộc về khách hàng. Trong cung ứng dịch vụ, quá trình tạo ra và quá trình sử dụng diễn ra đồng thời, vì vậy hành vi ứng xử của khách hàng cũng trực tiếp quyết định mức độ thoả mãn của khách hàng.

Tất cả 4 nhóm nhân tố trên đều hết sức quan trọng đối với các nhà quản trị chất lượng dịch vụ. Tuy nhiên nhóm nhân tố thuộc về lực lượng trực tiếp tiếp xúc với khách hàng, lực lượng trực tiếp tạo ra dịch vụ là quan trọng nhất. Hay nói cách khác chất lượng chức năng vô cùng quan trọng trong quản trị chất lượng. Một khi lực lượng trực tiếp tiếp xúc với khách hàng có đủ kiến thức, kinh nghiệm và độ nhanh nhạy để xử lý vấn đề thì mọi trục trặc xảy ra đều có thể giải quyết ổn thỏa. Đây là một đặc điểm hết sức quan trọng trong quản trị chất lượng dịch vụ.



Hình 1: Mô hình cung ứng dịch vụ SERVUCTION [10]

b. Tiêu chí đánh giá và đo lường chất lượng dịch vụ

Không giống như đánh giá và xác định chất lượng của các sản phẩm hữu hình; đánh giá, xác định và đo lường chất lượng của dịch vụ hết sức phức tạp. Nếu chất lượng của các sản phẩm hữu hình được xác định dựa trên các thuộc tính kinh tế kỹ thuật của sản phẩm, hoặc khách hàng khi tiêu dùng sản phẩm hữu hình thì mức độ cảm nhận của họ cũng có thể chỉ dựa vào các thuộc tính đó. Còn đối với dịch vụ, khách hàng khi đánh giá chất lượng dịch vụ mà họ thụ hưởng không thể dựa vào các thuộc tính hữu hình như vậy. Vì vậy, để đánh giá được mức chất lượng của dịch vụ, chúng ta phải dựa vào các yếu tố có liên quan và thông qua những gì được gọi là “cảm nhận” của khách hàng.

Các yếu tố liên quan có thể là những gì thuộc về cơ sở vật chất như mặt bằng cung ứng dịch vụ, nhà cửa, trang thiết bị. Yếu tố liên quan có thể là những gì thuộc về con người – những người tham gia vào quá trình sáng tạo và cung ứng dịch vụ. Bên cạnh những yếu tố thuộc về cơ sở vật chất và con người, khách hàng còn có thể thấy hài lòng hay không hài lòng với những gì diễn ra xung quanh không gian mà họ đang thụ hưởng dịch vụ - đây là yếu tố môi trường. Môi trường có thể là môi trường tự nhiên, môi trường xã hội, hoặc thậm chí là văn hóa dịch vụ của đơn vị, tổ chức cung ứng dịch vụ.

Xét từ góc độ người cung ứng dịch vụ, chúng ta có các yếu tố thuộc về cơ sở vật chất, thuộc về con người, thuộc về môi trường như vừa mới nêu. Tuy nhiên, để có thể có được kết luận chính xác, có lẽ chúng ta phải dựa vào cảm nhận, đánh giá của khách hàng. Cảm nhận của khách hàng có được trên cơ sở những gì hiện có, trên cơ sở những gì diễn ra. Vì vậy, có thể nói đánh giá của khách hàng là kết quả khách quan, chính xác nhất có thể.

Khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ được cung ứng trên cơ sở đánh giá người phục vụ họ. Cùng một loại dịch vụ nhưng nhân viên phục vụ khác nhau, cảm nhận về chất lượng dịch vụ của họ cũng có thể khác nhau. Vì vậy, khi đánh giá chất lượng dịch vụ, cần thiết phải đứng trên quan điểm khách hàng và các tiêu chí đánh giá cũng phải xuất phát từ quan điểm khách hàng.

Do vậy, để tránh những phức tạp có thể gặp phải, các học giả đã rút gọn từ mười tiêu chí xuống còn năm tiêu chí và được viết tắt thành bộ tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ RATER (Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy, Responsiveness). Sau đây là năm tiêu chí của RATER.[7]

1- Độ tin cậy (Reliability): Thực hiện dịch vụ đúng như đã hứa, trước sau như một, hệt một cách đáng tin cậy và chính xác.

2- Sự đảm bảo (Assurance): Kiến thức và tác phong của nhân viên phục vụ, cũng như khả năng gây lòng tin và sự tín nhiệm của họ.

3- Tính hữu hình (Tangibles): Điều kiện vật chất, thiết bị và hình thức bên ngoài của nhân viên phục vụ.

4- Sự thấu cảm (Empathy): Quan tâm, lưu ý cá nhân đối với từng khách hàng.

5- Trách nhiệm (Responsiveness): Sẵn lòng giúp đỡ khách hàng và cung cấp dịch vụ mau lẹ.

Theo 5 tiêu thức trên, tùy từng lĩnh vực cụ thể, người ta cố gắng xác định chỉ tiêu để đo lường chất lượng dịch vụ bằng con số cụ thể.

Các thành phần tạo nên chất lượng dịch vụ được mô tả tại bảng 1.1

Bảng 1. Các thành phần tạo nên chất lượng dịch vụ

1. Mức độ tin cậy	Thể hiện khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và đúng thời hạn ban đầu.
2. Khả năng đáp ứng	Thể hiện sự mong muốn và sẵn lòng của nhân viên phục vụ cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng.
3. Các phương tiện hữu hình	Trang phục, ngoại hình của nhân viên và trang thiết bị phục vụ cho dịch vụ.
4. Năng lực phục vụ	Tính chuyên nghiệp của nhân viên phục vụ, trình độ chuyên môn và cung cách phục vụ lịch sự, niềm nở với khách hàng.
5. Sự cảm thông	Thể hiện sự quan tâm của nhân viên với khách hàng.

Nguồn: [16]

Vậy, chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa kỳ vọng và cảm nhận của khách hàng về một dịch vụ. Chất lượng dịch vụ được khách hàng đánh giá dựa trên năm thành phần: tin cậy, năng lực phục vụ, đáp ứng, phương tiện hữu hình, và cảm thông. Trong khi đó giá cả được xem như nhận thức của người tiêu dùng về việc từ bỏ hoặc hy sinh một cái gì đó để được sở hữu một sản phẩm hoặc một dịch vụ.

c. Các chỉ tiêu đánh giá về chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam

Chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam tối thiểu phải bảo đảm các tiêu chí là; (1) Độ an toàn; (2) Thời gian toàn trình; (3) Thời hạn giải quyết khiếu nại. Các tiêu chí chất lượng dịch vụ HCC do Tổng công ty Bưu điện Việt Nam ban hành và công bố trên trang thông tin điện tử của Tổng

công ty Bưu điện Việt Nam và được niêm yết công khai tại nơi dễ đọc ở các điểm phục vụ bưu chính có cung ứng dịch vụ HCC của VNPost.[2]

(1) *Nhanh chóng* (chỉ tiêu về tốc độ chuyển phát): chỉ tiêu này thể hiện thời gian toàn trình của dịch vụ từ khi nhận gửi đến lúc chuyển phát cho người nhận sao cho ngắn nhất. Thời gian toàn trình = thời gian tại thời điểm phát bưu gửi – thời gian tại thời điểm chấp nhận bưu gửi (được ghi trong hồ sơ của từng bưu gửi)

(2) *Chính xác* (chỉ tiêu chính xác): Bưu gửi phải được chuyển đi đúng hướng, phát đúng địa chỉ, đúng người nhận, không được để xảy ra sai sót, nhầm lẫn về thủ tục.

(3) *An toàn* (chỉ tiêu an toàn): Các túi gói Bưu gửi trong quá trình vận chuyển không xảy ra suy suyễn, mất một phần hay toàn bộ, không bị thay đổi, tiết lộ nội dung hay họ tên địa chỉ người gửi và người nhận.

(4) *Tiện lợi* (chỉ tiêu mức độ tiện lợi): Mạng lưới thông tin Bưu chính phải được phân bố rộng khắp, gần với người sử dụng. Giờ mở cửa của Bưu cục phải phù hợp với nếp sống sinh hoạt của nhân dân, có đầy đủ các trang thiết bị cần thiết để phục vụ. Điểm giao dịch phải khang trang, sạch sẽ, lịch sự, tiện nghi. Các dịch vụ phong phú, đa dạng có thể thoả mãn những yêu cầu từ đơn giản đến phức tạp của khách hàng. Các thủ tục đơn giản không gây phiền hà cho khách hàng.

(5) *Văn minh* (Chỉ tiêu mức độ hài lòng của khách hàng về thái độ, phong cách phục vụ): Đây là chỉ tiêu văn minh, nó cực kỳ quan trọng. Hầu hết bưu chính các nước đều tiến hành khảo sát để lấy ý kiến khách hàng về chất lượng phục vụ dịch vụ của mình bằng nhiều hình thức, thông dụng nhất là dùng bảng câu hỏi, sổ góp ý, hòm thư nhận góp ý qua website của doanh nghiệp.

Đối với doanh nghiệp bưu chính, qua giao tiếp với khách hàng, Giao dịch viên là bộ mặt

của doanh nghiệp để tạo niềm tin và sự an tâm cho khách hàng khi họ sử dụng các dịch vụ của Bưu điện. Vì vậy chỉ tiêu này quy định Giao dịch viên phải có thái độ vui vẻ hòa nhã, có trang phục lịch sự khi giao tiếp với khách hàng; Phục vụ khách hàng chu đáo, tận tình; Lắng nghe ý kiến đóng góp của khách hàng và có kiến thức để tư vấn, giải đáp thắc mắc của khách hàng.

Trên cơ sở các chỉ tiêu đặt ra về Nhanh chóng – Chính xác – An toàn – Tiện lợi – Văn minh của chất lượng dịch vụ Bưu chính, Tổng công ty Bưu điện Việt Nam đã ban hành một Hệ thống chỉ tiêu chất lượng dịch vụ như là một cơ sở pháp lý nhằm đối chiếu với kết quả đạt được trong thực tế.

III. THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG CUNG ỨNG DỊCH VỤ HCC CỦA TỔNG CÔNG TY BƯU ĐIỆN VIỆT NAM THỜI GIAN QUA

A. Công tác bảo đảm chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của Vnpost trong thời gian vừa qua

Trong thời gian vừa qua, thực hiện quyết định QĐ 45/2016 QĐ – TTg về tiếp nhận hồ sơ, trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính qua mạng cung ứng dịch vụ bưu chính công ích tại VNPost, Tổng công ty Bưu điện Việt Nam đã cố gắng nỗ lực cung ứng dịch vụ đáp ứng nhu cầu và bảo đảm chất lượng cung ứng dịch vụ HCC với người dân. Chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost trong thời gian vừa qua đã đạt được những thành công nhất định. Kết quả thực hiện một số chỉ tiêu chất lượng dịch vụ HCC năm 2017, 2018, 2019 của Tổng công ty đều đáp ứng yêu cầu của Quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về dịch vụ Bưu chính công ích và bảo đảm được các chỉ tiêu chất lượng mà VNPost công bố. [13]

Để đạt được những kết quả về chất lượng cung ứng dịch vụ HCC, Tổng công ty Bưu điện Việt Nam đã thực hiện đồng thời nhiều hoạt động như:

1) Tổng công ty Bưu điện Việt Nam đã xây dựng mục tiêu, chỉ tiêu đảm bảo chất lượng cung ứng dịch vụ HCC, đăng ký với Bộ thông tin và Truyền thông và công bố công khai trên Web, tại các điểm giao dịch. Các chỉ tiêu bảo đảm chất lượng cung ứng dịch vụ cụ thể như: chỉ tiêu về độ an toàn, chỉ tiêu thời gian toàn trình, chỉ tiêu phát thành công, chỉ tiêu giải quyết khiếu nại,... làm cơ sở để triển khai và kiểm tra giám sát việc bảo đảm chất lượng cung ứng dịch vụ cho toàn Tổng công ty và các đơn vị thành viên.

2) Tổng công ty Bưu điện Việt Nam đã tích cực, chủ động đàm phán, hợp tác, ký kết với các tỉnh, thành phố, các cơ quan quản lý nhà nước về việc tiếp nhận hồ sơ, trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính công qua mạng bưu chính công ích của VNPost. Điều này đã thúc đẩy nhanh chóng việc phát triển cung ứng dịch vụ HCC của VNPost trên toàn bộ mạng lưới bưu chính công ích của mình.

3) Quy trình cung ứng dịch vụ cũng đã được cải tiến giảm các thủ tục cho khách hàng và các thao tác của nhân viên, tiết kiệm và rút ngắn thời gian cung cấp dịch vụ bảo đảm sự chính xác kịp thời trong cung cấp dịch vụ tới khách hàng.

4) Những năm qua Bưu điện Việt Nam đã liên tục triển khai nhiều chương trình đổi mới, sắp xếp lại bưu cục, tổ chức thi đua, tuyên truyền để nâng cao ý thức, thái độ của Giao dịch viên, nhân viên Bưu tá, những đối tượng tiếp xúc trực tiếp với khách hàng.

5) Thực hiện các hoạt động nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng sử dụng dịch vụ HCC của VNPost như: (1) Tổng công ty Bưu điện Việt Nam thống nhất các mức cước phí với các dịch vụ giá trị gia tăng; (2) Thống nhất quy trình cung cấp, áp dụng các phần mềm vào cung ứng dịch vụ cho khách hàng; (3) Thực hiện các chính sách khuyến mại, chiết khấu giảm giá theo doanh số cho các khách hàng sử dụng

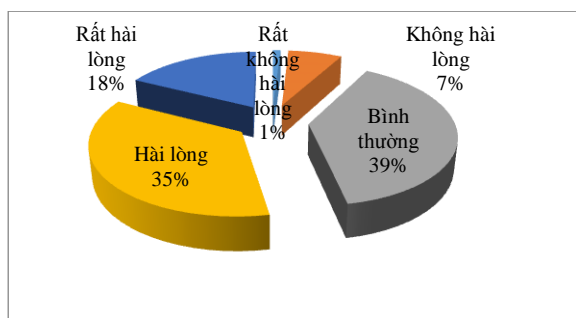
hiều; (4) Thực hiện các hoạt động quảng cáo PR cho dịch vụ HCC và dịch vụ mà VNPost đang cung cấp và phát triển trên toàn bộ mạng lưới; (5) Định kỳ tổ chức các hội nghị khách hàng nhằm tri ân khách hàng và giới thiệu các dịch vụ và các gói dịch vụ mà VNPost đang cung cấp; (5) Giải quyết nhanh chóng các ý kiến phản nản, các khiếu nại của khách hàng về dịch vụ HCC mà VNPost cung cấp.

6) Tổng công ty Bưu điện Việt Nam đã tăng cường công tác quản lý chất lượng cung ứng dịch vụ HCC bằng nhiều hình thức, biện pháp khác nhau: (1) Ban hành chỉ tiêu thời gian toàn trình, công đoạn và thực hiện đo kiểm, đánh giá chất lượng dịch vụ. Phân tích, đánh giá chất lượng khâu phát tại từng Bưu điện tỉnh, thành phố và chi tiết đến từng tuyến phát, từng Bưu tá để yêu cầu đơn vị xác định nguyên nhân ảnh hưởng đến chất lượng từ đó có giải pháp khắc phục. (2) Hình thành bộ máy kiểm tra, giám sát chất lượng từ Tổng công ty đến Bưu điện tỉnh, thành phố. (3) Ứng dụng phần mềm quản lý, hỗ trợ việc giám sát trạng thái bưu gửi từ khi chấp nhận đến khi phát thành công. Ban Quản lý Chất lượng chịu trách nhiệm giám sát chất lượng các Bưu điện tỉnh, thành phố, các Bưu điện tỉnh, thành phố chịu trách nhiệm giám sát chất lượng tại các Bưu cục.

B. Đánh giá chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost từ phía khách hàng

Để có thêm thông tin từ khách hàng về chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost, người viết đã thực hiện thu thập dữ liệu sơ cấp bằng phỏng vấn qua bảng hỏi được thiết kế sẵn [5]. Đối tượng hỏi đáp là các khách hàng đã sử dụng dịch vụ HCC của VNPost cung cấp. Mẫu điều tra được lựa chọn theo tiêu thức thuận tiện với cỡ mẫu là 200. Nội dung trong bảng hỏi là các thông tin phản ánh về chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost, mỗi tiêu chí phản ánh chất lượng cung ứng đều được thiết kế theo thang

đo 5 mức: 1 Rất không hài lòng; 2 Không hài lòng; 3 Bình thường ; 4 Hài lòng; 5 Rất hài lòng.



Hình 2: Mức độ hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ HCC của VNPost

Nguồn : Khảo sát của tác giả

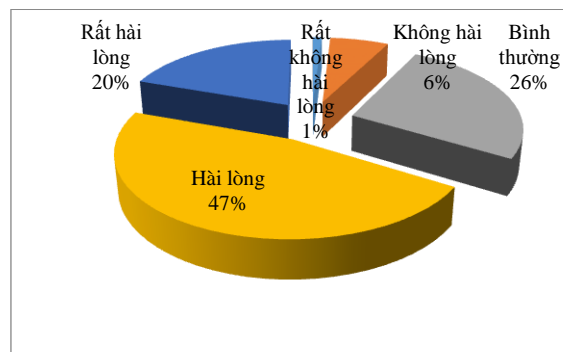
Kết quả hồi đáp được tập hợp tại [5] Thông qua kết quả thu thập được từ mẫu điều tra, chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost được khách hàng đánh giá khái quát với câu hỏi Q18 “Bạn hài lòng về chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost hiện nay”, hồi đáp của khách hàng cho thấy 2/200 khách hàng trả lời là rất không hài lòng chiếm 1%; 14/200 khách hàng trả lời là không hài lòng chiếm 7%; 78/200 trả lời là bình thường chiếm 39%; 71/200 khách hàng trả lời là hai lòng chiếm 35,5% và 35/200 khách hàng trả lời là rất hài lòng chiếm 17,5%

Kết quả từ mẫu điều tra cho thấy chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost được khách hàng đánh giá khá cao. Để thêm khẳng định về chất lượng cung ứng dịch vụ HCC qua các tiêu chí cụ thể với mẫu khảo sát cụ thể như sau:

1) Khách hàng nhận biết về dịch vụ HCC của VNPost cung ứng

Với kết quả phản hồi của câu hỏi 5 “Khách hàng hài lòng về các hình ảnh, thông tin dịch vụ HCC của VNPost đảm bảo chi tiết, rõ ràng, dễ hiểu” từ [5] cho thấy với mẫu hồi đáp là 200, có 2/200 hồi đáp là rất không hài lòng chiếm 1%; 13/200 hồi đáp trả lời không hài lòng chiếm 6,5%, 52/200 bình thường chiếm 26,5%; hài lòng là 93/200 chiếm 46,5% và rất hài lòng là 39/200 chiếm 19,5%

Theo mẫu khảo sát cho thấy công tác quảng cáo giới thiệu dịch vụ HCC của VNPost còn chưa thực sự tốt, khách hàng nhận diện về HCC mà VNPost dịch vụ cung ứng ở mức nhất định. Đây là vấn đề mà VNPost cần phải quan tâm nhiều hơn khi phát triển dịch vụ và đáp ứng nhu cầu về dịch vụ này trên thị trường.

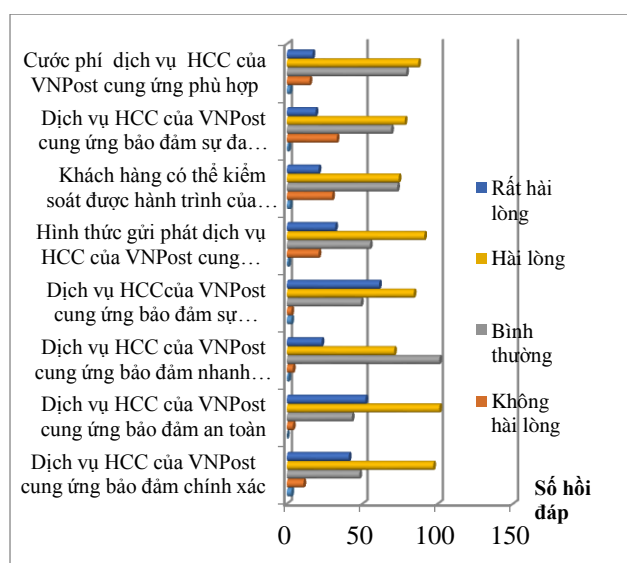


Hình 3: Mức độ hài lòng của khách hàng về nhận biết về dịch vụ HCC của VNPost cung ứng

Nguồn : Khảo sát của tác giả

2) Khách hàng đánh giá về chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost

Kết quả hồi đáp của khách hàng với các câu hỏi từ câu 6 tới câu 12 trong phiếu điều tra về chất lượng cung ứng dịch vụ HCC được thể hiện trên hình 4..



Hình 4: Mức độ hài lòng của khách hàng về chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost

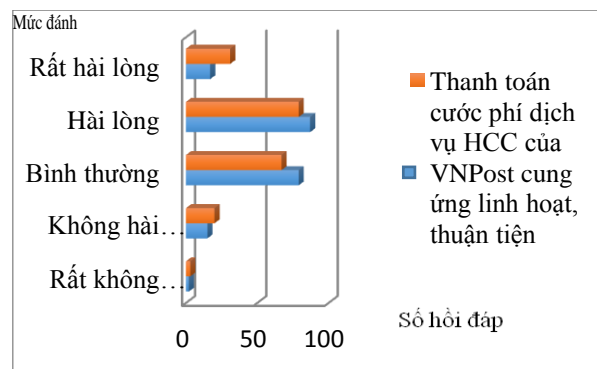
Nguồn : Khảo sát của tác giả

Theo kết quả điều tra cho thấy các tiêu chí phản ánh chất lượng cung cấp dịch vụ HCC của

VNPost, mức rất không hài lòng (mức 1) và mức không hài lòng (mức 2) vẫn còn có nhiều khách hàng trong mẫu điều tra đánh giá, nhiều nhất là các tiêu chí mức nhanh chóng, mức độ thuận tiện; mức độ kiểm soát được hành trình cung ứng dịch vụ; mức độ an toàn của bưu gửi. Bên cạnh đó, các tiêu chí độ chính xác của dịch vụ; sự linh hoạt; dịch vụ đa dạng được đánh giá cao hơn. Từ kết quả này đòi hỏi VNPost cần tập trung vào việc ứng dụng khoa học công nghệ, cải tiến quy trình cung ứng dịch vụ để có thể nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ HCC của VNPost cung ứng.

3) Khách hàng đánh giá chất lượng cung ứng dịch vụ HCC thông qua chính sách bán hàng hấp dẫn của VNPost

Kết quả khảo sát với đánh giá chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost thông qua chính sách bán hàng hấp dẫn của VNPost với các tiêu chí: Cước phí cung ứng dịch vụ HCC của VNPost phù hợp; Thanh toán cước phí cung ứng dịch vụ HCC của VNPost linh hoạt, thuận tiện, hình thức thanh toán cước phí linh hoạt, chính sách bán hàng hấp dẫn được khách hàng hài lòng và rất hài lòng ở mức khá cao. Cụ thể rất hài lòng chỉ đạt 8,5% với giá cước, 15,5% với hình thức thanh toán linh hoạt với chính sách bán hàng hấp dẫn; hài lòng mức cước phù hợp là 43,5%, thanh toán linh hoạt chiếm 39,5%. Điều này cho thấy vượt thực hiện các dịch vụ hành chính công qua bưu điện được người dân chấp nhận và dịch vụ này góp phần vào đảm bảo tốt các dịch vụ hành chính công của nhà nước. Đây là tiêu chí mà khách hàng luôn đánh giá, cân nhắc khi sử dụng một dịch vụ nào đó.

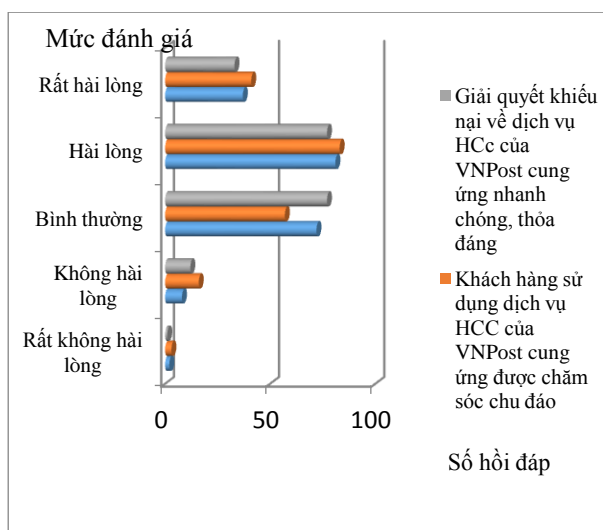


Hình 5: Đánh giá của khách hàng về chất lượng cung ứng dịch vụ HCC thông qua chính sách bán hàng hấp dẫn của VNPost

Nguồn: Khảo sát của tác giả

4) Khách hàng đánh giá về chất lượng phục vụ dịch vụ HCC của VNPost cung ứng

Với câu hỏi từ 15,16,17 trong bảng hỏi, nhằm thu thập các thông tin phản hồi từ khách hàng về chất lượng phục vụ dịch vụ HCC của VNPost cung ứng. Kết quả hỏi đáp của khách hàng được thể hiện trong (hình 6). Với kết quả hỏi đáp cho thấy, khách hàng rất không hài lòng với “Giải quyết khiếu nại về cung ứng dịch HCC của VNPost nhanh chóng, thỏa đáng” là 1/200 chiếm 0,5%; không hai lòng là 12/200 chiếm 6%; “Khách hàng sử dụng dịch vụ HCC của VNPost cung ứng được chăm sóc chu đáo” có 3/200 Rất không hai lòng chiếm 1,5%; không hai lòng là 16/200 chiếm 8%; “Nhân viên giao dịch của VNPost phục vụ khách hàng chuyên nghiệp, lịch sự, tận tâm, chu đáo” rất không hai lòng là 2/200 hỏi đáp trả lời chiếm 1% không hai lòng 8/200 chiếm 4%. Điều này cho thấy khách hàng không hài lòng về dịch vụ ở mức thấp, nó khẳng định VNPost đã làm tốt việc đáp ứng nhu cầu của người dân về dịch vụ hành chính công.



Hình 6: Khách hàng đánh giá về chất lượng phục vụ dịch vụ HCC của VNPost cung ứng

Nguồn: Khảo sát của tác giả

Với những kết quả mà VNPost đạt được trong công tác bảo đảm chất lượng cung dịch vụ HCC trong thời gian vừa qua đã được khách hàng công nhận và hài lòng, thì bên cạnh đó một số tiêu chí đảm bảo chất lượng cung ứng dịch vụ mức độ không hài lòng của khách hàng vẫn còn khá cao. Điều này đòi hỏi Tổng công ty Bưu điện Việt Nam cần có thêm các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của mình tới người dân. Trên cơ sở thực trạng chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost thời gian vừa qua, bài viết đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ HCC cho Tổng công ty Bưu điện Việt Nam thời gian tới.

IV. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG CUNG ỨNG DỊCH VỤ HCC CỦA TỔNG CÔNG TY BƯU ĐIỆN VIỆT NAM

Giải pháp 1: Hoàn thiện quy trình cung ứng dịch vụ, bảo đảm an toàn bưu gửi để nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ HCC

Tổng công ty Bưu điện Việt Nam, từ khi triển khai cung ứng dịch vụ HCC từ năm 2016 tới nay đã thực hiện điều chỉnh quy trình cung ứng dịch vụ HCC cho phù hợp với thực tế mạng lưới và nhu cầu của khách hàng. Mặc dù chỉ tiêu

toàn trình bảo đảm theo chuẩn mà VNPost đã đăng ký và công bố, nhưng theo kết quả điều tra cho thấy các tiêu chí phản ánh chất lượng cung cấp dịch vụ HCC của VNPost, mức rất không hài lòng (mức 1) và mức không hài lòng (mức 2) vẫn còn có nhiều khách hàng trong mẫu điều tra đánh giá, nhiều nhất là các tiêu chí mức nhanh chóng, mức độ thuận tiện; mức độ kiểm soát được hành trình cung ứng dịch vụ; mức độ an toàn của bưu gửi. Để nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ HCC, đòi hỏi VNPost cần phải tập trung vào hoàn thiện quy trình để bảo đảm thời gian cung ứng dịch vụ, bảo đảm an toàn bưu gửi cho toàn bộ mạng lưới cung cấp dịch vụ của mình. Cụ thể là:

(1) Chuẩn hoá các bước tác nghiệp tại các khâu, công đoạn từ chấp nhận, khai thác vận chuyển đến phát bưu gửi. Cụ thể hoá các bước tác nghiệp người lao động phải tuân thủ, thực hiện khi trang bị công cụ, dụng cụ phục vụ khai thác, chia chọn để giảm thiểu các tác nghiệp của người lao động, đồng thời sử dụng công cụ, dụng cụ trong khai thác bảo đảm an toàn bưu gửi.

(2) Quy trình chấp nhận, khai thác, chuyển phát bưu gửi cần được chuẩn hoá trong từng bước, từng khâu công việc cho phù hợp giữa các trạng thiết bị, dụng cụ, công cụ khai thác với người lao động. Tổng công ty Bưu điện Việt Nam cần rà soát các bước công việc cụ thể các bước tác nghiệp tại tất cả các khâu công đoạn, sản xuất, các bước tác nghiệp qui định chi tiết khi đưa công cụ, dụng cụ vào khai thác, qui định thời gian khai thác cho từng khâu.

Giải pháp 2: Hoàn thiện hệ thống chỉ tiêu đánh giá chất lượng cung ứng dịch vụ HCC

Hệ thống chỉ tiêu đánh giá chất lượng cung ứng dịch vụ HCC là cơ sở để VNPost đánh giá chất lượng dịch vụ mà mình đang cung cấp. Kết quả đánh giá này là cơ sở để Tổng công ty bưu điện có các chính sách đảm bảo chất lượng dịch vụ. Chính vì vậy, hệ thống chỉ tiêu chất lượng

phải khoa học, phù hợp với điều kiện thực tiễn của VNPost, phải phù hợp với yêu cầu của hệ thống dịch vụ hành chính công của các cơ quan quản lý nhà nước ở các cấp từ trung ương tới địa phương. Hệ thống chỉ tiêu chất lượng cung ứng dịch vụ HCC bao gồm chỉ tiêu phục vụ và chỉ tiêu dịch vụ.

(1) Chỉ tiêu phục vụ: xây dựng các tiêu chí để đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ HCC của VNPost.

(2) Chỉ tiêu dịch vụ: hoàn thiện các chỉ tiêu thời gian toàn trình, công đoạn, phục vụ đo kiểm, đánh giá chất lượng dịch vụ. Thực hiện đo kiểm, đánh giá chỉ tiêu thời gian toàn trình các khâu, công đoạn, xác định các khâu, công đoạn không đáp ứng được chỉ tiêu cần cải tiến, nâng cao chất lượng. Ngoài ra, việc hoàn thiện chỉ tiêu, thực hiện đo kiểm, giám sát chất lượng dịch vụ còn cho phép khi xảy ra các biến cố bất thường thông qua các chỉ số chất lượng có thể phát hiện kịp thời để điều giải quyết ngay.

Hệ thống chỉ tiêu chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của Tổng công ty bưu điện Việt Nam nên hoàn thiện các chỉ tiêu đánh giá theo từng điểm phục vụ (Bưu cục), theo giao dịch viên phục vụ, theo quá trình cung ứng dịch vụ (từng công đoạn, từng khâu của quá trình). Các giải pháp cụ thể sau:

1) *Các yêu cầu và tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ của giao dịch viên:*

a) *Giao tiếp với khách hàng văn minh, lịch sự, quan tâm tiếp xúc, hỗ trợ và chăm sóc khách hàng mang đến cho khách hàng sự hài lòng về chất lượng dịch vụ và phong cách phục vụ:* Thân thiện, vui vẻ tôn trọng khi giao tiếp với khách hàng; Ngôn ngữ giao tiếp rõ ràng, niềm nở chào đón khách hàng khi đến và khi ra về, cảm ơn khách hàng khi kết thúc giao dịch, xin lỗi khách hàng khi cần thiết; Nắm bắt thắc mắc, phàn nàn của khách hàng; thái độ bình tĩnh, mềm mỏng, lắng nghe, chia sẻ với khách hàng, giải quyết và tạo niềm tin cho khách hàng.

Không đổ lỗi cho khách hàng, thành thật xin lỗi khách hàng trong trường hợp lỗi thuộc về Bưu điện và cảm ơn khách hàng sau giao dịch; Thực hiện tốt nhiệm vụ được giao, sẵn sàng hỗ trợ đồng nghiệp khi cần thiết đảm bảo chất lượng phục vụ tốt nhất cho khách hàng.

b) *Phục vụ yêu cầu sử dụng dịch vụ của khách hàng:* Đảm bảo quy trình cung ứng dịch vụ được thực hiện nhanh chóng, chính xác, tin cậy, an toàn theo đúng cam kết về chất lượng với khách hàng.; Hiểu rõ về các sản phẩm, dịch vụ, quy trình, quy định trong tác nghiệp, chủ động giải thích, tư vấn và bán chéo sản phẩm dịch vụ cho khách hàng.

2) *Hoàn thiện bộ chỉ tiêu đo kiểm, đánh giá chất lượng cung ứng dịch vụ HCC, rút ngắn thời gian cung ứng dịch vụ*

1. Chỉ số đáp ứng thời gian toàn trình (K_{tt}).
2. Chỉ số đáp ứng thời gian công đoạn thu gom, khai thác bưu gửi chiều đi tại Bưu điện tỉnh, thành phố (K_{tk}).
3. Chỉ số đáp ứng thời gian công đoạn thu gom tại Bưu điện tỉnh, thành phố (K_{tg}).
4. Chỉ số đáp ứng thời gian công đoạn khai thác bưu gửi chiều đi tại Bưu cục khai thác trung tâm tỉnh, thành phố (K_{kt}).
5. Chỉ số đáp ứng thời gian công đoạn khai thác, chuyển phát bưu gửi chiều đến tại Bưu điện tỉnh, thành phố (K_{kp}).
6. Chỉ số đáp ứng thời gian công đoạn khai thác bưu gửi đến tại Bưu cục Khai thác trung tâm tỉnh, thành phố (K_{ktd}).
7. Chỉ số đáp ứng thời gian công đoạn phát (K_{pd}).
8. Chỉ số đáp ứng thời gian nhập thông tin phát tại Bưu điện tỉnh, thành phố (K_{ntt}).
9. Chỉ số phản ánh tỷ lệ phát thành công bưu gửi (K_{ptc}).

10. Chỉ số đáp ứng thời gian công đoạn khai thác, vận chuyển cấp 1 đối với bưu gửi nội vùng (K_{kvvv}).

11. Chỉ số đáp ứng thời gian công đoạn khai thác, vận chuyển cấp I đối với bưu gửi đi khác vùng (K_{kvkv}).

12. Chỉ số đáp ứng thời gian công đoạn khai thác, vận chuyển cấp I đối với bưu gửi vùng khác đến (K_{kvvk}).

13. Chỉ số đáp ứng thời gian công đoạn tại Trung tâm Khai thác vùng (K_{ttv}).

14. Chỉ số đáp ứng thời gian công đoạn khai thác tại Bưu cục khai thác Trung tâm vùng (K_{ktv}).

Qua đó sẽ đánh giá được chất lượng dịch vụ và chất lượng dịch vụ từ đó điều chỉnh lại qui trình sản xuất để phù hợp; đánh giá chi tiết chất lượng tại từng khâu, công đoạn bảo đảm hoạt động khai thác, chuyển phát phải được tổ chức lại để đáp ứng chỉ tiêu mới, rút ngắn được chỉ tiêu thời gian toàn trình, đáp ứng yêu cầu khách hàng

Giải pháp 3: Hoàn thiện công tác quản lý chất lượng cung dịch vụ HCC

1) Hoàn thiện bộ máy quản lý chất lượng dịch vụ cung ứng dịch vụ HCC

Thiết lập hệ thống giám sát chất lượng dịch vụ từ Tổng công ty đến các đơn vị, phân công công tác kiểm tra, giám sát, cảnh báo chất lượng dịch vụ, thiết lập các kênh thu thập thông tin đánh giá chất lượng của khách hàng làm cơ sở cải tiến chất lượng dịch vụ.

Tạo thành bộ máy quản lý chất lượng từ Tổng công ty đến các Bưu điện tỉnh thành phố và sâu hơn đến các Bưu điện huyện. Thực hiện điều hành chất lượng theo trực dọc từ Tổng công ty đến phòng nghiệp vụ Bưu điện tỉnh thành phố, từ Phòng nghiệp vụ tỉnh đến lực lượng kiểm soát tại huyện.

Để có thể điều hành được công tác chất lượng từ Tổng công ty đến các đơn vị yêu cầu phải có bộ máy quản lý, điều hành xuyên suốt từ Tổng công ty đến các đơn vị, chỉ rõ trách nhiệm thực hiện của từng đối tượng tham gia bộ máy và phải có công cụ để hỗ trợ việc điều hành và phản hồi thông tin hiệu quả.

2) Tăng cường công tác ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý chất lượng

Xây dựng phần mềm phục vụ công tác kiểm soát chất lượng từ Tổng công ty đến các đơn vị, bao gồm: công cụ phần mềm phục vụ giám sát, đo kiểm, đánh giá chỉ tiêu thời gian toàn trình, công đoạn bưu gửi nói chung, dịch vụ Bưu kiện nói riêng. Các công cụ phần mềm phục vụ công tác kiểm tra, giám sát, thống kê, cảnh báo các vấn đề chất lượng tại đơn vị.

- Hệ thống CNTT hiện nay tại Tổng công ty chưa cho phép đánh giá chỉ tiêu toàn trình, công đoạn của các dịch vụ nói chung, dịch vụ Bưu kiện nói riêng. Hiện mới chỉ cho phép đánh giá tỷ lệ bưu gửi phát thành công tại Bưu cục phát, như vậy chưa thấy được chất lượng toàn trình, công đoạn của Tổng công ty qua đó tập trung để cải tiến các công đoạn không hợp lý, rút ngắn chỉ tiêu toàn trình để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

- Ngoài việc đo kiểm, đánh giá chỉ tiêu chất lượng dịch vụ, yêu cầu hệ thống CNTT phải hỗ trợ công tác điều hành, thu thập, phân tích thông tin để Tổng công ty và các đơn vị nắm bắt được các vấn đề chất lượng trên mạng lưới và cung cấp, báo cáo kịp thời cho Tổng công ty để có giải pháp kịp thời.

Giải pháp 4: Một số giải pháp khác nhằm nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost

(1) Tổng công ty Bưu điện Việt Nam cần tăng cường đào tạo cho đội ngũ lượng lao động về các kiến thức, kỹ năng về các thủ tục hành chính công, ích lợi về dịch vụ hành chính công, hệ thống hành chính công của bộ máy nhà nước,

chính quyền địa phương để cho đối ngũ giao dịch viên, đội ngũ lao động hiểu rõ dịch vụ và khách hàng mình đang phục vụ.

(2) Tổng công ty Bưu điện Việt Nam cần tổ chức các hội nghị khách hàng, thực hiện các chương trình truyền thông về dịch vụ HCC trên các phương tiện thông tin đại chúng, những nội dung truyền thông phải phù hợp với từng đối tượng khách hàng.

(3) VNPost cần tích cực chủ động trong việc đàm phán ký kết với các cơ quan hành chính sự nghiệp để triển khai cung ứng các dịch vụ HCC của VNPost và phát triển mạng lưới cung cấp dịch vụ.

(4) VNPost cần tăng cường các hoạt động xúc tiến bán cho các dịch vụ HCC của VNPost. VNPost nên xây chương trình xúc tiến bán đối với từng dịch vụ và từng đối tượng khách hàng.

(5) Tăng cường các hoạt động nghiên cứu thị trường tìm hiểu nhu cầu khách hàng, nghiên cứu khảo sát đánh giá của khách hàng về dịch vụ và chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost. Quá đó, VNPost sẽ có thông tin, đánh giá của khách hàng về chất lượng cung ứng dịch vụ của VNPost, đây là các thông tin để VNPost có các giải pháp nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của mình.

V. KẾT LUẬN

Bài viết “Chất lượng cung ứng dịch vụ hành chính công tại Tổng công ty Bưu điện Việt Nam” nhằm đáp ứng nhu cầu thay đổi của khách hàng và phát triển của xã hội, đảm bảo nhiệm vụ kinh doanh các dịch vụ công ích trong đó có dịch vụ hành chính công của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam. Bài viết đã làm rõ một số vấn đề về dịch vụ HCC mà VNPost cung ứng, chất lượng dịch vụ và chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost. Phân tích thực trạng về chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost, đánh giá của khách hàng về chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost từ phía khách

hàng thông qua các dữ liệu điều tra, khảo sát của tác giả. Bài viết cũng đã đề xuất bốn nhóm giải pháp nhằm nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ HCC của VNPost. Kết quả này là các nghiên cứu của cá nhân tác giả, nên không thể tránh khỏi những hạn chế. Người viết rất mong nhận được các ý của bạn đọc.

LỜI CẢM ƠN

Trân trọng cảm ơn Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông đã tài trợ nghiên cứu này ở đề tài có mã số 04 -HV-2020/QTKD1 “*Nghiên cứu chất lượng cung ứng dịch vụ hành chính công của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam*”

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bộ Thông tin và Truyền thông, thông tư số 22/2017/TT-BTTTT, *quy định về giá cước tối đa và chính sách miễn, giảm giá cước dịch vụ nhận gửi hồ sơ giải quyết thủ tục hành chính và dịch vụ chuyển trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính qua dịch vụ bưu chính công ích.*
- [2] Bộ Thông tin và Truyền thông, thông tư số 17/2017/TT-BTTTT, *quy định một số nội dung và biện pháp thi hành quyết định số 45/2016/QĐ -TTg*
- [3] Trương Đình Chiến (2012), *Quản trị Marketing*, NXB Đại học kinh tế quốc dân
- [4] Nguyễn Thị Hằng (2016) *Quản lý dịch vụ bưu chính chuyển phát tại bưu điện thành phố Hải Phòng*. Luận văn thạc sỹ trường Đại học Kinh tế Đại học Quốc gia Hà Nội.
- [5] Trần Thị Hòa, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Học Viện, Mã số:04 -HV-2020/QTKD1, *Nghiên cứu chất lượng cung ứng dịch vụ hành chính công của Tổng công ty bưu điện Việt Nam*, Học viện công nghệ BCVT
- [6] Trần Thị Hòa, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Học Viện, Mã số:04 -HV-2018/QTKD1, *Nghiên cứu chất lượng dịch vụ COD của Tổng công ty bưu điện Việt Nam*, Học viện công nghệ BCVT

- [7] Philip Kotler (2006) , *Quản trị Marketing*, Vũ Trọng Hùng dịch, NXB Thống kê
- [8] Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2010), *Luật Bưu chính* số 49/2010/QH12 ngày 17/6/2010.
- [9] Lưu Văn Nghiêm (2012), *Marketing dịch vụ*, NXB Đại học kinh tế quốc dân
- [10] Đặng Ngọc Sự (2012), *Quản trị chất lượng*, NXB Đại học kinh tế quốc dân
- [11] Tổng công ty Bưu điện Việt Nam, V/v Số 3408 /ĐVN-TCTBC-DVBC-TCKT-CNTT, *Hướng dẫn dịch vụ tiếp nhận hồ sơ và trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính*
- [12] Tổng công ty Bưu điện Việt Nam (2016, 2017, 2018, 2019) *Báo cáo tổng hợp chất lượng dịch vụ 2016, 2017, 2018, 2019.*
- [13] Tổng công ty Bưu điện Việt Nam (2017), *Bản công bố chất lượng dịch vụ nhận gửi hồ sơ, chuyên trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính qua dịch vụ Bưu chính công ích*
- [14] Tổng công ty Bưu điện Việt Nam (2019), *Kết quả kiểm tra chất lượng dịch vụ bưu chính công ích năm 2019*
- [15] Trương Thanh Tuấn, Nguyễn Thị Bích Hảo (2015), *Nâng cao chất lượng dịch vụ bưu chính của Tổng công ty Bưu điện Việt Nam*, tạp chí Công nghệ thông tin và truyền thông.
- [16] Tạp chí phát triển KH&CN, Đại học Quốc gia, Thành phố Hồ Chí Minh, Tập 9, Số 10, năm 2016
- [17] Thủ tướng Chính Phủ (2016), Quyết định số 45/2016/QĐ-TTg, *Về việc tiếp nhận hồ sơ, trả kết quả giải quyết thủ tục hành chính qua dịch vụ công ích.*
- [18] Thủ tướng Chính phủ (2015), Quyết định số 45/2015/QĐ-TTg, *Về cung ứng dịch vụ bưu chính công ích và dịch vụ công ích trong hoạt động phát hành báo chí.*

QUALITY OF PROVIDE RECEIVE SERVICES AND RESULTS RESOLUTION OF ADMINISTRATIVE PROCEDURES THROUGH THE PUBLIC POSTAL NETWORK AT VIETNAM POST CORPORATION

Abstract: Improving the quality of the provision of dossier-receiving services, returning results of administrative procedures settlement via the public postal network of Vietnam Post Corporation, in order to meet customers' changing needs and deliver development of the society, ensuring the task of providing public services, including HCC services of the Vietnam Post Corporation is a necessary research issue. The article “Quality of provision of dossier receiving services, returning results of settlement of administrative procedures via public postal network of Vietnam Post Corporation” presents the basic contents of service quality and service delivery quality (HCC) at Vietnam Post Corporation; Analyzing and assessing the current situation of the quality of HCC service provision of Vietnam Post Corporation over the past time. The article also proposes some solutions to improve the quality of HCC service delivery of Vietnam Post Corporation in the coming time.

Keywords: Quality, service, post, delivery, Vietnam Post, Corporations



Trần Thị Hòa, Nhận học vị tiến sĩ kinh tế 2012, hiện công tác tại Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông. Lĩnh vực nghiên cứu: kinh tế và quản trị kinh doanh.