



Mô hình quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ xe buýt tại thành phố Cần Thơ

ThS. Đỗ Hữu Nghị

Khoa Quản trị kinh doanh

TÓM TẮT

Mục đích của nghiên cứu nhằm xác định mô hình mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ xe buýt tại TP. Cần Thơ. Nghiên cứu được thực hiện khảo sát với 210 khách hàng. Các phương pháp phân tích được sử dụng như Cronbach's Alpha, Phân tích nhân tố khám phá (EFA), Mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Kết quả nghiên cứu cho thấy, chất lượng dịch vụ xe buýt được hình thành trên cơ sở các thành phần như Nhân viên, An toàn, Thời gian, Trạm dừng và Chi phí. Ngoài ra, chất lượng dịch vụ xe buýt tác động trực tiếp và cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ xe buýt tại TP. Cần Thơ.

Từ khoá: sự hài lòng, khách hàng, xe buýt, chất lượng dịch vụ.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong những năm qua TP. Cần Thơ đã đưa nhiều tuyến xe buýt vào hoạt động để phục vụ nhu cầu đi lại của khách hàng (người dân hay hành khách gọi chung là khách hàng), thành công lớn của xe buýt là giúp nhiều khách hàng tại TP. Cần Thơ giải quyết được vấn đề đi lại trong thành phố và làm quen với việc sử dụng phương tiện này, khi mà các phương tiện đi lại phổ biến trước đó là xe lôi đã bị cấm. Hiện nay TP Cần Thơ có khoảng 96 đầu xe buýt, từ 29 chỗ đến 40 chỗ, hoạt động trên 5 tuyến như Cái Tắc - Cần Thơ, Cần Thơ - Ô Môn, Ô Môn - Lộ Tế, Lộ Tế - Kinh B và Ô Môn - Cờ Đỏ. Theo số liệu báo cáo của Công ty Công trình đô thị TP Cần Thơ,

lượng khách hàng đi xe buýt tăng đều qua các năm, dự báo nhu cầu đi lại bằng xe buýt đến năm 2020 từ 177.400 - 253.400 người. Trong 01/2013, TP. Cần Thơ tổ chức hội nghị thông qua quy hoạch phát triển mạng lưới vận tải hành khách công cộng bằng xe buýt trên địa bàn TP. Cần Thơ đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030. Mục tiêu của phát triển mạng lưới vận tải hành khách công cộng bằng xe buýt trên địa bàn TP Cần Thơ nhằm thu hút đông đảo người dân tham gia sử dụng xe buýt, nâng tỷ lệ khách hàng đi lại bằng xe buýt đến năm 2015 (từ 3-5%), năm 2020 là 7-10% và định hướng năm 2030 là 15-30%.

Tuy nhiên, chất lượng dịch vụ xe

buýt của TP. Cần Thơ hiện tại chưa đáp ứng được nhu cầu đi lại của khách hàng, nhiều khách hàng khi sử dụng phương tiện xe buýt đều phản nản về chất lượng dịch vụ xe buýt như hệ thống bến bãi, bến đầu cuối tuyến chưa được đầu tư đúng mức; chất lượng xe buýt, thái độ phục vụ nhân viên không tốt; thời gian chạy, số tuyến chưa nhiều; số trạm dừng, nhà chờ còn thiếu; an ninh, an toàn khi sử dụng xe buýt chưa đảm bảo.... Chính các yếu tố này làm cho khách hàng chưa thể chọn sử dụng xe buýt làm phương tiện đi lại hàng ngày, thay thế các phương tiện đi lại cá nhân phổ biến khác như xe gắn máy theo xu hướng phát triển của các thành phố hiện đại trong tương lai. Ngoài ra, khi khách hàng sử dụng

phương tiện xe buýt thường xuyên hơn sẽ giúp cho giao thông tại TP. Cần Thơ giải quyết được nhiều vấn đề như giảm kẹt xe, tai nạn giao thông, giảm sử dụng xe gắn máy cá nhân... thì song song với việc quy hoạch phát triển mạng lưới xe buýt, chất lượng dịch vụ xe buýt cần phải được chú trọng nhằm đáp ứng nhu cầu di chuyển của khách hàng ngày càng tốt hơn... Trên cơ sở đó, để dịch vụ xe buýt ngày càng tốt hơn thì cần có các nghiên cứu khoa học nghiêm túc về đánh giá của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ xe buýt để có luận cứ giúp cho các nhà quản lý trong lĩnh vực giao thông vận tải công cộng tại TP Cần Thơ đưa ra các chính sách xây dựng phù hợp và hoàn thiện chất lượng dịch vụ xe buýt. Từ các lý do trên, việc phân tích mô hình sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ xe buýt tại TP. Cần Thơ là cần thiết.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết

Sự hài lòng của khách hàng là mục tiêu cơ bản của các tổ chức kinh doanh bởi vì có mối liên quan hệ tích cực giữa hiệu quả của tổ chức và mức độ hài lòng của khách hàng (Anderson, Fornell, & Mazvancheryl, 2004). Sự hài lòng của khách hàng có ý nghĩa quan trọng vì ảnh hưởng của nó lên quá trình mua sắm lặp lại và truyền miệng (Berkman & Gilson, 1986). Do tính chất quan trọng nên sự hài lòng khách hàng là chủ đề mà nhiều nhà nghiên cứu quan tâm. Theo Kotler và Keller (2006) thì cho rằng sự hài lòng của khách hàng là mức độ của trạng thái cảm xúc bất nguồn từ việc so sánh giữa nhận thức về sản phẩm với mong đợi của khách hàng khi sử dụng dịch vụ. Theo Parasuraman, A., Zeithaml, V. và Berry, L. (1988), Spreng và Mackoy (1996) cho rằng sự hài lòng của khách hàng là phản ứng về sự khác biệt cảm nhận giữa kinh nghiệm đã biết và sự mong đợi của khách hàng về dịch vụ. Chất lượng dịch vụ là chủ đề mà nhiều nhà nghiên cứu quan tâm, có nhiều khái niệm về chất lượng dịch vụ tùy theo cách tiếp cận. Theo khái niệm được trích dẫn nhiều nhất trong các nghiên cứu, chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa cảm nhận và kỳ vọng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ (Parasuraman và cs., 1985; 1988). Còn theo Cronin và Taylor (1992) cho rằng chất lượng dịch vụ là mức độ cảm nhận của khách hàng khi sử dụng dịch vụ.

Chất lượng dịch vụ được hình thành từ các thành

phần khác nhau, các nhà nghiên cứu cố gắng đề xuất các mô hình định lượng để có thể đo lường được chất lượng dịch vụ. Theo Groross (1984) cho rằng chất lượng dịch vụ hình thành dựa trên 03 thành phần như Chất lượng chức năng, Chất lượng kỹ thuật và Hình ảnh nhà cung ứng dịch vụ. Parasuraman và cs. (1985; 1988) đề xuất thang đo SERVQUAL dựa trên 5 thành phần như Sự tin cậy, Sự đáp ứng, Sự đảm bảo, Sự cảm thông, Hữu hình và được đo lường bằng 22 quan sát. Thang đo SERVQUAL khá phức tạp khi thực hiện do phải đo lường giá trị kỳ vọng chung của khách hàng đối với ngành (lĩnh vực) và cảm nhận của khách hàng đối với dịch vụ nhưng giá trị sự kỳ vọng của khách hàng rất khó đo lường dẫn đến tốn nhiều thời gian và chi phí (Babakus & Boller, 1992). Để khắc phục hạn chế trên, Cronin và Taylor (1992) đề xuất thang đo SERVPERF đơn giản hơn trên cơ sở thang đo SERVQUAL nhưng chỉ dựa trên mức độ cảm nhận của khách hàng khi sử dụng dịch vụ bỏ qua giá trị kỳ vọng của khách hàng. Thang đo SERVPERF cũng đo lường chất lượng dịch vụ trên cơ sở 5 thành phần như Sự tin cậy, Sự đáp ứng, Sự đảm bảo, Sự cảm thông và Hữu hình.

Các thang đo chất lượng dịch vụ trên được các nhà nghiên cứu sử dụng để đo lường chất lượng dịch vụ trong các lĩnh vực khác nhau như Khách sạn (Spreng & Singh, 1993), Ngân hàng (Cuong, Sirion, & Howard, 2011), Thức ăn nhanh (Lee & Ulgado, 1997), Giáo dục (Sultan & Tarafder, 2007). Tuy nhiên, theo Cronin và Taylor (1994) cho rằng đánh giá chất lượng dịch vụ dựa trên thang đo SERVQUAL là chưa phù hợp. Thang đo SERVPERF có năng lực khám phá nhiều hơn các đo lường dựa trên khoảng cách giữa sự mong đợi và sự cảm nhận (Babakus & Boller, 1992; Cronin & Taylor, 1992). Các nghiên cứu cho thấy rằng thang đo SERVPERF hiệu quả hơn SERVQUAL trong đo lường chất lượng dịch vụ và đã được kiểm định trong một số lĩnh vực như Siêu thị bán lẻ tại Việt Nam (Nguyễn Huy Phong & Phạm Ngọc Thúy, 2007); Y tế tại Bahrain (Ramez, 2012). Nhìn chung theo các nghiên cứu, chất lượng dịch vụ được hình thành từ sự tin cậy, sự đáp ứng, sự đảm bảo, sự cảm thông và hữu hình.

Trong lĩnh vực vận chuyển hành khách công cộng hay dịch vụ xe buýt, chủ đề chất lượng dịch vụ cũng có nhiều nghiên cứu được thực hiện. Wijaya (2009) cho rằng chất lượng dịch vụ xe buýt hình thành từ 5

thành phần tiêu chuẩn của chất lượng dịch vụ (Sự tin cậy, Sự đáp ứng, Sự đảm bảo, Sự cảm thông và Hữu hình). Joewono và Kubota (2007) chỉ ra các thành phần như Khả năng tiếp cận, Thông tin, Dịch vụ khách hàng, Giá vé và Thái độ của nhân viên đều có ảnh hưởng đến sự hài lòng của hành khách. Mặt khác, Budiono (2009) và Kostakis (2009) phát hiện thêm các thành phần như Đúng giờ, Thời gian đi lại ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng. Aidoo (2013) bổ sung thêm thành phần An toàn vào các thành phần ảnh hưởng chất lượng dịch vụ xe buýt. Như vậy, ngoài các thành phần tiêu chuẩn của thang đo SERVPERF còn có các thành phần khác ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ xe buýt như Thời gian, Chi phí, An toàn.

Ngoài ra, theo các nghiên cứu giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng có mối quan hệ tỷ lệ thuận nếu chất lượng dịch vụ tốt thì sự hài

lòng của khách hàng càng cao, điều này đã được kiểm định thông qua các nghiên cứu trong các lĩnh vực khác nhau như Thức ăn nhanh tại Mỹ (Brady & Robertson, 2001); Lĩnh vực ngân hàng tại Ấn Độ (Sureshchandar, Rajendran, & Anantharaman, 2002), tại Jordan (Mohammad & Alhamadani, 2011); Công nghiệp viễn thông tại Nigeria (Oju, 2010); Dịch vụ siêu thị tại Cần Thơ, Việt Nam (Phạm Lê Hồng Nhung, Đinh Công Thành, Phạm Thị Thảo & Lê Thị Hồng Vân, 2012).

2.2. Mô hình nghiên cứu

Thông qua các cơ sở lý thuyết, các nghiên cứu đã lược khảo, mô hình nghiên cứu đề xuất sẽ sử dụng mô hình SERVPERF. Mô hình nghiên cứu đề xuất sẽ điều chỉnh các biến, thang đo phù hợp với bối cảnh, đặc thù của lĩnh vực và địa bàn nghiên cứu. Vì vậy, mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Phương pháp thu thập số liệu

Các địa bàn nghiên cứu được chọn là 3 tuyến xe buýt đang hoạt động trên 4 quận thuộc phạm vi nghiên cứu như: (1) Tuyến Bến xe Cần Thơ - Cái Tắc; (2) Tuyến Bến xe Cần Thơ - Ô Môn; (3) Tuyến Ô Môn - Cờ Đỏ. Mô hình nghiên cứu của bài viết có 37 biến đo lường nên cỡ mẫu cho bài viết nghiên cứu có 210 quan sát. Phương pháp chọn mẫu thuận tiện được sử dụng để tiến hành thu thập mẫu khảo sát. Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua tiến trình như sau: (1) Bước 1, liên hệ địa điểm điều tra chọn vùng nghiên cứu; (2) Bước 2, thực hiện điều tra thử; (3) Bước 3, thực hiện điều tra chính thức. Ngoài ra, thang đo được sử dụng để thu thập thông tin ý kiến của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ xe buýt là thang đo Likert với 5 cấp độ.

3.2. Phương pháp phân tích số liệu

Các phương pháp phân tích được sử dụng: kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá

(EFA), phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Các phương pháp phân tích được thực hiện bằng phần mềm SPSS 16 và AMOS 18.

4. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

4.1. Kiểm định độ tin cậy các thang đo

Thông qua kết quả phân tích Cronbach's Alpha cho từng thang đo, 37 biến quan sát trong thang đo của các nhân tố và 2 biến quan sát của thang đo sự hài lòng chung, có 6 biến quan sát có hệ số tương quan biến tổng (item-total correlation) nhỏ hơn 0,3 (DU7, DB13, CT15, TG27, AT31, CP37) sẽ bị loại, các biến quan sát còn lại có hệ số tương quan biến tổng (item-total correlation) lớn hơn 0,3 nên đều sử dụng tốt (Nunnally và Burnstein, 1994). Ngoài ra, độ tin cậy thang đo của 8 nhân tố và thang đo sự hài lòng chung có hệ số Cronbach's Alpha từ 0,644 đến 0,872 (>0,6) chứng tỏ các thang đo này có độ tin cậy cao. Do đó, các biến quan sát có thể đưa vào phân tích nhân tố tiếp theo.

Bảng 1: Kiểm định độ tin cậy của các thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Stt	Thang đo	Hệ số Cronbach's Alpha
1	Sự tin cậy	0,774
2	Sự đáp ứng	0,644
3	Sự đảm bảo	0,650
4	Sự cảm thông	0,855
5	Hữu hình	0,872
6	Thời gian	0,777
7	An toàn	0,823
8	Chi phí	0,739
9	Sự hài lòng	0,660

Nguồn: Số liệu khảo sát 2013

4.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Quá trình phân tích nhân tố để rút gọn các biến thành nhóm nhân tố chung được thực hiện từ 37 biến quan sát đưa vào phân tích theo tiêu chuẩn Eigenvalue lớn hơn 1, các biến quan sát có hệ số tải nhân tố (Factor loading) nhỏ hơn 0,5 sẽ bị loại. Kết quả có 7 nhân tố được rút trích, tổng phương sai trích bằng 68,407%, điều này cho biết 7 nhân tố này giải thích được 68,407% biến thiên của dữ liệu. Hệ số KMO = 0,862 (> 0,5) các biến quan sát có sự tương quan với nhau nên việc phân tích nhân tố là thích hợp với dữ liệu của mẫu khảo sát. Phép trích nhân tố Principal axis factoring (PAF) được sử dụng với phép xoay Promax thực hiện xoay nhân tố. Sau khi

loại các hệ số tải nhân tố (Factor loading) < 0,5, kết quả có 3 biến quan sát bị loại bỏ (TC1, BD14, DU10). Sau khi loại bỏ 3 biến quan sát, còn lại 34 biến quan sát được đưa vào phân tích một lần nữa, để đảm bảo các biến quan sát thuộc các nhân tố có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 và được phân bố đều trên các nhân tố.

Theo kết quả của phép xoay nhân tố (Bảng 2) có sự xáo trộn giữa biến quan sát của các thành phần sau khi thực hiện phép xoay nên phải đặt tên lại cho các nhân tố mới như sau nhân tố F1 là Nhân viên, nhân tố F2 là Chất lượng xe, nhân tố F3 là Tin cậy, nhân tố F4 là An toàn, nhân tố F6 là Trạm dừng, còn các nhân tố F5, F7 không có sự xáo trộn các biến quan sát giữa các thành phần nên tên các nhân tố vẫn

được giữ nguyên. Mặt khác, thang đo sự hài lòng chung vẫn giữ nguyên các biến quan sát và các hệ số tải nhân tố đều đạt yêu cầu nên có thể thực hiện phân tích nhân tố khẳng định (CFA) tiếp theo.

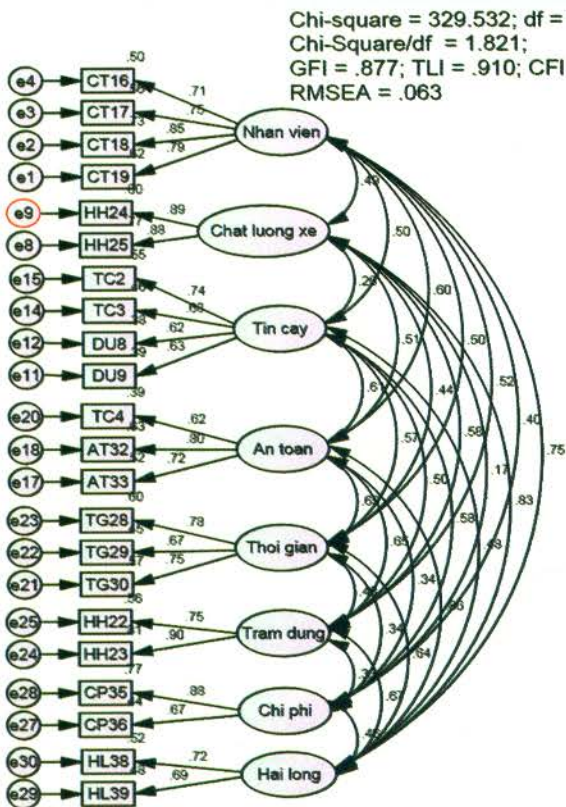
Bảng 2: Các nhân tố sau phép xoay nhân tố

Nhân tố	Tên nhân tố	Các biến quan sát
F1	Nhân viên	DB12, CT19, CT17, DB11, CT16, CT18
F2	Chất lượng xe	HH20, HH24, HH25, HH26
F3	Tin cậy	TC2, TC3, TC6, DU8, DU9
F4	An toàn	TC4, TC5, AT32, AT33, AT34
F5	Thời gian	TG28, TG29, TG29
F6	Trạm dừng	HH21, HH22, HH23
F7	Chi phí	CP35, CP36

Nguồn: Số liệu khảo sát 2013

4.3. Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

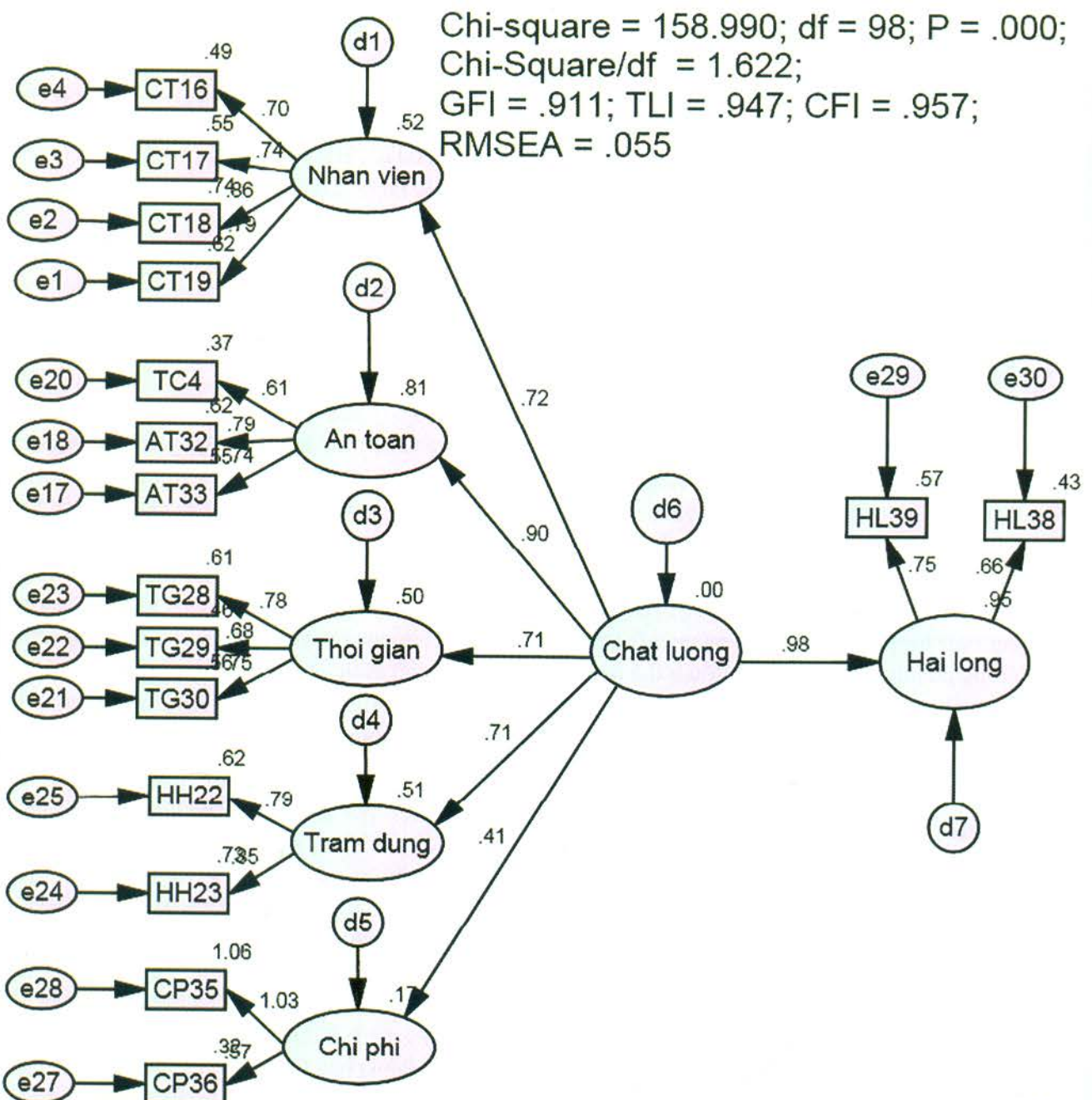
Từ kết quả phân tích CFA (Hình 2) cho thấy các chỉ số đo độ phù hợp mô hình đều đạt yêu cầu như Chi-square/df = 1,821 (< 2); TLI (Tucker & Lewis Index) = 0,910 (> 0,9); CFI (Comparative Fit Index) = 0,929 (> 0,9) và RMSEA (Root Mean Square Error Approximation) = 0,063 (< 0,08) nên có thể kết luận mô hình phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Các trọng số chưa chuẩn hoá đều có ý nghĩa thống kê (p-value đều bằng 0,000) và trọng số chuẩn hóa đều lớn hơn 0,5, vì vậy có thể kết luận các biến quan sát dùng để đo lường các thành phần của mô hình đề xuất đạt được giá trị hội tụ. Các thành phần đều đạt được tính đơn hướng, do không xuất hiện quan hệ tương quan giữa các sai số của các biến quan sát. Ngoài ra, hệ số tin cậy tổng hợp và tổng phương sai trích được đều > 0,5 nên thang đo trong mô hình đều đạt độ tin cậy. Mặt khác, hệ số tương quan giữa các thành phần của thang đo từ 0,17 đến 0,83 đều nhỏ hơn 1 và có ý nghĩa thống kê (p-value đều bằng 0,000) nên các thành phần đạt được giá trị phân biệt.



Hình 2: Mô hình tối hạn đo lường các khái niệm trong mô hình (chuẩn hóa)

4.4. Mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM)

Kết quả ước lượng mô hình sau khi phân tích SEM có các chỉ số như Chisquare/df = 1,622 (< 2); TLI = 0,947 (> 0,9); CFI = 0,957 (> 0,9) và RMSEA = 0,055 (< 0,08) nên có thể kết luận mô hình ước lượng phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Các tham số ước lượng chưa chuẩn hoá của các thành phần đều có ý nghĩa thống kê (p-value đều bằng 0,000) và thông qua hệ số ước lượng đã được chuẩn hoá cho thấy chất lượng dịch vụ xe buýt tác động mạnh, thuận chiều với sự hài lòng của khách hàng với trọng số đạt 0,98 và chất lượng dịch vụ xe buýt giải thích được 96% sự hài lòng của khách hàng. Ngoài ra, chất lượng dịch vụ xe buýt được hình thành trên cơ sở các thành phần như Nhân viên, An toàn, Thời gian, Trạm dừng, Chi phí. Trong đó, 2 thành phần ảnh hưởng mạnh nhất đến chất lượng dịch vụ xe buýt là Nhân viên, An toàn do có hệ số tương quan với chất lượng dịch vụ xe buýt lần lượt là 0,72 và 0,90.



Hình 3: Kết quả SEM mô hình lý thuyết (chuẩn hóa)

5. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

5.1. Kết luận

Nhìn chung, bài viết nghiên cứu đã đạt được mục tiêu đặt ra là xây dựng mô hình mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ xe buýt tại TP. Cần Thơ. Kết quả nghiên cứu cho thấy chất lượng dịch vụ xe buýt được hình thành trên cơ sở các thành phần như Nhân viên, An toàn,

Thời gian, Trạm dừng, Chi phí. Ngoài ra, chất lượng dịch vụ xe buýt tác động trực tiếp và cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ xe buýt tại TP. Cần Thơ. Do đó, các nhà quản lý trong lĩnh vực giao thông vận tải công cộng tại TP. Cần Thơ cần chú ý đến các yếu tố như Thái độ phục vụ của nhân viên xe buýt cần chuyên nghiệp hơn; Tính an toàn cho khách hàng khi xe buýt di chuyển trên đường và

an ninh trên xe; Thời gian chạy các tuyến cần được thực hiện nghiêm túc, chính xác; Cải thiện, nâng cấp hệ thống trạm dừng khang trang, tiện nghi hơn; Chi phí sử dụng dịch vụ xe buýt cần được tính toán sao cho đáp ứng được nhu cầu đa số khách hàng, nếu các yếu tố trên được cải thiện thì chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ xe buýt tại TP Cần Thơ sẽ nâng cao.

5.2. Khuyến nghị

Đội ngũ nhân viên cần được đào tạo thông qua các lớp bồi dưỡng để trang bị kiến thức về chuyên môn và văn hóa giao tiếp. Các nhà quản lý cần phối hợp với các trường đại học, cao đẳng, nghề trên địa bàn TP. Cần Thơ để tổ chức các lớp đào tạo chuyên môn và văn hóa giao tiếp cho các nhân viên như lái xe, bán vé và quản lý.

Thực hiện phần đường, khu vực dành riêng cho xe buýt đón và trả khách hàng sẽ góp phần hạn chế việc lấn, vượt tuyến... khi lưu thông để đảm bảo an toàn giao thông cho khách hàng khi lên, xuống xe buýt và các phương tiện giao thông khác trên đường. Bên cạnh đó, để đảm bảo an toàn, an ninh cho khách hàng trên xe, các xe buýt cần được trang bị ghế ngồi, tay vịn đầy đủ, cửa lên, xuống đảm bảo an toàn... Ngoài ra, cần có số điện thoại đường dây nóng, gắn camera trên xe để hỗ trợ, thông báo cho

các cơ quan chức năng kịp thời xử lý khi có sự cố như móc túi, giật đồ, trộm cắp tài sản của khách hàng.

Các trạm dừng phải có mái che nắng, che mưa, có ghế ngồi cho khách hàng trong khi chờ xe buýt và cần có bảng thông tin về lộ trình các tuyến, số hiệu các tuyến, thời gian của từng tuyến, giờ hoạt động của tuyến, đường dây nóng giải đáp thắc mắc cho khách hàng và các trạm dừng cần được duy tu sửa chữa thường xuyên. Ngoài ra, các trạm dừng cần được bố trí sao cho hợp lý, linh hoạt và dựa trên nhu cầu thực tế của từng tuyến.

Cần có chính sách giá vé phù hợp với thu nhập của đại đa số khách hàng, tăng cường bán vé theo tháng và hỗ trợ giá vé cho các đối tượng như sinh viên, học sinh, công nhân làm việc tại các khu công nghiệp... để khuyến khích họ sử dụng xe buýt. Đồng thời, hỗ trợ giá vé cho các tuyến đi qua các khu công nghiệp, trường học, bệnh viện, khu trung tâm hành chính, khu vực đông dân cư trong nội đô. Bên cạnh đó, để rút ngắn thời gian khi sử dụng dịch vụ xe buýt cho khách hàng cần thực hiện xuất bến, di chuyển đúng tốc độ, dừng đón, trả khách hàng tại các trạm dừng theo đúng vị trí, thời gian qui định và cần tối ưu hoá khoảng cách các tuyến để có thể rút ngắn thời gian di chuyển trong các tuyến.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Aidoo, E. N., Agyemang, W., Monkah, J. E., & Afukaar, F. K. (2013). Passenger's satisfaction with public bus transport services in GHANA: a case study of kumasi-accra route. *Theoretical & Empirical Researches in Urban Management*, 8(2).
- [2]. Anderson, E. W., Fornell, C. & Mazvancheryl, S. K. (2004). Customer satisfaction and shareholder value, *Journal of Marketing*, 68(4), pp. 172–185.
- [3]. Babakus, E. & Boller, G.W. (1992). A Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Business Research*, 24: 253-268, (1992).
- [4]. Berkman, H. W. & Gilson, C. C. (1986). *Consumer behaviour. Concepts and strategies*. 3rd ed. Boston. Kent.
- [5]. Brady, M. K., & Robertson, C. J., (2001). Searching for a consensus on the antecedent role of service quality and satisfaction: an exploratory cross-national study. *Journal of Business Research*, Vol. 51 (1), pp. 53–60.
- [6]. Budiono, O. (2009). *Customer Satisfaction in Public Bus Transport: A study of travelers' perception in Indonesia*. Karlstad University.
- [7]. Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992). *Measuring Service Quality: a reexamination and extensio*. *Journal of Marketing* Vol. 56, July, 1992.