

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

DƯƠNG THU PHƯƠNG

NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI
VỚI DỊCH VỤ CHỨNG THỰC CHỮ KÝ SỐ CÔNG
CỘNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN MISA

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
QUẢN TRỊ KINH DOANH

HÀ NỘI - 2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

DƯƠNG THU PHƯƠNG

NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI
VỚI DỊCH VỤ CHỨNG THỰC CHỮ KÝ SỐ CÔNG
CỘNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN MISA

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
QUẢN TRỊ KINH DOANH

MÃ SỐ: 8340101

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS ĐỖ THỊ ĐÔNG
PGS.TS CAO THÚY XIÊM

HÀ NỘI - 2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi đã đọc và hiểu về các hành vi vi phạm sự trung thực trong học thuật. Tôi cam kết bằng danh dự cá nhân rằng nghiên cứu này do tôi tự thực hiện và không vi phạm yêu cầu về sự trung thực trong học thuật.

Hà Nội, ngày ... tháng 09 năm 2024

Người thực hiện đề án

Dương Thu Phương

LỜI CẢM ƠN

Đề án là kết quả của tác giả sau thời gian học tập, nghiên cứu cùng với sự hỗ trợ vật chất, tinh thần của gia đình, thầy cô, đồng nghiệp và bạn bè.

Trước hết, tôi muốn gửi lời cảm ơn sâu sắc tới PGS.TS. Đỗ Thị Đông và PGS.TS Cao Thúy Xiêm đã dành nhiều thời gian tận tình hướng dẫn và tạo mọi điều kiện tốt nhất cho tôi hoàn thành đề án của mình.

Tôi cũng xin trân trọng cảm ơn các thầy cô công tác tại Khoa Quản trị Kinh doanh, Viện Đào tạo Sau đại học – Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, các anh, chị, em đồng nghiệp tại Công ty Cổ phần MISA đã nhiệt tình giúp đỡ, góp ý và chia sẻ những kinh nghiệm quý báu để tôi thực hiện đề án của mình.

Cuối cùng, tôi cũng muốn gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới gia đình, bạn bè, đã luôn động viên tinh thần, khích lệ, hỗ trợ tôi trong suốt thời gian thực hiện đề án.

Học viên thực hiện

Dương Thu Phương

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN.....	i
LỜI CẢM ƠN.....	ii
DANH MỤC BẢNG	vi
DANH MỤC HÌNH VẼ	vii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	viii
TÓM TẮT	ix
PHẦN MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ CHỨNG THỰC CHỮ KÝ SỐ CÔNG CỘNG.....	5
1.1. Khái quát về dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng.....	5
1.1.1. Dịch vụ.....	5
1.1.2. Sự hài lòng của khách hàng.....	5
1.1.3. Mối quan hệ giữa sự hài lòng của khách hàng và chất lượng dịch vụ.....	6
1.2. Khái quát về dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.....	6
1.2.1. Chữ ký số công cộng.....	6
1.2.2. Dịch vụ chứng thực chữ ký số.....	7
1.2.3. Đặc điểm dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng	8
1.3. Các tiêu chí đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng	8
1.3.1. Các tiêu chí theo mô hình Servperf.....	8
1.3.2. Các tiêu chí theo nghiên cứu của M-K.Kim và cộng sự (2004).....	9
1.3.3. Đề xuất các tiêu chí đánh giá.....	9
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ CHỨNG THỰC CHỮ KÝ SỐ CÔNG CỘNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN MISA	13
2.1. Tổng quan về Công ty Cổ phần MISA	13
2.1.1. Giới thiệu sơ lược.....	13
2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển.....	13

2.1.3.	Cơ cấu tổ chức	14
2.1.4.	Tình hình hoạt động kinh doanh giai đoạn 2020 - 2023	15
2.2.	Dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA	16
2.2.1.	Giới thiệu chung	16
2.2.2.	Thị phần dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng	17
2.2.3.	Quy trình cung cấp dịch vụ.....	17
2.2.4.	Tình hình doanh thu và lợi nhuận của dịch vụ từ 2020 – 2023.....	21
2.3.	Sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA	22
2.3.1.	Mô tả mẫu	22
2.3.2.	Sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ.....	23
2.4.	Đánh giá thực trạng sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA.....	40
2.4.1.	Thành công	40
2.4.2.	Hạn chế	41
2.4.3.	Nguyên nhân dẫn đến hạn chế.....	42
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ CHỨNG THỰC CHỮ KÝ SỐ CÔNG CỘNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN MISA		46
3.1.	Định hướng phát triển của Công ty Cổ phần MISA	46
3.2.	Một số giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA giai đoạn 2025 đến 2027	46
3.2.1.	Nâng cao số lượng đội ngũ nhân viên.....	46
3.2.2.	Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên	48
3.2.3.	Nâng cao năng lực công nghệ	49
3.2.4.	Nâng cao năng lực điều hành	50
3.2.5.	Cải thiện công tác truyền thông về chính sách bán hàng.....	51
3.2.6.	Tổ chức, tham gia các chương trình phổ cập chữ ký số	52
3.3.	Một số kiến nghị	53

3.3.1.	Kiến nghị đến Trung tâm Chứng thực Điện tử Quốc gia	53
3.3.2.	Kiến nghị đến Bộ Thông tin và Truyền thông	53
	KẾT LUẬN	55
	DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	56
	PHỤ LỤC 01	58
	PHỤ LỤC 02	61
	PHỤ LỤC 03	63
	PHỤ LỤC 04	64
	PHỤ LỤC 05	67
	PHỤ LỤC 06	68
	PHỤ LỤC 07	69
	PHỤ LỤC 08	70
	PHỤ LỤC 09	72

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1: Thang đo mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng theo mô hình Servperf	9
Bảng 1.2: Thang đo mức độ hài lòng của khách hàng đối với giá cả và dịch vụ gia tăng của dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.....	12
Bảng 1.3: Thang đo mức độ hài lòng chung của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng	12
Bảng 2.1: Tình hình hoạt động kinh doanh của CTCP MISA 2020 - 2023	16
Bảng 2.2: Doanh thu và lợi nhuận dịch vụ chứng thực CKS công cộng	21
Bảng 2.3: Ý kiến của khách hàng về việc tuân thủ theo cam kết của MISA trong cung ứng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng	26
Bảng 2.4: Các lớp đào tạo nội bộ cho đội ngũ nhân viên cung cấp dịch vụ chứng thực CKS công cộng của CTCP MISA	28

DANH MỤC HÌNH VẼ

Hình 1.1: Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ	6
Hình 2.1: Sơ đồ Cơ cấu tổ chức Công ty Cổ phần MISA	14
Hình 2.2: Thị phần dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng tính đến 30/09/2023	17
Hình 2.3: Đặc điểm về độ tuổi của mẫu điều tra	22
Hình 2.4: Đặc điểm giới tính của mẫu điều tra	23
Hình 2.5: Đặc điểm nghề nghiệp của mẫu điều tra	23
Hình 2.6: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với độ tin cậy	24
Hình 2.7: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với sự đảm bảo	27
Hình 2.8: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với PTHH	30
Hình 2.9: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với sự thấu cảm	32
Hình 2.10: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với khả năng đáp ứng	33
Hình 2.11: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với khả năng tích hợp trên nhiều Cổng DVC và ngân hàng của từng hình thức chữ ký số	35
Hình 2.12: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với giá cả	36
Hình 2.13: Mức độ hài lòng của khách hàng đối dịch vụ gia tăng	37
Hình 2.14: Mức độ hài lòng chung của khách hàng đối với dịch vụ	38
Hình 2.15: Mức độ hài lòng chung của khách hàng đối với dịch vụ theo từng hình thức chữ ký số	38
Hình 2.16: Mức độ hài lòng chung của khách hàng đối với dịch vụ theo từng loại chữ ký số	39

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Ý nghĩa
1	CA	Tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng
2	CKS	Chữ ký số
3	CPC	Chi phí mỗi lần nhấp chuột
4	CSKH	Chăm sóc khách hàng
5	CTCP	Công ty Cổ phần
6	DVC	Dịch vụ công
7	HCSN	Hành chính sự nghiệp
8	HDQT	Hội đồng quản trị
9	HKD	Hộ kinh doanh
10	HTKT	Hỗ trợ kỹ thuật
11	NC	Không tuân thủ quy tắc
12	NEAC	Trung tâm Chứng thực Điện tử Quốc gia
13	NVKD	Nhân viên kinh doanh
14	PCCC	Phòng cháy chữa cháy
15	PR	Quan hệ công chúng
16	PTHH	Phương tiện hữu hình
17	QLCB	Quản lý cán bộ
18	R&D	Nghiên cứu và phát triển
19	TNCN	Thu nhập cá nhân
20	TTTV& HTKH	Trung tâm tư vấn và hỗ trợ khách hàng
21	TTVN	Thị trường Việt Nam
22	UBND	Ủy ban nhân dân

TÓM TẮT

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục đích đo lường và đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA. Tác giả dựa trên mô hình Servperf có điều chỉnh để phân tích, đánh giá sự hài lòng bộ phận. Cụ thể, các tiêu chí bao gồm: 1) Độ tin cậy - đo lường mức độ dịch vụ cung cấp nhất quán và chính xác theo cam kết; 2) Sự đảm bảo - đánh giá khả năng của dịch vụ trong việc mang lại cảm giác an toàn và tin cậy cho khách hàng; 3) Phương tiện hữu hình - xem xét các yếu tố vật lý như cơ sở vật chất, trang thiết bị; 4) Sự thấu cảm - đo lường mức độ quan tâm và chăm sóc mà dịch vụ dành cho khách hàng; 5) Khả năng đáp ứng - đánh giá tốc độ, hiệu quả, giải quyết các yêu cầu của khách hàng; 6) Giá cả dịch vụ - xem xét tính hợp lý và cạnh tranh của giá cả dịch vụ; 7) Dịch vụ gia tăng - đo lường sự phong phú, dễ sử dụng của các dịch vụ bổ sung. Sau cùng là đánh giá sự hài lòng chung của khách hàng.

Để thực hiện nghiên cứu, tác giả đã thu thập dữ liệu sơ cấp thông qua phương pháp điều tra bằng bảng hỏi, đồng thời thu thập dữ liệu thứ cấp qua các tạp chí, nghiên cứu khoa học, báo cáo tài chính, báo cáo tổng kết của doanh nghiệp. Tiếp đến, tác giả sử dụng các phương pháp phân tích dữ liệu bao gồm: Thống kê mô tả - giúp mô tả thực trạng về sự hài lòng của khách hàng; Phân tích tổng hợp - nhằm đánh giá thực trạng và rút ra các kết luận, từ đó đề xuất ra một số giải pháp để khắc phục những mặt còn hạn chế. Bên cạnh đó, tác giả cũng sử dụng phương pháp so sánh để so sánh số liệu giữa các năm của doanh nghiệp và với các đối thủ cạnh tranh.

Kết quả phân tích từ 150 mẫu thu thập được thông qua khảo sát khách hàng cho thấy, phần lớn khách hàng cảm thấy dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA ở mức bình thường đến hài lòng. Điều này chỉ ra rằng, trong khi phần đa khách hàng hài lòng với dịch vụ, vẫn còn tồn tại một số điểm cần cải thiện.

Các giải pháp được đề xuất có tính khả thi cao và doanh nghiệp nên triển khai sớm, bao gồm: Nâng cao số lượng và chất lượng đội ngũ nhân viên, nâng cao năng lực điều hành và năng lực công nghệ của doanh nghiệp, cải thiện công tác truyền thông về chính sách bán hàng. Cuối cùng là việc MISA cần tích cực tổ chức, tham gia các chương trình phổ cập chữ ký số nhằm nâng cao nhận thức và hiểu biết của người dân về chữ ký số cũng như dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng. Bên cạnh đó, tác giả cũng kiến nghị đến Trung tâm Chứng thực Điện tử Quốc gia, Bộ Thông tin và Truyền thông cần có những chính sách và triển khai các hoạt động để phát triển dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng, ứng dụng chữ ký số trong nhiều lĩnh vực của cuộc sống.

Từ khóa: *Chứng thực chữ ký số công cộng, khách hàng, MISA, sự hài lòng.*

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Với thời đại công nghệ, số hóa phát triển mạnh mẽ như hiện nay, chữ ký số đang ngày càng trở nên phổ biến và không còn là khái niệm quá xa lạ với nhiều người. Chữ ký số hỗ trợ doanh nghiệp trong công tác kê khai thuế qua mạng, kê khai hải quan, giao dịch trong các lĩnh vực bảo hiểm, hoạt động thương mại điện tử, thanh toán trực tuyến... Ngoài ra, chữ ký số còn giúp xác thực hóa đơn điện tử của đơn vị phát hành. Trong thời gian tới, số lượng người dân sử dụng chữ ký số sẽ ngày một tăng cao bởi các hoạt động trong chiến dịch phổ cập chữ ký số được đẩy mạnh theo chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ.

Hiện nay có tất cả 25 đơn vị được phép cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng (Theo số liệu từ Trung tâm Chứng thực Điện tử Quốc gia), một số cái tên có thể kể đến như: Viettel, VNPT, FAST, BKAV, FPT, MISA, CA2, EASY, VNPAY,... Các nhà cung cấp đã và đang liên tục đưa ra các chiến lược marketing nhằm thu hút khách hàng đến với mình. Tuy nhiên, điều mà khách hàng ưu tiên nhất trong việc lựa chọn nhà cung cấp, đó là dịch vụ do đơn vị nào cung cấp sẽ khiến họ cảm thấy hài lòng? Chính vì lẽ đó, việc làm khách hàng cảm thấy hài lòng đối với dịch vụ đã trở thành nhiệm vụ vô cùng quan trọng đối với các nhà cung ứng, để từ đó gia tăng lượng khách hàng trung thành cũng như nâng cao năng lực cạnh tranh của mình trên thị trường.

Công ty Cổ phần MISA là một trong bảy đơn vị tiên phong cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng theo phương thức ký số từ xa (Remote Signing), khác với loại truyền thống thường thấy là USB Token, kết hợp với lợi thế sẵn có về tệp khách hàng sử dụng phần mềm kế toán, tổng hợp báo cáo tài chính,... cùng với mạng lưới 5 văn phòng đại diện được đặt tại các thành phố lớn: Hà Nội, Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Buôn Ma Thuột, Cần Thơ đã giúp MISA thu hút được một lượng khách hàng sử dụng dịch vụ do doanh nghiệp cung cấp. Mặc dù vậy, *thị phần của MISA vẫn còn nhỏ*, chỉ chiếm 3,33% tính đến 30/9/2023 (Theo số liệu từ Trung tâm Chứng thực điện tử Quốc gia). Hơn thế nữa, trong quá trình cung cấp dịch vụ vẫn còn *tồn tại một số vấn đề hạn chế* như: Nhân viên không hỗ trợ khách hàng kịp thời khi phát sinh lỗi kỹ thuật, nhân viên không tư vấn đầy đủ thông tin, trả lời không đúng trọng tâm câu hỏi của khách hàng hay thời gian thẩm định hồ sơ đăng ký sử dụng dịch vụ của khách hàng bị quá hạn so với thời gian cam kết khiến khách hàng cảm thấy không hài lòng. Chính vì vậy, tác giả đã lựa chọn đề tài **“Nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA”** làm đề tài cho đề án tốt nghiệp.

2. Mục đích nghiên cứu

2.1. Mục tiêu chung

Đề án được thực hiện với mục tiêu chung là: Nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA.

2.2. Nhiệm vụ cụ thể

Thứ nhất, hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.

Thứ hai, phân tích và đánh giá thực trạng về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA. Xác định những kết quả đã đạt được, hạn chế còn tồn tại và nguyên nhân.

Thứ ba, làm rõ định hướng và đề xuất một số giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA tới năm 2027.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề án: Sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ của các doanh nghiệp.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi nội dung: Nghiên cứu trong dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.

Phạm vi không gian: Nghiên cứu tại Công ty cổ phần MISA.

Phạm vi thời gian: Các số liệu thứ cấp được thu thập và nghiên cứu từ 2020 đến 2023. Với số liệu sơ cấp, tác giả tiến hành thu thập trong khoảng thời gian từ tháng 2/2024 đến tháng 3/2024. Cuối cùng, phần đề xuất một số giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty cổ phần MISA: Phục vụ cho giai đoạn từ 2025 đến 2027.

4. Phương pháp nghiên cứu

Đây là một nghiên cứu phân tích mô tả. Dữ liệu được sử dụng trong đề án bao gồm: Dữ liệu thứ cấp và dữ liệu sơ cấp.

Với dữ liệu thứ cấp, tác giả thu thập từ các bài viết trên tạp chí, đề tài nghiên cứu khoa học liên quan đến chủ đề: Chất lượng dịch vụ, nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ của các doanh nghiệp tại Việt Nam và các báo cáo tài chính, báo cáo tổng kết của Công ty Cổ phần MISA giai đoạn 2020 – 2023.

Với nguồn dữ liệu sơ cấp, tác giả thu thập thông qua phương pháp điều tra bằng bảng hỏi trong khoảng thời gian từ tháng 2/2024 đến tháng 3/2024 nhằm mục đích đo lường mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA.

Tác giả kết hợp 3 thang đo, gồm: thang đo theo mô hình Servperf (Cronin& Taylor, 1992), thang đo theo nghiên cứu của M-K.Kim và cộng sự (2004), thang đo theo nghiên cứu của Lassar và cộng sự (2000) để trình bày các tiêu chí đánh giá trong bảng hỏi. Thang đo Likert 5 mức để thể hiện mức độ đánh giá của khách hàng với thang điểm từ 1 đến 5 (trong đó, 1: Hoàn toàn không đồng ý đến 5: Hoàn toàn đồng ý).

Thang đo theo mô hình Servperf với 5 tiêu chí RATER được sử dụng làm nền tảng trong nghiên cứu này. Đồng thời, dựa vào những kết quả nghiên cứu trước đó, tác giả có sử dụng thêm thang đo của M-K.Kim và cộng sự (2004) để đo lường sự hài lòng của khách hàng đối với 2 tiêu chí giá cả và dịch vụ gia tăng của dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA. Như vậy, bảng hỏi bao gồm 30 biến quan sát được phân loại theo 7 nhóm tiêu chí, bao gồm: Độ tin cậy, sự đảm bảo, phương tiện hữu hình, sự thấu cảm, khả năng đáp ứng, giá cả và dịch vụ gia tăng.

Sau cùng, để đánh giá sự hài lòng chung của khách hàng, tác giả sử dụng thang đo từ nghiên cứu của Lassar và cộng sự (2000) với 2 tiêu chí cụ thể: Mức độ hài lòng về dịch vụ và sự sẵn sàng giới thiệu cho người khác sử dụng dịch vụ.

Về kích cỡ mẫu, số lượng mẫu càng lớn càng tốt nhưng phải đảm bảo số mẫu tối thiểu. Trong phân tích nhân tố EFA, cần 5 biến quan sát cho 1 biến đo lường và cỡ mẫu không nên ít hơn 100 (Hair và cộng sự, 2014). Vậy với 30 biến quan sát cần đảm bảo kích thước mẫu tối thiểu là: $30 \times 5 = 150$.

Mẫu nghiên cứu được chọn theo phương thức ngẫu nhiên. Từ danh sách khách hàng thường xuyên sử dụng dịch vụ trong tháng 1/2024, tác giả chọn ra 160 khách hàng để gửi phiếu khảo sát thông qua email và thu về được 150 phiếu trả lời.

Kết thúc quá trình thu thập dữ liệu, tác giả tiến hành xử lý chúng trên phần mềm Microsoft Excel. Sau khi số liệu đã được xử lý, tác giả sử dụng các phương pháp: Thống kê mô tả, phân tích tổng hợp và so sánh để phân tích, đánh giá. Phương pháp thống kê mô tả được sử dụng để phản ánh thực trạng về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA. Phương pháp phân tích tổng hợp được sử dụng để đánh giá thực trạng sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ. Qua đó, tác giả đề xuất ra các giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của doanh nghiệp. Trong khi đó, phương

pháp so sánh được dùng để phản ánh sự tăng trưởng qua từng năm trong hoạt động kinh doanh nói chung và đặc biệt là dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng nói riêng của Công ty Cổ phần MISA. Đồng thời, tác giả cũng so sánh thị phần của doanh nghiệp với các đối thủ cạnh tranh để có cái nhìn khách quan về vị thế của MISA trong lĩnh vực chứng thực chữ ký số công cộng.

5. Kết cấu của đề án

Ngoài phần mở đầu, phần kết luận, danh mục hình vẽ, các từ viết tắt, tài liệu tham khảo và phụ lục, đề án gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý thuyết về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.

Chương 2: Thực trạng về sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA.

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ CHỨNG THỰC CHỮ KÝ SỐ CÔNG CỘNG

1.1. Khái quát về dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng

1.1.1. Dịch vụ

Theo quan điểm truyền thống: Những gì không phải nuôi trồng, không phải sản xuất là dịch vụ. Như vậy, dịch vụ bao gồm các lĩnh vực hoạt động như: Khách sạn, tiệm ăn, hiệu sửa chữa, giải trí, bảo tàng, chăm sóc sức khỏe, bảo hiểm, tư vấn, giáo dục, đào tạo, tài chính, ngân hàng, bán buôn bán lẻ, giao thông vận tải, các phương tiện công cộng (điện, nước, viễn thông...), dịch vụ công (tòa án, cảnh sát, quân đội, cứu hỏa).

Theo cách hiểu phổ biến: Dịch vụ là một hoạt động mà sản phẩm của nó là vô hình. Nó giải quyết các mối quan hệ với khách hàng hoặc với tài sản do khách hàng sở hữu mà không có sự chuyển giao quyền sở hữu.

Theo cách hiểu khác: Dịch vụ là một hoạt động xã hội mà hoạt động này đã xảy ra trong mối quan hệ trực tiếp giữa khách hàng và đại diện của công ty cung ứng dịch vụ”. (Đỗ Thị Đông, Đặng Ngọc Sự, 2022, tr.149).

1.1.2. Sự hài lòng của khách hàng

Theo Hansemark và Albinsson (2004), sự hài lòng của khách hàng là một thái độ tổng thể của khách hàng đối với một nhà cung ứng dịch vụ, hoặc một cảm xúc phản ứng với sự khác biệt giữa những gì khách hàng dự đoán trước và những gì họ tiếp nhận, đối với sự đáp ứng một số nhu cầu, mục tiêu hay mong muốn.

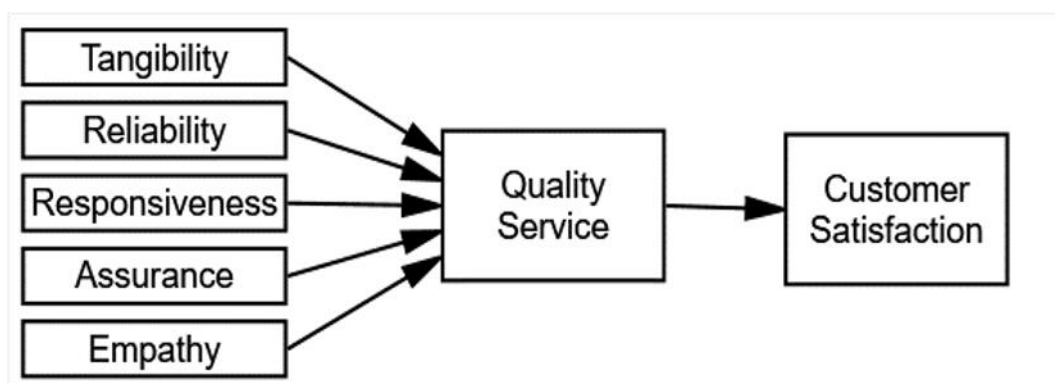
Kotler (2002) định nghĩa sự hài lòng như là một cảm giác hài lòng hoặc thất vọng của một người bằng kết quả của việc so sánh thực tế nhận được của sản phẩm (hay dịch vụ) trong mối liên hệ với những mong đợi của họ.

Thông qua các quan điểm trên, có thể nói rằng, sự hài lòng của khách hàng đối với một sản phẩm hay dịch vụ là trạng thái cảm giác mà khách hàng có được do sản phẩm hay dịch vụ đó đáp ứng hoặc không đáp ứng được những kỳ vọng của họ. Hay sự hài lòng của khách hàng là kết quả của việc sản phẩm hay dịch vụ đáp ứng hay không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Sự hài lòng của khách hàng chính là điều kiện cơ bản để từ đó khách hàng có hành động mua tiếp theo. (Đỗ Thị Đông, Đặng Ngọc Sự, 2022).

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

Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng là hai khái niệm khác nhau nhưng có mối quan hệ chặt chẽ với nhau trong nghiên cứu về dịch vụ. Các nghiên cứu trước đây cho thấy chất lượng dịch vụ là nguyên nhân dẫn đến sự hài lòng (Cronin & Taylor, 1992; Spreng & Patterson, 1997). Lý do là chất lượng dịch vụ liên quan đến việc cung cấp dịch vụ còn sự hài lòng chỉ được đánh giá sau khi đã sử dụng dịch vụ đó.

Nghiên cứu của Ruyter, Bloemer (1997) và nghiên cứu của Johanna & cộng sự (2022) cũng đã kết luận chất lượng dịch vụ là tiền đề và là nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến sự hài lòng. Do đó, việc sử dụng mô hình Servperf - mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ bằng nhận thức thực tế của khách hàng để đánh giá sự hài lòng của khách hàng là có cơ sở.



Hình 1.1: Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ

Nguồn: Johanna và cộng sự (2022)

1.2. **Khái quát về dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng**

1.2.1. *Chữ ký số công cộng*

Khái niệm chữ ký số tại các quốc gia có thể khác nhau tùy theo khung pháp lý và quy định của mỗi nước. Tuy nhiên, điểm chung là chữ ký số được sử dụng để xác minh danh tính của người ký và đảm bảo tính toàn vẹn của tài liệu.

Theo quy định eIDAS số 910/2014 của Liên Minh Châu Âu, chữ ký số được định nghĩa là một chữ ký điện tử nâng cao, dựa trên một chứng chỉ đủ điều kiện và được tạo ra bởi một thiết bị tạo chữ ký an toàn. Chữ ký số có giá trị pháp lý tương đương với chữ ký viết tay và đảm bảo rằng dữ liệu ký không bị thay đổi sau khi ký.

Theo Đạo luật ESIGN (2000) và Luật UETA (1999) của Hoa Kỳ, chữ ký số

được định nghĩa là một quá trình điện tử, âm thanh, hoặc biểu tượng được gắn liền hoặc liên kết với một hợp đồng hoặc hồ sơ và được sử dụng bởi một người có ý định ký kết tài liệu. Chữ ký số được coi là có giá trị pháp lý và có thể thi hành trong các giao dịch thương mại và hợp đồng.

Tại Việt Nam, theo Khoản 6 Điều 3 Nghị định 130/2018/NĐ-CP, “chữ ký số là một dạng chữ ký điện tử được tạo ra bằng sự biến đổi một thông điệp dữ liệu sử dụng hệ thống mật mã không đối xứng, theo đó, người có được thông điệp dữ liệu ban đầu và khóa công khai của người ký có thể xác định được chính xác”.

Cũng theo Khoản 3, Điều 3 của Nghị định số 26/2007/NĐ-CP, “chữ ký số công cộng là chữ ký số do thuê bao sử dụng chứng thư số được tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng cấp cho thuê bao tạo ra.”.

1.2.2. Dịch vụ chứng thực chữ ký số

Dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng là một trong những thành phần cốt lõi của hạ tầng an ninh mạng và bảo mật trong các giao dịch điện tử. Dịch vụ này cung cấp một cách thức để xác thực danh tính của các bên tham gia giao dịch và đảm bảo tính toàn vẹn của dữ liệu điện tử.

Căn cứ theo Điều 4 Nghị định 130/2018/NĐ-CP, “dịch vụ chứng thực chữ ký số là một loại hình dịch vụ chứng thực chữ ký điện tử do tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số cung cấp cho thuê bao để xác thực việc thuê bao là người đã ký số trên thông điệp dữ liệu. Dịch vụ chứng thực chữ ký số bao gồm:

1. Tạo cặp khóa hoặc hỗ trợ tạo cặp khóa bao gồm khóa công khai và khóa bí mật cho thuê bao.
2. Cấp, gia hạn, tạm dừng, phục hồi và thu hồi chứng thư số của thuê bao.
3. Duy trì trực tuyến cơ sở dữ liệu về chứng thư số.
4. Cung cấp thông tin cần thiết để giúp chứng thực chữ ký số của thuê bao đã ký số trên thông điệp dữ liệu.”

Trong đó, “chứng thư số là một dạng chứng thư điện tử do tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số cấp nhằm cung cấp thông tin định danh cho khóa công khai của một cơ quan, tổ chức, cá nhân, từ đó xác nhận cơ quan, tổ chức, cá nhân là người ký chữ ký số bằng việc sử dụng khóa bí mật tương ứng” (Khoản 7 Điều 3 Nghị định 130/2018/NĐ-CP). Nội dung của một chứng thư số bao gồm:

“- Tên của tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số.

- Tên của thuê bao.
- Số hiệu chứng thư số.
- Thời hạn có hiệu lực của chứng thư số.
- Khóa công khai của thuê bao.
- Chữ ký số của tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số.
- Các hạn chế về mục đích, phạm vi sử dụng của chứng thư số.
- Các hạn chế về trách nhiệm pháp lý của tổ chức cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số.
- Thuật toán mật mã.
- Các nội dung cần thiết khác theo quy định của Bộ Thông tin và Truyền thông”. (Điều 5 Nghị định 130/2018/NĐ-CP).

1.2.3. Đặc điểm dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng

Dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng có những đặc điểm sau:

Tính pháp lý: Dịch vụ chứng thực chữ ký số đảm bảo chữ ký số có giá trị pháp lý tương đương với chữ ký tay, giúp các giao dịch điện tử được pháp luật công nhận và bảo vệ.

Tính xác thực: Dịch vụ này xác thực danh tính của người ký bằng cách các đơn vị cung cấp dịch vụ yêu cầu khách hàng cung cấp các giấy tờ cần thiết theo quy định của pháp luật. Sau quá trình thẩm định, xác minh, đối chiếu thông tin qua hình thức tiếp xúc trực tiếp hoặc sử dụng công nghệ eKYC, nhà cung cấp sẽ cấp chứng thư số liên kết trực tiếp với chữ ký số của khách hàng, từ đó giúp xác định rõ ràng chủ thể thực hiện ký.

Tính toàn vẹn: Nếu bất kỳ thông tin nào trong tài liệu được sửa đổi sau khi ký, chữ ký số sẽ trở nên vô hiệu, giúp phát hiện các hành vi gian lận.

1.3. Các tiêu chí đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng

1.3.1. Các tiêu chí theo mô hình Servperf

Mô hình Servperf của Cronin và cộng sự (1992) gồm 5 tiêu chí RATER để đánh giá chất lượng dịch vụ. 5 tiêu chí bao gồm: Reliability (Độ tin cậy), Assurance (Sự đảm bảo), Tangibles (Phương tiện hữu hình), Empathy (Sự thấu cảm), và

Responsiveness (Khả năng đáp ứng). 5 tiêu chí này có tác động lớn đến chất lượng dịch vụ và từ đó ảnh hưởng mạnh đến sự hài lòng của khách hàng, bao gồm cả sự hài lòng bộ phận cũng như sự hài lòng chung.

1.3.2. Các tiêu chí theo nghiên cứu của M-K.Kim và cộng sự (2004)

M-K.Kim và cộng sự (2004) đã đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ viễn thông di động qua 6 tiêu chí: Chất lượng cảm nhận; Giá cả dịch vụ, dịch vụ khách hàng; Dịch vụ gia tăng; Khuyến mãi quảng cáo; Hình ảnh thương hiệu.

1.3.3. Đề xuất các tiêu chí đánh giá

Trong nghiên cứu của M-K.Kim và cộng sự (2004), giá cả dịch vụ và dịch vụ gia tăng là thành phần quan trọng, có ảnh hưởng lớn thứ 2 và 3 đến sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ viễn thông, chỉ sau tiêu chí chất lượng cảm nhận. Khi so sánh dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng và dịch vụ viễn thông, tác giả thấy có nhiều điểm **trùng đồng**. Dịch vụ viễn thông và dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng đều là dịch vụ công cộng, dựa trên hạ tầng mạng để cung cấp cho người dùng. Cả hai phải đáp ứng mức độ bảo mật cao nhằm đảm bảo tính toàn vẹn và an toàn thông tin. Đồng thời, dịch vụ viễn thông và dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng đều có mức độ tin cậy cao, được thể hiện qua chất lượng dịch vụ và độ chính xác trong việc xác thực thông tin. Cả hai dịch vụ này đều được cung cấp bởi các tổ chức được cấp phép và chịu sự quản lý bởi Bộ Thông tin và Truyền thông. Vì lẽ đó, tác giả quyết định sử dụng mô hình Servperf có điều chỉnh để đánh giá sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ. Tác giả bổ sung thêm 2 tiêu chí là: Giá cả của dịch vụ và dịch vụ gia tăng. Như vậy, có tất cả 7 nhóm tiêu chí để đánh giá sự hài lòng bộ phận của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA, bao gồm: Độ tin cậy, sự đảm bảo, phương tiện hữu hình, sự thấu cảm, khả năng đáp ứng, giá cả của dịch vụ và dịch vụ gia tăng. Sau cùng, tác giả đo lường sự hài lòng chung của khách hàng đối với dịch vụ theo nghiên cứu của Lassar và cộng sự (2000).

Bảng 1.1: Thang đo mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng theo mô hình Servperf

Nhóm TC	Tiêu chí cụ thể	1	2	3	4	5
	Doanh nghiệp luôn thực hiện những gì đã cam kết với khách hàng.					

Nhóm TC	Tiêu chí cụ thể	1	2	3	4	5
Độ tin cậy	Doanh nghiệp luôn quan tâm giải quyết khó khăn của khách hàng trong thủ tục đăng ký sử dụng dịch vụ hoặc kết nối chữ ký số với các Cổng dịch vụ công.					
	Doanh nghiệp thực hiện dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng đúng ngay từ đầu.					
	Doanh nghiệp cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng đúng thời gian như đã cam kết.					
	Doanh nghiệp luôn lưu ý để không xảy ra sai sót.					
	Doanh nghiệp luôn bảo mật tốt thông tin cá nhân của khách hàng.					
	Những thay đổi liên quan đến dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng đều được thông báo rõ ràng.					
Sự đảm bảo	Nhân viên có đủ kiến thức để trả lời các câu hỏi của khách hàng về chữ ký số.					
	Nhân viên có đầy đủ trình độ, kỹ năng và linh hoạt trong giải quyết các tình huống khó, lỗi kỹ thuật phát sinh.					
	Cách cư xử của nhân viên tạo cho khách hàng sự tin tưởng.					
	Nhân viên luôn trân trọng khách hàng.					
	Khách hàng cảm thấy an tâm khi được phục vụ.					

Nhóm TC	Tiêu chí cụ thể	1	2	3	4	5
	Nhân viên luôn có thái độ nhã nhặn, ôn hòa với khách hàng.					
Phương tiện hữu hình	Doanh nghiệp có hệ thống máy chủ hiện đại.					
	Cơ sở vật chất khang trang, đầy đủ trang thiết bị PCCC.					
	Trang phục nhân viên lịch sự.					
	Thiết kế của USB Token đẹp mắt.					
Sự thấu cảm	Nhân viên luôn hỏi han, quan tâm đến từng khách hàng.					
	Nhân viên thấu hiểu yêu cầu riêng của từng khách hàng.					
	Doanh nghiệp luôn lắng nghe, phản hồi mọi ý kiến của khách hàng.					
	Doanh nghiệp hướng dẫn khách hàng sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng tận nơi khi có yêu cầu.					
Khả năng đáp ứng	Nhân viên xử lý kịp thời các vấn đề phát sinh khi khách hàng sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.					
	Nhân viên nhiệt tình hỗ trợ về thủ tục đăng ký sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.					
	Doanh nghiệp chuyên giao USB Token cho khách hàng nhanh chóng.					
	Chữ ký số tích hợp được trên nhiều Cổng dịch vụ công và ngân hàng.					
	Chữ ký số tích hợp được trên nhiều					

Nhóm TC	Tiêu chí cụ thể	1	2	3	4	5
	phần mềm của nhà cung cấp.					

Nguồn: Cronin và cộng sự (1992)

Theo lý thuyết, mô hình Servperf gồm 22 biến quan sát, tuy nhiên để có thể đánh giá được tính hiện đại của dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng, số lượng các chỉ báo được sử dụng là 26.

Bảng 1.2: Thang đo mức độ hài lòng của khách hàng đối với giá cả và dịch vụ gia tăng của dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng

Nhóm TC	Tiêu chí cụ thể	1	2	3	4	5
Giá cả của dịch vụ	Giá cả của dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng là hợp lý.					
	Giá cả của dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng cạnh tranh so với các nhà cung cấp khác.					
Dịch vụ gia tăng	Dịch vụ gia tăng đa dạng.					
	Dịch vụ gia tăng dễ sử dụng.					

Nguồn: M-K.Kim và cộng sự (2004)

Bảng 1.3: Thang đo mức độ hài lòng chung của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng

Nhóm TC	Tiêu chí cụ thể	1	2	3	4	5
Sự hài lòng chung về dịch vụ	Khách hàng cảm thấy hài lòng về dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.					
	Khách hàng sẵn sàng giới thiệu cho người khác sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.					

Nguồn: Lassar và cộng sự (2000)

Nhìn chung, với những tiêu chí trên, tác giả có thể đánh giá một cách toàn diện sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ CHỨNG THỰC CHỮ KÝ SỐ CÔNG CỘNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN MISA

2.1. Tổng quan về Công ty Cổ phần MISA

2.1.1. Giới thiệu sơ lược

- Mã số thuế: 0101243150.
- Loại hình doanh nghiệp: Công ty Cổ phần.
- Tên Công ty: Công ty Cổ phần MISA.
- Tên quốc tế: MISA Joint Stock Company.
- Tên viết tắt: MISA JSC.
- Trụ sở chính: Tầng 9, Tòa nhà Technosoft, phố Duy Tân, phường Dịch Vọng Hậu, Cầu Giấy, Hà Nội.
- Vốn điều lệ Của Công ty: 377.818.000.000 đồng.
- Điện thoại: 024 3795 9595.
- Fax: 043 7958088.
- Website: <https://www.misa.vn/>

2.1.2. Quá trình hình thành và phát triển

Công ty Cổ phần MISA được thành lập vào ngày 25/12/1994 với tên “MISA Group”, định hướng sản xuất phần mềm đóng gói (khởi đầu là phần mềm Kế toán). Quá trình hình thành và phát triển của MISA đã trải qua 3 thập kỷ, được chia làm 5 giai đoạn:

1994 – 1996: MISA khởi đầu với mục tiêu tin học hóa các cơ quan và đơn vị, và đã đạt được thành công đầu tiên với dự án phần mềm Báo cáo ngân hàng RESTAB cho một ngân hàng của Đức, tạo nền tảng vững chắc cho các dự án sau này.

1997 – 2001: MISA tập trung phát triển thương hiệu, với sản phẩm nổi bật là phần mềm kế toán HCSN MISA Mimosa 4.0, giúp công ty trở nên phổ biến trong các cơ quan Nhà nước.

2002 – 2010: MISA mở rộng thị trường, tập trung vào các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đồng thời mở các văn phòng đại diện tại các thành phố lớn để thuận tiện cho việc kinh doanh và phục vụ khách hàng.

2011 – 2017: MISA chuyển mình theo xu hướng công nghệ mới, ứng dụng Trí

tuệ nhân tạo (AI), Blockchain vào các sản phẩm phần mềm, nâng cao trải nghiệm khách hàng và được Nhà nước đánh giá cao.

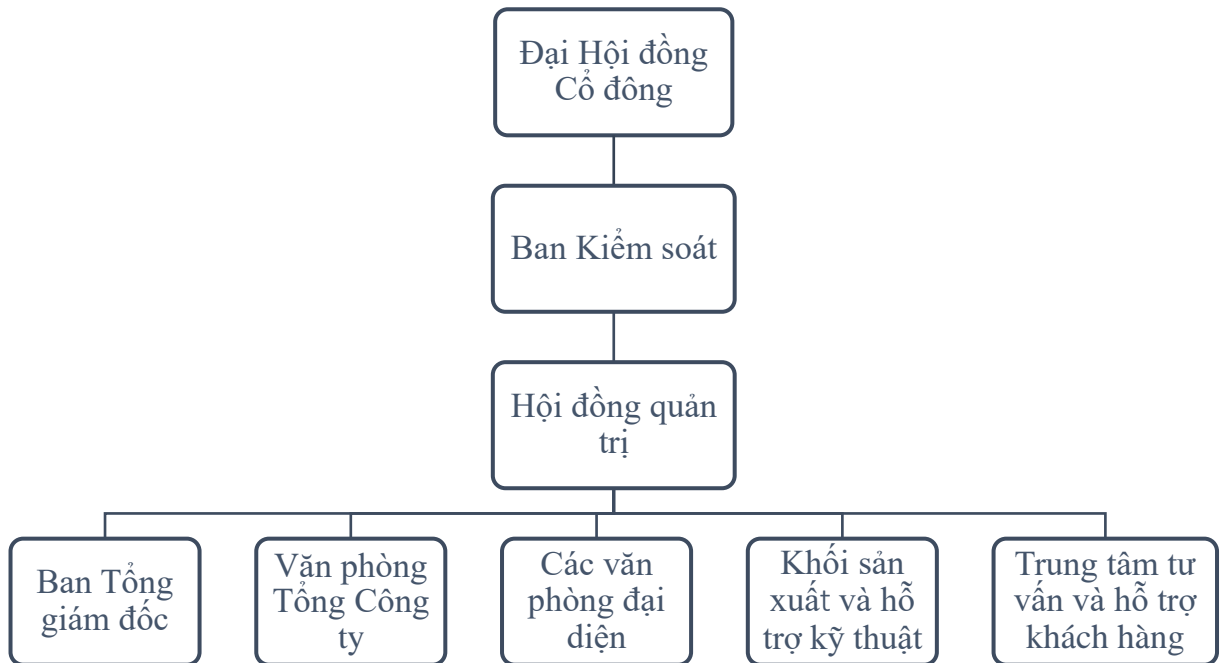
2018 – nay: MISA tích cực tham gia vào Chương trình Chuyển đổi số quốc gia, cung cấp các giải pháp công nghệ "Make in Vietnam" trên cả 3 trụ cột Chính phủ số, Kinh tế số và Xã hội số, giúp tổ chức và cá nhân nâng cao năng suất và phát triển.

***Các giải thưởng MISA đạt được**

Trên hành trình phụng sự xã hội của mình, MISA vinh dự được nhận hàng trăm bằng khen, giấy khen, giải thưởng của lãnh đạo Đảng, Nhà nước, Bộ ban ngành, UBND các tỉnh/thành phố, tổ chức nghề nghiệp. Một số giải thưởng tiêu biểu:

- Huân chương Lao động hạng 2 do Chủ tịch nước Việt Nam ký tặng.
- Giải thưởng APICTA 2019 cho Nền tảng quản trị doanh nghiệp hợp nhất AMIS.VN.
- Giải thưởng ASOCIO Outstanding ICT Company Award 2018 và 2023.
- 25 Danh hiệu Sao Khuê.
- Top 5 đơn vị phần mềm hàng đầu Việt Nam năm 2023.

2.1.3. Cơ cấu tổ chức



Hình 2.1: Sơ đồ Cơ cấu tổ chức Công ty Cổ phần MISA

Nguồn: Phòng hành chính nhân sự

❖ Nhiệm vụ của các đơn vị:

Đại hội đồng cổ đông: Quyết định sửa đổi, bổ sung điều lệ Công ty, trừ trường hợp điều chỉnh vốn điều lệ do bán thêm cổ phần mới trong phạm vi số lượng cổ phần được quyền chào bán quy định tại Điều lệ Công ty. Thông qua báo cáo tài chính hằng năm; Quyết định mua lại trên 100% tổng số cổ phần đã bán mỗi loại; Xem xét và xử lý các vi phạm của HĐQT, ban kiểm soát gây thiệt hại cho Công ty và cổ đông Công ty; Quyết định tổ chức lại, giải thể Công ty.

Ban kiểm soát: Gồm trưởng ban kiểm soát ông Lê Anh Tuấn và các thành viên trong ban, có nhiệm vụ giám sát, kiểm soát các hoạt động Công ty, báo cáo lên Đại hội đồng cổ đông.

Hội đồng quản trị: Quyết định cơ cấu tổ chức của Công ty; Đề xuất các loại cổ phiếu có thể phát hành và tổng số cổ phiếu phát hành theo từng loại; Giải quyết các khiếu nại của Công ty đối với cán bộ quản lý, cũng như quyết định lựa chọn đại diện của Công ty để giải quyết các vấn đề liên quan tới các thủ tục pháp lý chống lại cán bộ quản lý đó; Đề xuất việc phát hành trái phiếu, trái phiếu chuyển đổi thành cổ phiếu và các chứng quyền cho phép người sở hữu mua cổ phiếu theo mức giá định trước...

➤ Ban Tổng giám đốc có Bà Đinh Thị Thúy làm tổng giám đốc cùng với đó là 2 phó giám đốc thường trực và không thường trực. Tổng giám đốc có nhiệm vụ giám sát, quản lý việc thực hiện các kế hoạch chiến lược, chiến thuật ngắn hạn và dài hạn cho toàn Công ty.

➤ Các văn phòng đại diện: Thực hiện việc triển khai các hoạt động kinh doanh trong phạm vi khu vực mình quản lý.

➤ Trung tâm tư vấn và hỗ trợ khách hàng: Thực hiện chức năng chăm sóc, hỗ trợ khách hàng sau bán hàng.

➤ Văn phòng tổng Công ty gồm các phòng ban thực hiện công tác vận hành cho toàn Công ty.

➤ Khối sản xuất và hỗ trợ kỹ thuật: Có nhiệm vụ nghiên cứu, xây dựng các sản phẩm, dịch vụ và hỗ trợ khách hàng xử lý lỗi kỹ thuật phát sinh khi sử dụng.

2.1.4. Tình hình hoạt động kinh doanh giai đoạn 2020 - 2023

Tổng tài sản và vốn chủ sở hữu có sự tăng trưởng qua các năm. Bản chất của việc tăng trưởng là do MISA nhận được khoản đầu tư lớn của TA Associates, trở thành

cổ đông của Công ty. TA rất tích cực đẩy mạnh việc phát triển các sản phẩm công nghệ, từ đó giúp tổng tài sản của Công ty được gia tăng.

Sự biến động trong doanh thu và lợi nhuận sau thuế của Công ty chủ yếu xuất phát từ ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 khiến tất cả các lĩnh vực, hoạt động bị trì trệ làm cho doanh thu cũng như lợi nhuận từ 2020 đến giữa năm 2022 bị suy giảm, trước khi có dấu hiệu phục hồi từ thời điểm cuối năm 2022 cho đến nay.

Số lượng lao động bình quân liên tục tăng qua các năm do MISA liên tục mở rộng quy mô, thị trường kinh doanh, không chỉ ở trong nước mà ở cả nước ngoài. Trong giai đoạn dịch Covid-19, ban lãnh đạo đã duy trì hoạt động của công ty linh hoạt theo mô hình hybrid, thực hiện chính sách giảm tiền lương, không cắt giảm nhân sự. Đến giai đoạn 2022 đến năm 2023 là khoảng thời gian MISA phục hồi mạnh mẽ sau đại dịch và số lượng lao động bình quân cũng gia tăng nhanh chóng từ 2416 người lên 2738. Chi tiết số liệu tại bảng 2.1:

Bảng 2.1: Tình hình hoạt động kinh doanh của CTCP MISA 2020 - 2023

STT	Chỉ tiêu	Đơn vị	2020	2021	2022	2023
1	Tổng tài sản	Tỉ đồng	1750	2100	2300	2420
2	Vốn chủ sở hữu	Tỉ đồng	1030	1250	1263	1300
3	Doanh thu	Tỉ đồng	2226,3	1226,27	1229,19	1532,48
4	Lợi nhuận sau thuế	Tỉ đồng	200	189	165	180
5	Số lao động bình quân	Người	1983	2320	2416	2738

Nguồn: Báo cáo tài chính và Báo cáo tổng kết 2020 - 2023

2.2. Dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA

2.2.1. Giới thiệu chung

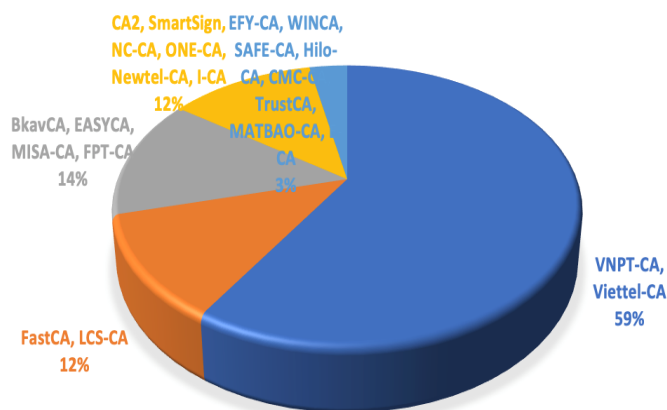
Ngày 16.5.2019, MISA được Bộ Thông tin và Truyền thông cấp phép cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng đối với mô hình chữ ký số USB Token. Và 2 năm sau đó, ngày 4.11.2021 MISA được cấp phép cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số từ xa. MISA đã trở thành đơn vị tiên phong trong cả nước cung cấp dịch vụ này. Ký số từ xa (Remote Signing) là một loại chữ ký số kiểu mới sử dụng công nghệ đám mây (cloud-based) để ký số giúp tổ chức/cá nhân ký hợp đồng, hóa đơn, văn bản pháp lý mọi lúc, mọi nơi, có thể ký trực tiếp ngay trên máy tính, điện thoại

di động, máy tính bảng.

2.2.2. Thị phần dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng

Theo báo cáo của Trung tâm Chứng thực Điện Tử Quốc gia, tính đến ngày 30/9/2023, thị phần của các đơn vị như sau:

- VNPT-CA và Viettel-CA tiếp tục phát triển và duy trì thị phần lớn nhất, chiếm gần 59% thị trường, tăng 5% so với năm 2022 (VNPT-CA - 31,26% và Viettel-CA - 27,74%);
- 02 CA là FastCA, LCS-CA có thị phần 12%;
- BkavCA, EASYCA, MISA-CA, FPT-CA chiếm 13,86%;
- CA2, SmartSign, NC-CA, ONE-CA, Newtel-CA, I-CA chiếm 12,01%;
- Còn 08 CA công cộng còn lại đạt 3,14% thị phần.



Hình 2.2: Thị phần dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng tính đến 30/09/2023

Nguồn: NEAC – 04/2024

Nhìn chung, thị phần dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của MISA không cao, tuy nhiên điểm tích cực là con số đó có xu hướng tăng theo từng năm (xem thêm tại phụ lục 03), qua đó thể hiện rằng dịch vụ của Công ty đang nhận được những phản hồi tích cực và ngày càng có nhiều khách hàng biết đến và sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp.

2.2.3. Quy trình cung cấp dịch vụ

Quy trình cung ứng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của MISA khá rõ ràng, cụ thể đối với từng hình thức chữ ký số: Remote Signing và USB Token. Chi tiết như sau:

2.2.3.1. Với Remote Signing

Bước 1: Chào bán dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng

- Nhân viên kinh doanh gặp gỡ, giới thiệu, tư vấn cho khách hàng về dịch vụ và tạo cơ hội bán hàng trên AMIS CRM.
- Đơn đặt hàng đã được cập nhật và gửi đến hệ thống MISA Order cùng hệ thống eSign Admin.
- Email thông báo đặt hàng thành công, hướng dẫn thanh toán và chuẩn bị hồ sơ đăng ký sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng được gửi tới khách hàng.
- Email thông báo khách hàng đặt hàng gửi tới nhân viên kinh doanh.

Bước 2: Thu thập và xác thực hồ sơ

- Sau khi khách hàng thanh toán thành công, nhân viên kinh doanh hướng dẫn khách hàng cài đặt ứng dụng MISA eSign trên điện thoại.
- Nhân viên kinh doanh hướng dẫn khách hàng nộp hồ sơ và xác thực eKYC.
- Hồ sơ khách hàng ở trạng thái "Đã xác thực" trên hệ thống eSign Admin.
- Email thông báo khách hàng đã thanh toán nhưng quá 30 phút chưa nộp hồ sơ được gửi tới nhân viên kinh doanh và quản lý.
- Email thông báo khách hàng có hồ sơ cần hiệu chỉnh gửi tới nhân viên NVKD và khách hàng.

Bước 3: Xác minh và duyệt cấp CTS

- Hồ sơ khách hàng trên hệ thống eSign Admin chuyển trạng thái "Đã duyệt" hoặc "Từ chối" sau khi khách hàng đã hoàn thành nộp hồ sơ cho MISA.
- Thông báo thẩm định thành công và đề nghị kích hoạt chứng thư được gửi tới các khách hàng qua email, ứng dụng MISA eSign.
- Thông báo từ chối cấp chứng thư được gửi tới khách hàng và nhân viên kinh doanh qua email, ứng dụng. Khi đó, khách hàng tiếp tục điều chỉnh hồ sơ.

Bước 4: Bàn giao chứng thư số, ghi nhận doanh số

- Ngay sau khi hồ sơ đăng ký của khách hàng được phê duyệt, hệ thống sẽ tự động kích hoạt chứng thư số cho khách hàng.
- Email thông báo hoàn thành cấp chứng thư số gửi tới khách hàng.

- Chứng thư số của khách hàng đã được công bố trên cơ sở dữ liệu về chứng thư số của MISA.
- Email thông báo đã xuất hóa đơn tài chính gửi tới khách hàng.
- Biên bản bàn giao chứng thư số đã được khách hàng ký số.
- Lịch đào tạo, chuyển giao được thống nhất với khách hàng và cập nhật trên AMIS CRM/Thẻ tư vấn.
- Đơn hàng của khách hàng được cập nhật tình trạng “Chuyển nhân viên đào tạo, chuyển giao” trên AMIS CRM/Đơn hàng.
- Hợp đồng trên AMIS CRM đã cập nhật thông tin.
- Ghi nhận doanh số bán hàng cho nhân viên kinh doanh.

Bước 5: Hỗ trợ khách hàng sau bán

TTTTV& HTKH sẽ tiếp nhận, giải đáp và xử lý các thắc mắc, yêu cầu của khách hàng trong quá trình sử dụng như: Đề nghị gia hạn, thay đổi thông tin, thu hồi hay cấp lại chứng thư số và chuyển các yêu cầu về kỹ thuật sang khối HTKT.

2.2.3.2. Với USB Token

Bước 1: Chào bán dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng

- Nhân viên kinh doanh gặp gỡ, giới thiệu, tư vấn cho khách hàng về dịch vụ và tạo cơ hội bán hàng trên AMIS CRM.
- Đơn đặt hàng được gửi đến hệ thống MISA Order cùng với eSign Admin.
- Email thông báo đặt hàng thành công, hướng dẫn chuẩn bị hồ sơ và thanh toán được gửi tới khách hàng.
- Email thông báo khách hàng đặt hàng gửi tới nhân viên kinh doanh.

Bước 2: Thu tiền

- Đơn đặt hàng được cập nhật trạng thái Đã thanh toán/Tạm lưu đơn hàng/Hủy bỏ đơn hàng.
- Email thông báo đã thanh toán thành công gửi tới khách hàng.
- Email thông báo khách hàng đã thanh toán thành công gửi tới NVKD.

Bước 3: Bàn giao USB Token

- Trang thái đơn hàng trên hệ thống quản lý chữ ký số được chuyển sang "Đã chuyển USB Token".
- USB Token được chuyển tới khách hàng trong tối đa 7 ngày làm việc kể từ ngày bắt đầu chuyển giao.

Bước 4: Thẩm định hồ sơ chứng thư số

- Hồ sơ của khách hàng đã được NVKD thu hồi và ban quản lý chứng thư số thẩm định trong thời gian quy định của Công ty, đồng thời đảm bảo tuân thủ đúng điều kiện cấp chứng thư số cho khách hàng theo quy định của pháp luật.
- Hồ sơ khách hàng trên hệ thống eSign Admin chuyển trạng thái "Đã thẩm định".

Bước 5: Duyệt cấp chứng thư số

- Hồ sơ của khách hàng đã được duyệt/từ chối cấp chứng thư số.
- Hồ sơ trên hệ thống eSign chuyển trạng thái "Đã duyệt" hoặc "Từ chối" đi kèm lý do từ chối.

Bước 6: Bàn giao chứng thư số, hóa đơn tài chính và thu hồi hồ sơ bản cứng

- Thông tin cấp chứng thư số được khách hàng xác nhận là chính xác hoặc chưa chính xác.
- Thông tin chứng thư số đã cấp cho khách hàng được khách hàng xác nhận chính xác hoặc chưa chính xác.
- Xác nhận của khách hàng về việc đã nhận được USB Token.
- Hồ sơ của khách hàng chuyển trạng thái "Đã hoạt động".
- Email thông báo đã cấp chứng thư số được gửi tới khách hàng.
- Chứng thư số của khách hàng đã được công bố trên cơ sở dữ liệu về chứng thư số của MISA.
- Email thông báo đã xuất hóa đơn tài chính gửi tới khách hàng.
- Lịch đào tạo, chuyển giao được thông nhất với khách hàng và cập nhật trên AMIS CRM/Thẻ tư vấn.
- Đơn hàng của khách hàng được cập nhật trạng thái "Chuyển nhân viên đào tạo, chuyển giao" trên AMIS CRM/Đơn hàng.
- Hợp đồng trên AMIS CRM đã cập nhật thông tin.
- Hồ sơ bản cứng của khách hàng được thu hồi đầy đủ.

Bước 7: Ghi nhận doanh số

- Hợp đồng bán chữ ký số cho khách hàng đã được ghi nhận doanh số.
- Danh sách hợp đồng trên AMIS CRM ở trạng thái "Đã ghi số".

Bước 8: Lưu trữ hồ sơ cấp chứng thư số

- Hồ sơ chứng thư số của khách hàng được lưu đầy đủ theo quy định.
- Hồ sơ của khách hàng chuyển sang trạng thái "Đã lưu" trên hệ thống eSign Admin.

Bước 9: Hỗ trợ khách hàng sau bán

TTTTV& HTKH sẽ tiếp nhận, giải đáp và xử lý các thắc mắc, yêu cầu của khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ như: Đề nghị gia hạn, thay đổi thông tin, thu hồi hay cấp lại USB Token và chuyển các yêu cầu về kỹ thuật sang khối HTKT.

2.2.4. Tình hình doanh thu và lợi nhuận của dịch vụ từ 2020 – 2023

Bảng 2.2: Doanh thu và lợi nhuận dịch vụ chứng thực CKS công cộng

Tiêu chí	Đơn vị	2020	2021	2022	2023
Doanh thu	Tỉ đồng	18,5	28	39,23	35,41
Lợi nhuận sau thuế	Tỉ đồng	4,64	9,13	13,36	11,78
Lợi nhuận của dịch vụ so với tổng lợi nhuận của MISA	%	2,32	4,83	6,81	5,59

Nguồn: Công ty Cổ phần MISA. Báo cáo tài chính 2020 - 2023

Xu hướng tăng trưởng: Có sự tăng trưởng rõ rệt về doanh thu và lợi nhuận của dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng từ năm 2020 đến 2022, cho thấy dịch vụ đã hoạt động hiệu quả trong 3 năm đó, đặc biệt là trong thời gian xảy ra đại dịch Covid-19.

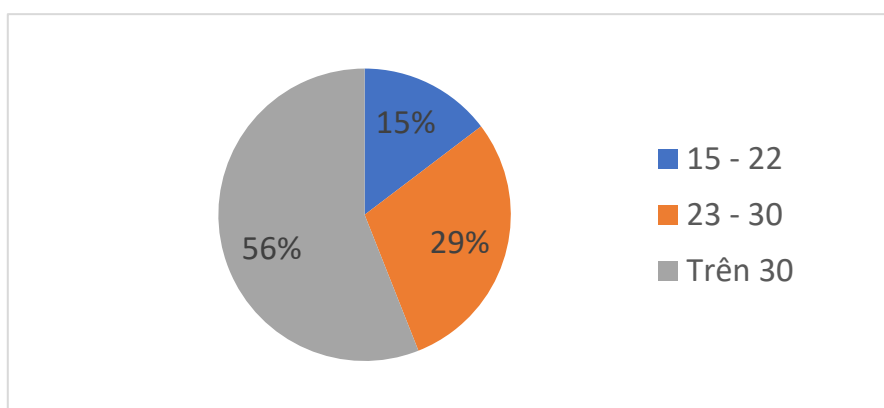
Sự giảm sút vào năm 2023: Cả doanh thu và lợi nhuận sau thuế đều giảm nhẹ vào năm 2023. Điều này xảy ra là bởi nhiều nguyên nhân như: Biến động thị trường, thay đổi chính sách và đặc biệt là sự cạnh tranh gia tăng khi có sự gia nhập của ông lớn trong ngành công nghệ là VNPay.

2.3. Sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA

Như tác giả đã được trình bày ở trên, phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp là điều tra bằng bảng hỏi. Vào đầu tháng 2/2024, tác giả đã gửi 160 phiếu khảo sát đến các khách hàng thường xuyên sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA trong tháng 1/2024. Sau 1 tháng, tác giả đã nhận về 150 phản hồi của khách hàng và được sử dụng để phân tích sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ.

2.3.1. Mô tả mẫu

Đặc điểm nhân khẩu học của đối tượng khảo sát bao gồm: Độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp. Cụ thể tại các hình 2.3, 2.4, 2.5.



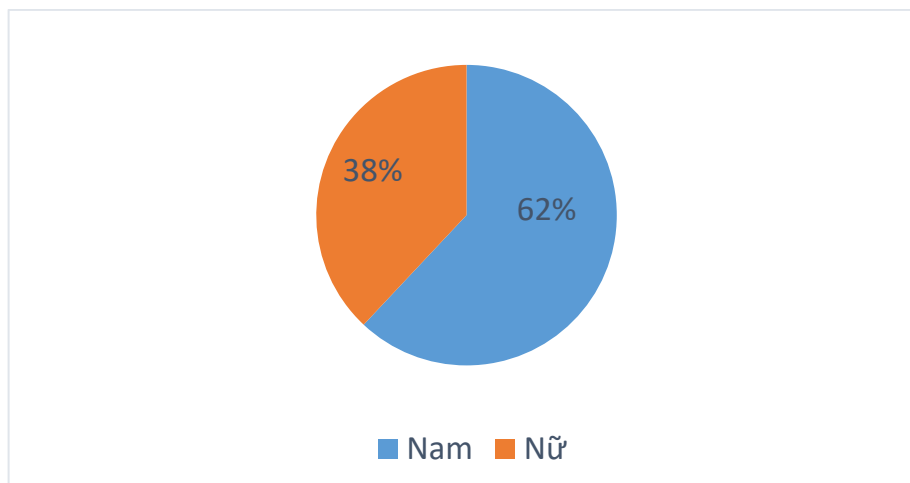
Hình 2.3: Đặc điểm về độ tuổi của mẫu điều tra

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

Đối tượng khách hàng của dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng rất đa dạng về độ tuổi. Với loại chữ ký số cá nhân, khách hàng chỉ cần đủ tuổi 15 tuổi trở lên, không bị mất năng lực hành vi dân sự, đồng thời được Cơ quan Nhà nước cấp các loại giấy tờ chứng minh nhân thân như: Chứng minh nhân dân, căn cước công dân, thẻ căn cước, hộ chiếu là đã đủ điều kiện để sử dụng.

Còn với hình thức chữ ký số tổ chức và cá nhân thuộc tổ chức yêu cầu sẽ khắt khe hơn và được quy định rất rõ tại Điều 1 nghị định 48/2024/NĐ-CP.

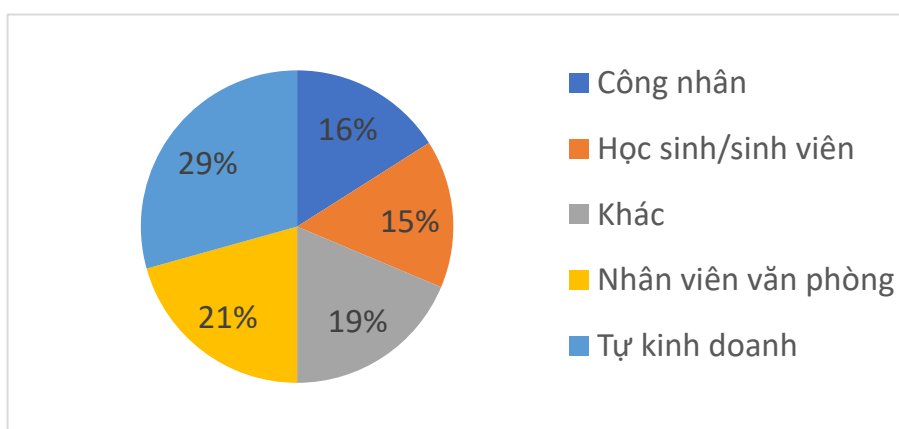
Trong 150 khách hàng tham gia khảo sát chỉ có 22 người trong độ tuổi từ 15-22 chiếm 15%, còn lại là khách hàng từ 23 tuổi trở lên, là những người đang đi làm, cần sử dụng nhiều đến chữ ký số.



Hình 2.4: Đặc điểm giới tính của mẫu điều tra

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

Số lượng khách hàng nữ tham gia khảo sát là 57 người, chiếm 38%. Còn lại là khách hàng nam với 93 người, chiếm 62%.



Hình 2.5: Đặc điểm nghề nghiệp của mẫu điều tra

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

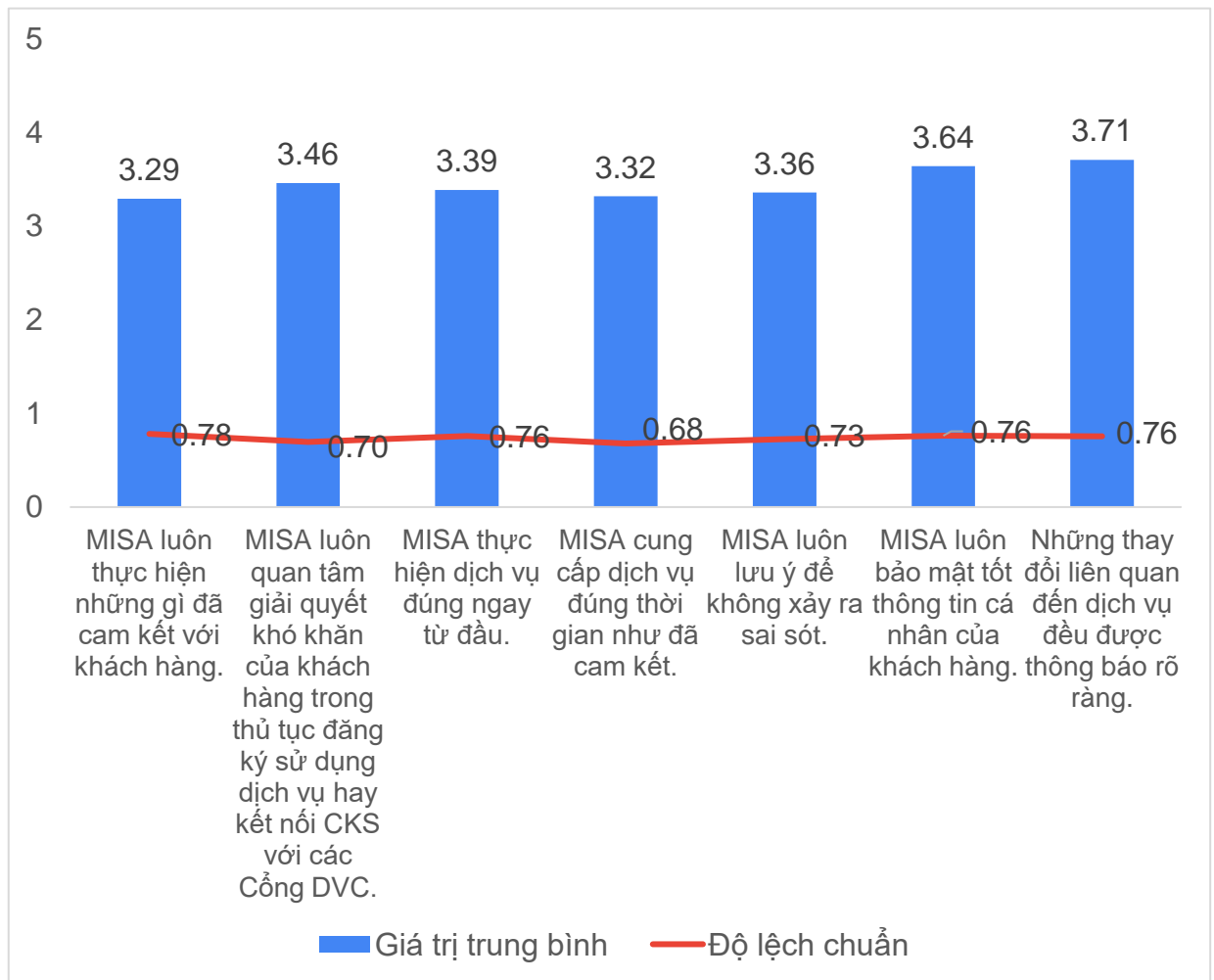
Phần đa khách hàng mua và sử dụng dịch vụ là nhóm khách hàng tự kinh doanh với 44 người, chiếm 29%, tiếp theo sau là nhân viên văn phòng với 31 người chiếm 21%, ngành nghề khác là 28 người chiếm 19%, còn lại là công nhân và học sinh/sinh viên lần lượt là 24 và 23 người chiếm 16 và 15%.

2.3.2. Sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ

2.3.2.1. Độ tin cậy trong quá trình cung cấp dịch vụ

Nhìn chung, mức độ hài lòng của khách hàng dao động từ 3,29 đến 3,71. Tiêu chí “những thay đổi liên quan đến dịch vụ đều được thông báo rõ ràng” có giá trị hài

lòng trung bình cao nhất với mức điểm 3,71. Điều này cho thấy, khách hàng cảm thấy hài lòng với tiêu chí này.



Hình 2.6: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với độ tin cậy

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

Hiện tại, MISA thông báo thông tin cho khách hàng qua 5 kênh: Website, trang facebook chính thức của công ty, email, tin nhắn SMS, Zalo. Với việc áp dụng nhiều kênh cùng một lúc, MISA có thể dễ dàng truyền tải thông tin đến nhiều khách hàng. Bên cạnh đó, nội dung thông báo rất đầy đủ, chi tiết bao gồm: Vấn đề thay đổi, ảnh hưởng của sự thay đổi, cách thức thực hiện và thời gian bắt đầu thay đổi. MISA thường thông báo về sự thay đổi trước 2 tuần so với thời điểm bắt đầu chính thức hoặc có thể xa hơn tùy thuộc vào tính chất của sự việc. Thông báo qua email, tin nhắn SMS, zalo sẽ được lặp lại thường xuyên với tần suất 2 ngày/lần và 2 lần/tuần, được gửi vào thời gian từ thứ 3 đến thứ 6 trong khoảng từ 9 giờ đến 11 giờ. Đây được coi là khung giờ vàng để khách hàng tiếp nhận thông tin. Việc thông báo sẽ dừng lại khi

MISA nhận được phản hồi của khách hàng về việc đã nắm được thông tin. Diễn hình như chiến dịch thực hiện cấp bù chứng thư số đối với khách hàng sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng theo hình thức USB Token và có thời hạn chứng thư số hiển thị trên Token là ngày 20/11/2024. Việc cấp bù được thông báo cho khách hàng từ 15/07/2024 và chính thức thực hiện từ ngày 01/08/2024. Việc thông báo trước 2 tuần và lặp lại thường xuyên vào lúc 10 giờ các ngày thứ 3, thứ 5 hàng tuần qua các kênh email, tin nhắn SMS, zalo giúp khách hàng nhanh chóng tiếp cận và ghi nhớ thông tin. Bên cạnh đó, nội dung trong thông báo đã thể hiện rõ được: Các bước thực hiện cấp bù, nhấn mạnh việc cấp bù sẽ làm thay đổi số hiệu chứng thư số và khách hàng cần phải khai báo lại thông tin trên các Cổng dịch vụ công. Cách khai báo lại, MISA cũng đã có hướng dẫn chi tiết. Thông báo này sẽ dừng gửi đến khách hàng khi MISA nhận được phản hồi của họ về việc đã thực hiện cấp bù hoặc không nằm trong diện cấp bù. Tính đến nay, số lượng chứng thư số được cấp bù đã đạt hơn 40%, vượt chỉ tiêu đề ra.

Tiêu chí "MISA luôn bảo mật tốt thông tin cá nhân của khách hàng" đạt điểm trung bình cao thứ hai là 3,64 với độ lệch chuẩn 0,76. Điều này cho thấy phần đa khách hàng đánh giá cao khả năng bảo mật thông tin của MISA, một yếu tố quan trọng trong việc xây dựng niềm tin và lòng trung thành của khách hàng. MISA có hệ thống kiểm soát truy cập nghiêm ngặt, chỉ những nhân viên có thẩm quyền mới được phép truy cập vào hệ thống chứa thông tin khách hàng. Hệ thống này bao gồm việc sử dụng các công cụ xác thực hai yếu tố (2FA), quản lý quyền hạn theo vai trò (RBAC), và ghi lại lịch sử truy cập để theo dõi các hoạt động. Bên cạnh đó, MISA luôn tuân thủ các tiêu chuẩn bảo mật thông tin quốc tế như ISO/IEC 27001, đảm bảo các quy trình bảo mật của công ty đáp ứng các yêu cầu khắt khe về quản lý an toàn thông tin. Đồng thời, MISA có các chính sách bảo mật minh bạch tuân thủ theo nghị định 13/2023/NĐ-CP, cung cấp cho khách hàng thông tin về cách công ty thu thập, sử dụng và bảo vệ dữ liệu cá nhân của họ. Khách hàng có thể dễ dàng tìm hiểu và biết rõ quyền lợi của mình liên quan đến dữ liệu cá nhân.

Bên cạnh đó, tiêu chí đạt mức điểm trung bình thấp nhất là “MISA luôn thực hiện những gì đã cam kết với khách hàng” với mức điểm 3,29 (xem hình 2.6). Điều này thể hiện rằng khách hàng chưa hài lòng với việc tuân thủ theo cam kết của MISA. Những ý kiến của khách hàng gửi về cho Công ty qua email và mục để lại lời nhắn trên website được thể hiện ở bảng 2.3 dưới đây:

Bảng 2.3: Ý kiến của khách hàng về việc tuân thủ theo cam kết của MISA trong cung ứng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng

STT	Nội dung phản ánh
1	Thời gian cấp duyệt đề nghị sử dụng dịch vụ đối với hai loại chữ ký số tổ chức và cá nhân thuộc tổ chức lâu hơn cam kết ban đầu của MISA là tối đa 30 phút trong giờ hành chính.
2	Thời gian khách hàng nhận được phản hồi qua kênh chat trong mùa quyết toán thuế thường quá 15 phút.
3	Khách hàng thường phải gọi rất nhiều lần mới có tổng đài viên hỗ trợ vào các ngày lễ, tết mặc dù công ty cam kết là phục vụ 24/7.
4	Yêu cầu về hồ sơ đăng ký sử dụng dịch vụ phức tạp hơn, đặc biệt là về nội dung của các loại giấy ủy quyền.

Nguồn: Ban Quản lý kinh doanh

Các tiêu chí còn lại có điểm trung bình và độ lệch chuẩn khá đồng đều, cho thấy quan điểm của khách hàng tương đối đồng nhất. Phần lớn các đánh giá ở mức bình thường.

2.3.2.2. Sự đảm bảo trong cung cấp dịch vụ

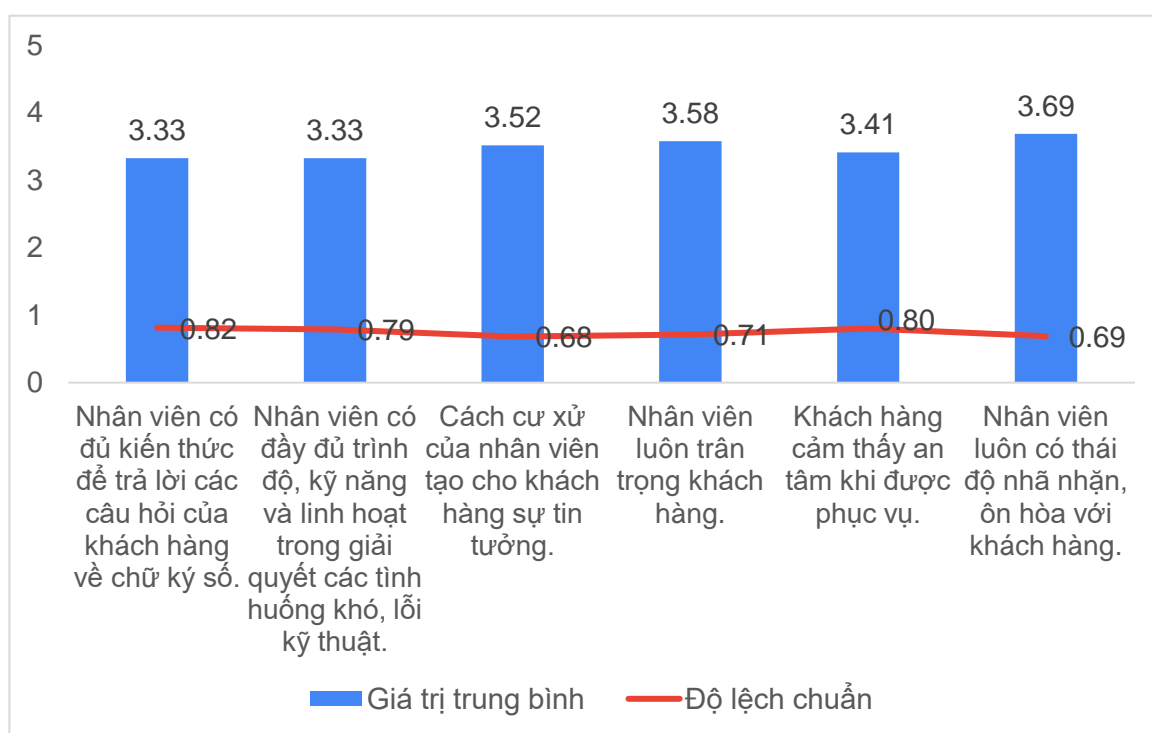
Đối với tiêu chí "Nhân viên có đủ kiến thức để trả lời các câu hỏi của khách hàng về chữ ký số", mức độ hài lòng trung bình là 3,33 - mức điểm trung bình thấp nhất với độ lệch chuẩn là 0,82. Thông qua những con số này và góp ý của khách hàng qua email và website công ty: “Các bạn tư vấn, bán hàng cần phải hiểu thật rõ về sản phẩm để tư vấn cho khách hàng rõ ràng, tránh phát sinh nhiều vấn đề phiền hà cho khách hàng trong quá trình sử dụng” (theo Ban Quản lý kinh doanh), tác giả thấy rằng hầu hết nhân viên tại công ty không nắm vững kiến thức về chữ ký số, dịch vụ chứng thực CKS, chỉ có một số ít có thể giải đáp được đầy đủ, chính xác thắc mắc của khách hàng. Gốc rễ của vấn đề này là do hoạt động đào tạo về nghiệp vụ, kiến thức chuyên môn tại doanh nghiệp chưa hiệu quả.

Tương tự, tiêu chí "Nhân viên có đầy đủ trình độ, kỹ năng và linh hoạt trong giải quyết các tình huống khó, lỗi kỹ thuật" cũng có mức độ hài lòng trung bình là 3,33 và độ lệch chuẩn 0,79. Điều này thể hiện rằng khách hàng đánh giá thấp với khả năng giải quyết tình huống khó của nhân viên MISA. Qua đây, một lần nữa có thể

khẳng định hoạt động đào tạo, đặc biệt là về nghiệp vụ cho nhân viên đang chưa tốt.

Tiêu chí "Cách cư xử của nhân viên tạo cho khách hàng sự tin tưởng" có mức độ hài lòng trung bình đạt 3,52 với độ lệch chuẩn thấp nhất đạt 0,68. Điều này thể hiện rằng, số đông khách hàng cảm thấy khá tin tưởng sau quá trình trao đổi, tiếp xúc với nhân viên. Tuy nhiên, mức điểm này vẫn chưa phải là cao, còn nhiều trường hợp khách hàng chưa có được sự tin tưởng. Nguyên nhân chính là do năng lực chuyên môn của nhân viên chưa đảm bảo, dẫn đến việc thiếu tự tin, mạch lạc trong quá trình tương tác với khách hàng, từ đó không tạo được lòng tin với khách hàng.

Tiêu chí "Nhân viên luôn trân trọng khách hàng" nhận được mức độ hài lòng trung bình là 3,58 và độ lệch chuẩn 0,71 (xem hình 2.7), khẳng định sự trân trọng của nhân viên MISA dành cho khách hàng đã được ghi nhận, mặc dù có một số ít trường hợp khách hàng vẫn chưa cảm nhận được. Nguyên nhân chủ yếu là do nhân viên chưa được đào tạo tốt dẫn đến thiếu kỹ năng biểu đạt hoặc một phần nhỏ đến từ quan điểm khác biệt của khách hàng.



Hình 2.7: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với sự đảm bảo

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

“Khách hàng cảm thấy an tâm khi được phục vụ”, với mức độ hài lòng trung bình là 3,41 và độ lệch chuẩn 0,80, cho thấy khách hàng chưa cảm thấy an tâm. Nguyên nhân chủ yếu là do kiến thức, kỹ năng nghiệp vụ của hầu hết các nhân viên

chưa đầy đủ. Điều này đã được phản ánh ở những tiêu chí trên.

Tiêu chí "Nhân viên luôn có thái độ nhã nhặn, ôn hòa với khách hàng" đạt mức độ hài lòng trung bình cao nhất là 3,69 và độ lệch chuẩn thấp 0,69, cho thấy thái độ nhã nhặn và ôn hòa của nhân viên được khách hàng đánh giá cao và tương đối nhất quán. Hiện nay, mỗi nhân viên khi vào làm việc tại Công ty Cổ phần MISA đều được đào tạo hội nhập, trong đó có 10 quy tắc ứng xử bên ngoài, bao gồm: Tận tình, tin tưởng, hợp tác, minh bạch, công bằng, trách nhiệm, tôn trọng, chủ động, lịch sự, cầu thị. Đồng thời, công ty cũng có quy chế xử phạt rõ ràng. Nếu nhân viên bị khách hàng khiếu nại về thái độ ứng xử sẽ bị đánh giá NC và không được xét tăng lương trong năm đó, đồng thời cấp quản lý trực tiếp cũng bị trừ 3.000.000 đồng vào tiền thưởng hoàn thành chỉ tiêu công việc của tháng.

Bảng 2.4: Các lớp đào tạo nội bộ cho đội ngũ nhân viên cung cấp dịch vụ chứng thực CKS công cộng của CTCP MISA

Năm	SL	Tên lớp học	Nội dung đào tạo	Đối tượng được đào tạo
2020	2	Tuân thủ Quy định Pháp lý và Tiêu chuẩn Quốc tế.	<ul style="list-style-type: none"> - Cung cấp kiến thức về các quy định pháp luật liên quan đến dịch vụ chứng thực chữ ký số, tiêu chuẩn quốc tế. - Thành phần và hình thức hồ sơ đăng ký sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số USB Token. 	Nhân viên kinh doanh; Nhân viên chăm sóc khách hàng.
		Hỗ trợ Kỹ thuật và Dịch vụ Khách hàng.	<ul style="list-style-type: none"> - Kỹ năng giải quyết các vấn đề kỹ thuật. - Hỗ trợ khách hàng sử dụng dịch vụ. 	Nhân viên kinh doanh; Nhân viên chăm sóc khách hàng; Nhân viên đào tạo, chuyên gia
2021	1	Hiểu về chữ ký số từ xa.	<ul style="list-style-type: none"> - Khái niệm cơ bản về chữ ký số từ xa. - Yêu cầu về thành phần và 	Nhân viên kinh doanh; Nhân viên chăm sóc khách hàng; Nhân viên

Năm	SL	Tên lớp học	Nội dung đào tạo	Đối tượng được đào tạo
			hình thức hồ sơ đăng ký sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số từ xa. - Cách thức sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số từ xa.	đào tạo, chuyên giao.
2022	1	Xử lý các tình huống đặc biệt.	- Tổng hợp các tình huống đặc biệt về hồ sơ đăng ký sử dụng dịch vụ, về kỹ thuật, về giao tiếp với khách hàng. - Cách xử lý với từng tình huống đó.	Nhân viên kinh doanh; Nhân viên chăm sóc khách hàng.
2023 - Nay	0	Không có.	Không có.	Không có.

Nguồn: Ban Đào tạo

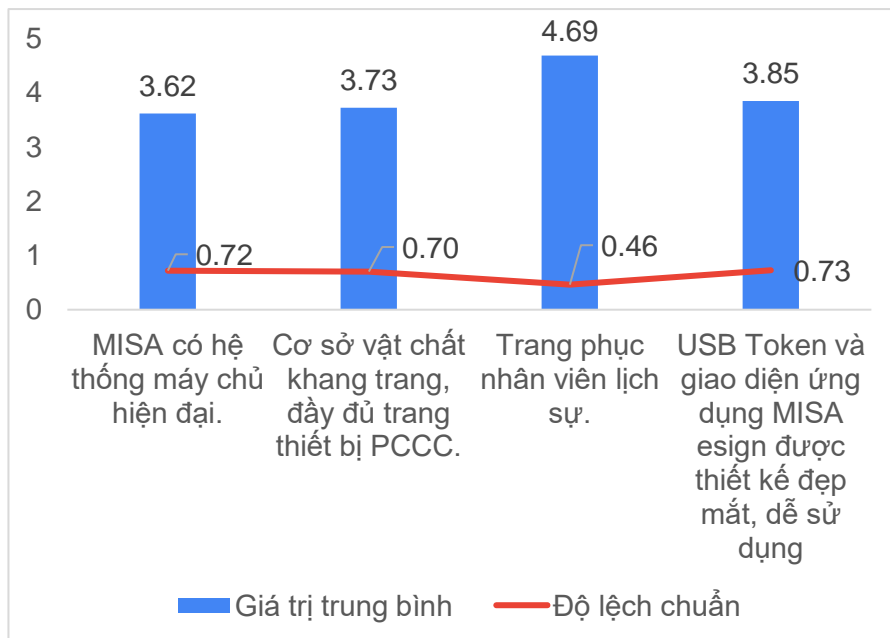
Dựa vào kết quả khảo sát và bảng số liệu 2.4 có thể thấy rằng công tác đào tạo tại MISA chưa được thực hiện tốt. Hiện tại, nhân viên làm việc tại Công ty Cổ phần MISA 100% có trình độ từ Cao Đẳng trở lên, tốt nghiệp đúng chuyên ngành theo vị trí công việc yêu cầu, qua đó đảm bảo đủ khả năng tiếp thu kiến thức. Tuy nhiên, tần suất tổ chức các lớp đào tạo rất thưa thớt. Bên cạnh đó, các văn bản trên cây tài liệu nội bộ của công ty tính đến năm 2024 vẫn chưa có sự thay đổi, lần cập nhật gần nhất là tháng 5/2023, trong khi đó một số văn bản quy phạm pháp luật đã có sự hiệu chỉnh. Điển hình là sự ra đời của nghị định 48/2024/NĐ-CP vào ngày 9/5/2024 sửa đổi, bổ sung cho nghị định 130/2018/NĐ-CP, hay Luật giao dịch điện tử 2023 được ban hành vào ngày 22/6/2023 và có hiệu lực từ ngày 1/7/2024.

2.3.2.3. Phương tiện hữu hình trong cung cấp dịch vụ

Số liệu về mức độ hài lòng của khách hàng đối với phương tiện hữu hình của MISA trong cung cấp dịch vụ được thể hiện ở hình vẽ bên dưới, cho thấy những kết quả rất tích cực. Về tiêu chí “MISA có hệ thống máy chủ hiện đại”, mức độ hài lòng trung bình là 3,62 với độ lệch chuẩn 0,72, phản ánh khách hàng hài lòng với tiêu chí này. Trong quá trình tư vấn, thuyết phục khách hàng sử dụng dịch vụ, nhân viên kinh doanh đã giới thiệu, mô tả sơ qua về hệ thống máy chủ để khách hàng nắm được

thông tin. MISA đã sử dụng bộ xử lý cao cấp Intel Xeon Scalable với nhiều lõi và luồng để xử lý khối lượng công việc lớn và đảm bảo hiệu suất cao, tránh gây ra gián đoạn trong quá trình cung cấp dịch vụ. (xem hình 2.8)

Tiếp đến là tiêu chí “Cơ sở vật chất kháng trang và đầy đủ trang thiết bị PCCC” có mức độ hài lòng trung bình cao hơn đạt 3,73 và độ lệch chuẩn 0,70. Điều này cho thấy MISA đã đầu tư đúng mức, duy trì tốt cơ sở vật chất, đặc biệt là các trang thiết bị PCCC, đảm bảo sự an toàn, tạo ra sự an tâm cho phần lớn các khách hàng đang sử dụng dịch vụ. Các địa điểm làm việc của công ty luôn được thiết kế hiện đại, màu sắc trẻ trung, trang bị đầy đủ thiết bị làm việc cho nhân viên, bao gồm: máy tính có lắp camera, tai nghe, điện thoại. Không gian văn phòng rộng rãi, thoáng mát, với các khu vực làm việc mở để tạo điều kiện cho sự sáng tạo và giao tiếp giữa các nhân viên. Bên cạnh đó, MISA còn chú trọng đến việc tạo ra môi trường làm việc thoải mái cho nhân viên. Các khu vực nghỉ ngơi như phòng sinh hoạt chung, pantry, và khu vực giải trí với các trò chơi, hoạt động thư giãn như: Bi lắc, bóng bàn, yoga giúp nhân viên giảm căng thẳng sau những giờ làm việc. Đồng thời, MISA cũng luôn trang bị đầy đủ các bình CO2 tại nơi làm việc, hệ thống chuông cảnh báo được kiểm tra, bảo trì 6 tháng/lần, đảm bảo công tác PCCC được vận hành hiệu quả, tuân thủ quy định của pháp luật.



Hình 2.8: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với PTHH

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

“Trang phục của nhân viên lịch sự” là tiêu chí nhận được mức độ hài lòng

trung bình cao nhất đạt 4,69 với độ lệch chuẩn thấp nhất là 0,46, cho thấy khách hàng đánh giá rất cao sự chuyên nghiệp và lịch sự trong cách ăn mặc của nhân viên, phản ánh sự quản lý chặt chẽ và duy trì hình ảnh tốt của công ty. Mỗi nhân viên chính thức tại MISA đều được nhận đồng phục của công ty, bao gồm 1 áo phông vàng và 1 áo sơ mi có logo MISA. Theo nội quy của công ty, khi tiếp xúc trực tiếp với khách hàng, nhân viên bắt buộc phải mặc đồng phục, đi dép quai hậu hoặc giày bít mũi. Quy định nghiêm ngặt kết hợp với đồng phục được thiết kế đẹp mắt, tông màu chủ đạo lấy cảm hứng theo màu sắc logo của công ty đã giúp cho khách hàng dễ dàng nhận diện thương hiệu và nhân viên cũng nhanh chóng tạo được thiện cảm ban đầu với khách hàng.

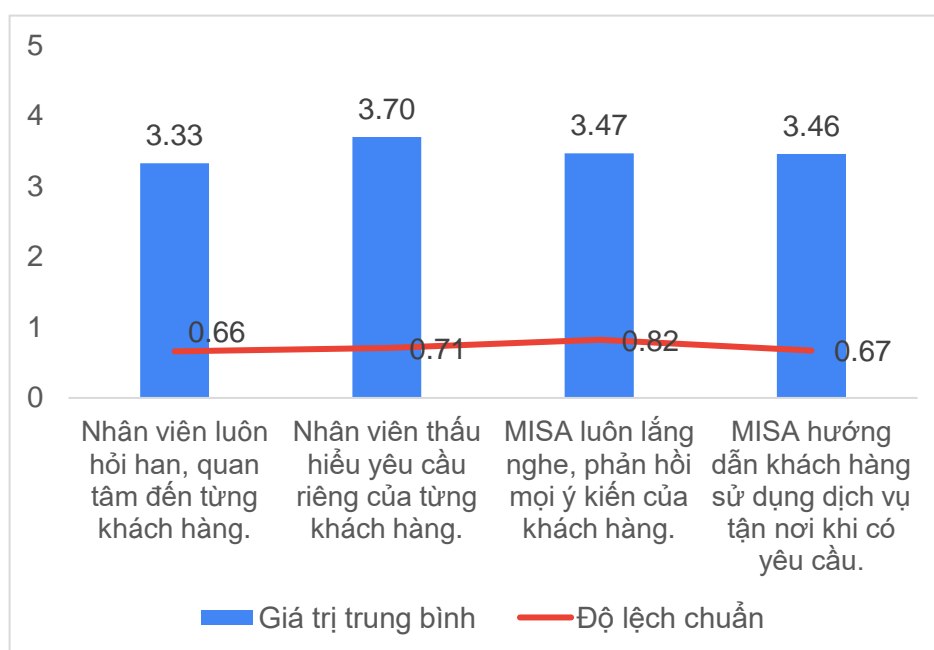
Cuối cùng, tiêu chí "USB Token và giao diện ứng dụng MISA eSign được thiết kế đẹp mắt, dễ sử dụng" được khách hàng đánh giá cao với mức độ hài lòng trung bình đạt 3,85 và độ lệch chuẩn 0,73. USB Token và giao diện ứng dụng được thiết kế với hai màu sắc trắng và tím có độ tương phản cao, bố cục cân xứng, rõ ràng. Riêng với ứng dụng MISA esign các tác vụ đều được hiển thị ở màn hình chính, do đó khách hàng có thể dễ dàng tương tác, sử dụng. Hình ảnh USB Token và giao diện ứng dụng MISA eSign chi tiết tại phụ lục 06.

2.3.2.4. Sự thấu cảm với khách hàng trong cung cấp dịch vụ

Tiêu chí "Nhân viên luôn hỏi han, quan tâm đến từng khách hàng" đạt điểm trung bình thấp nhất 3,33 với độ lệch chuẩn thấp nhất 0,66, cho thấy rằng phần đa khách hàng chưa cảm nhận được sự quan tâm từ phía nhân viên của MISA. Vấn đề này có thể do số lượng nhân viên không đủ khiến khối lượng công việc gia tăng, nhất là trong mùa cao điểm, từ đó nhân viên không đủ thời gian để hỏi han kỹ lưỡng từng khách hàng hoặc do nhân viên chưa được đào tạo tốt, thiếu kỹ năng đặt câu hỏi để thể hiện sự quan tâm đến với khách hàng. Hiện nay, vào những mùa cao điểm đặc biệt là tháng 3 hàng năm, nhân viên khối hỗ trợ phải tăng ca với thời gian làm việc là 10 giờ/ngày/người, nhiều hơn 2 giờ so với thông thường.

Tiêu chí "nhân viên thấu hiểu yêu cầu riêng của từng khách hàng" có điểm số hài lòng trung bình cao nhất đạt 3,70 và độ lệch chuẩn 0,71 cho thấy khách hàng đánh giá khá tốt tiêu chí này. Điển hình như việc khách hàng có thể tự thiết kế giao diện chữ ký số. Thông qua quá trình tiếp xúc, trao đổi, nhân viên thấu hiểu và đồng cảm với sở thích, cá tính riêng của từng khách hàng nên đã đề xuất với ban lãnh đạo phát triển thêm tính năng cho phép người dùng tự thiết kế giao diện chữ ký số. Hay từ việc nhân viên thấu hiểu yêu cầu riêng của khách hàng chỉ cần thực hiện xác nhận ký một lần duy nhất trong ngày cho nhiều tài liệu, MISA đã triển khai thêm tính năng ký

phiên phù hợp với mong muốn, yêu cầu đó của người dùng, giúp tiết kiệm thời gian, tối ưu quy trình thực hiện.



Hình 2.9: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với sự thấu cảm

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

Tiêu chí "MISA luôn lắng nghe, phản hồi mọi ý kiến của khách hàng" có mức độ hài lòng trung bình là 3,47 và độ lệch chuẩn cao 0,82. Điều này phản ánh rằng một số lượng không nhỏ khách hàng cảm thấy ý kiến của họ chưa được chú trọng. Nguyên nhân chủ yếu gây ra tình trạng này là do thiếu nhân lực để tiếp nhận và phản hồi khách hàng, đặc biệt là trong mùa cao điểm khi số lượng ý kiến, phản ánh của khách hàng tăng mạnh.

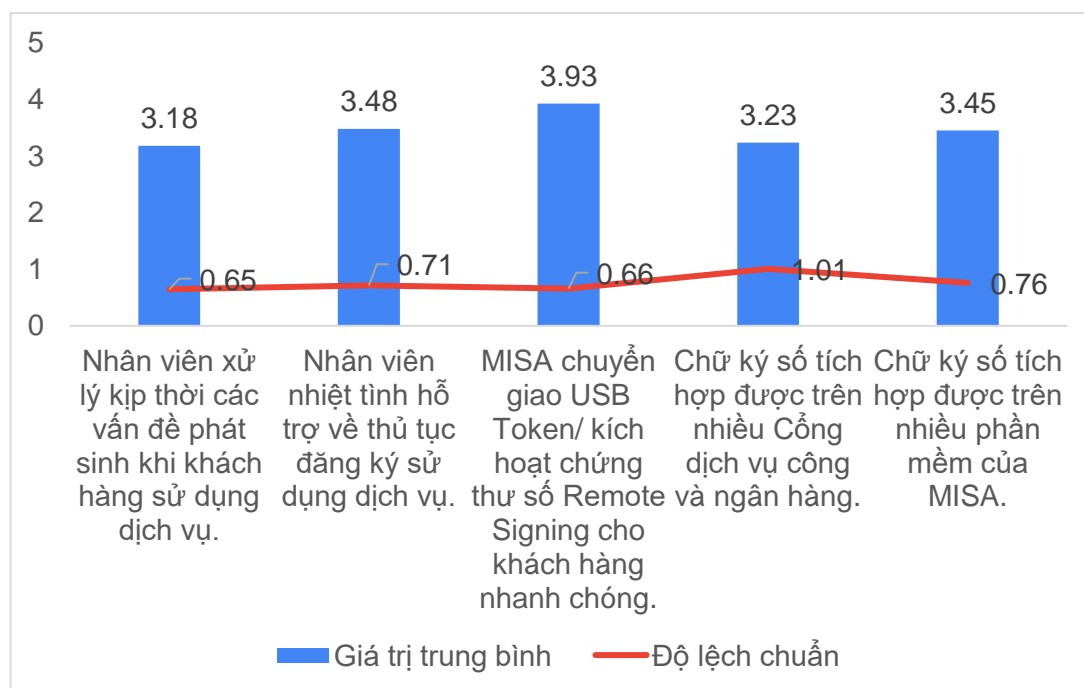
Cuối cùng, điểm trung bình 3,46 cho tiêu chí "MISA hướng dẫn khách hàng sử dụng dịch vụ tận nơi khi có yêu cầu" với độ lệch chuẩn 0,67 (xem hình 2.9) cho thấy MISA có nỗ lực hỗ trợ, nhưng vẫn còn không ít khách hàng chưa hài lòng. Điều này có thể do cung đường đến địa điểm khách hàng yêu cầu khó đi lại hoặc thiếu nhân viên hỗ trợ, dẫn đến mất nhiều thời gian để đáp ứng.

Có thể nói, ở thời điểm này, bên cạnh hoạt động đào tạo chưa được thực hiện tốt, MISA còn gặp vấn đề về việc thiếu hụt nhân sự. Hiện tại, số lượng nhân viên hỗ trợ, đào tạo chuyển giao cho khách hàng về dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng chưa đủ để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Cụ thể, bộ phận HTKT có 14 người, số nhân viên CSKH thuộc TTTV& HTKH là 53 người, nhân viên đào tạo, chuyển giao là 8 người. Cần phải nhấn mạnh rằng, những nhân viên thuộc TTTV& HTKH và đào

tạo, chuyển giao không chỉ phục vụ riêng khách hàng sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng mà còn phải hỗ trợ khách hàng sử dụng 2 loại sản phẩm, dịch vụ khác. Với lực lượng khá mỏng như vậy, việc phản hồi, hỗ trợ khách hàng từ xa và tại chỗ kịp thời không được đảm bảo, nhất là trong thời gian cao điểm khi nhu cầu cần hỗ trợ của khách hàng tăng lên rất cao. Các kênh hotline, chatbot của MISA lúc đó bị quá tải, dẫn đến tình trạng phản hồi khách hàng bị chậm trễ, nhân viên không có thời gian để hỏi han khách hàng kỹ lưỡng, cũng như di chuyển để hỗ trợ tại chỗ.

2.3.2.5. Khả năng đáp ứng trong cung cấp dịch vụ

Đầu tiên, tiêu chí "Nhân viên xử lý kịp thời các vấn đề phát sinh khi khách hàng sử dụng dịch vụ" có mức điểm trung bình 3,18 và độ lệch chuẩn 0,65. Đây là mức điểm thấp và quan điểm của các khách hàng khá đồng nhất, cho thấy khách hàng không hài lòng với tiêu chí này. Lý do gây ra tình trạng trên có thể do vấn đề phát sinh phức tạp, mất nhiều thời gian để xử lý, năng lực của nhân viên hỗ trợ kỹ thuật, nhân viên chăm sóc khách hàng chưa tốt hoặc do thiếu nhân lực. Đã từng có trường hợp lỗi kỹ thuật phát sinh phức tạp khi khách hàng sử dụng chữ ký số USB Token để ký trên Công Đấu thầu Quốc gia, MISA đã phải nhờ tới sự hỗ trợ từ Trung tâm Chứng thực Điện tử Quốc gia. Cuối cùng, sau hơn 4 giờ làm việc, công ty mới có thể khắc phục được vấn đề cho khách hàng.



Hình 2.10: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với khả năng đáp ứng

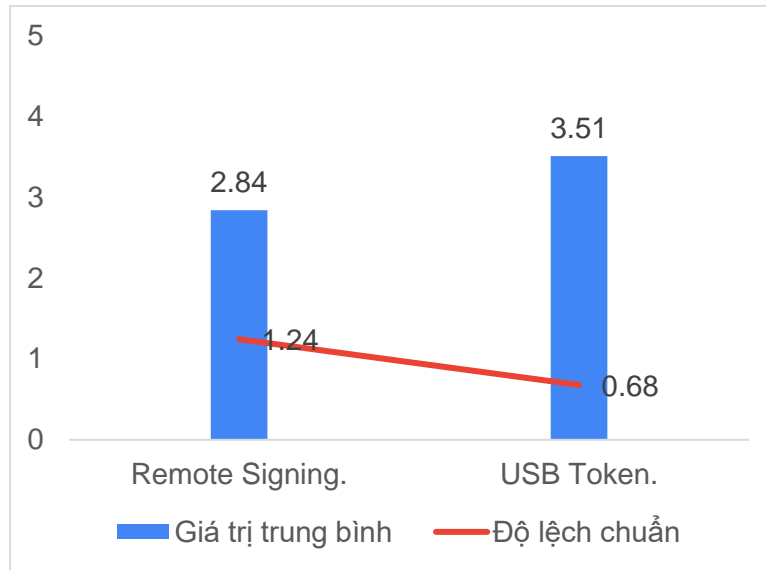
Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

Tiêu chí "Nhân viên nhiệt tình, hỗ trợ về thủ tục hồ sơ đăng ký sử dụng dịch vụ" có mức điểm trung bình 3,48 và độ lệch chuẩn 0,71. Mức điểm này chỉ ra rằng khách hàng chưa thực sự hài lòng với sự nhiệt tình và hỗ trợ từ phía nhân viên. Điều này có thể do công tác đào tạo chưa tốt, khiến nhân viên không nắm được đầy đủ, chính xác các yêu cầu về hồ sơ đăng ký sử dụng dịch vụ hoặc nhân viên bị quá tải trong việc hỗ trợ khách hàng, dẫn đến trải nghiệm không tốt cho khách hàng.

Với tiêu chí "MISA chuyển giao USB Token/kích hoạt chứng thư số Remote Signing cho khách hàng nhanh chóng," mức điểm trung bình đạt 3,93 và độ lệch chuẩn 0,66, cho thấy khách hàng rất hài lòng với tốc độ và hiệu quả của quá trình này. Đây là một điểm mạnh của MISA cần được tiếp tục duy trì và phát huy trong thời gian tới để tạo ra lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Theo quy định của MISA, thời gian chuyển giao USB Token là tối đa 7 ngày làm việc kể từ lúc đơn hàng được thanh toán thành công và hệ thống sẽ tự động kích hoạt chứng thư số Remote Signing ngay sau khi hồ sơ đăng ký sử dụng dịch vụ được ban quản lý chứng thư số phê duyệt.

Tiêu chí "Chữ ký số tích hợp được trên nhiều phần mềm của MISA" có giá trị hài lòng trung bình 3,45 và độ lệch chuẩn 0,76. Con số này cho thấy khách hàng chưa hài lòng với khả năng tích hợp của chữ ký số trên các phần mềm của MISA. Hiện nay, chữ ký số từ xa tích hợp được với 16 phần mềm của MISA, còn chữ ký số USB Token là 9 (danh sách chi tiết tại phụ lục 09), trong khi đó số lượng phần mềm MISA cung ứng trên thị trường lên đến 40. Đây là con số khiêm tốn so với nguồn tài nguyên của MISA.

Cuối cùng, tiêu chí "Chữ ký số tích hợp được trên nhiều Cổng dịch vụ công và ngân hàng có mức điểm trung bình 3,23 và độ lệch chuẩn 1,01 (xem hình 2.10). Mức điểm này cho thấy sự hài lòng của khách hàng là thấp và phân tán mạnh. Độ lệch chuẩn cao nhất trong các tiêu chí cho thấy rằng trải nghiệm của khách hàng có sự khác biệt lớn. Nguyên nhân là do chữ ký số từ xa Remote Signing của MISA sử dụng công nghệ cloud-based chưa tương thích được với công nghệ của các Cổng dịch vụ công hiện nay như: Kho bạc Nhà nước, hải quan và mới chỉ đáp ứng được với một số ngân hàng như: ACB, Techcombank, Vpbank, Standard Chartered. Do đó, với những khách hàng mua và sử dụng chữ ký số từ xa, cũng như dịch vụ chứng thực chữ ký số nhằm mục đích ký trên những Cổng DVC và hệ thống ngân hàng chưa đáp ứng được sẽ có trải nghiệm không tốt, khiến họ cảm thấy không hài lòng.



Hình 2.11: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với khả năng tích hợp trên nhiều Cổng DVC và ngân hàng của từng hình thức chữ ký số

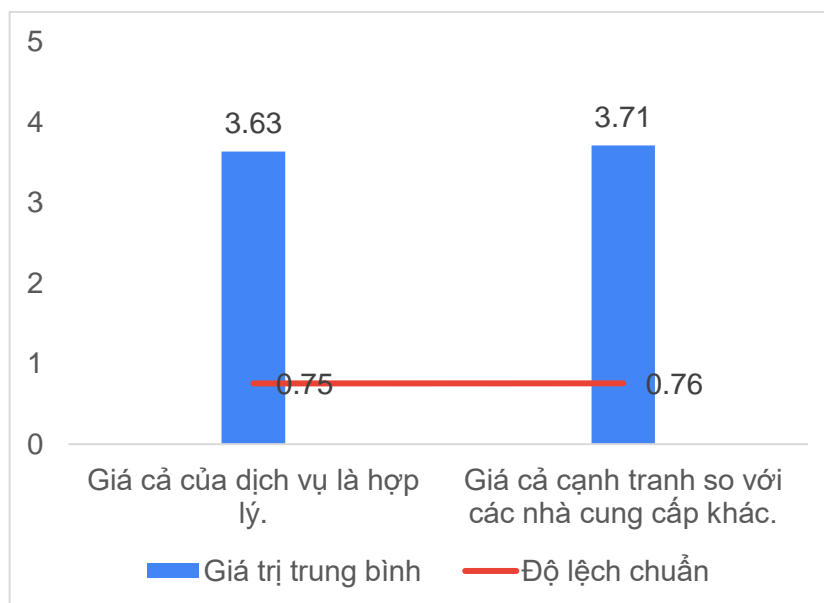
Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

Hình 2.11 ở dưới đã thể hiện rất rõ điều này. Khách hàng đang cảm thấy hài lòng về chữ ký số USB Token hơn Remote Signing đối với khả năng tích hợp trên Cổng DVC và ngân hàng dù cho chữ ký số từ xa có thuận tiện hơn trong quá trình sử dụng. Với mức điểm $2,84 < 3$ là tình trạng đáng báo động và MISA cần phải sớm có lộ trình khắc phục vấn đề này. Theo số liệu từ NEAC, tính đến thời điểm hiện tại đã có 12 trên tổng số 25 đơn vị được phép cung cấp dịch vụ chứng thực chữ ký số từ xa như: VNPT, FPT, ... Do đó, nếu không khẩn trương khắc phục nhược điểm, MISA sẽ đánh mất thị phần của mình vào tay các đối thủ cạnh tranh.

2.3.2.6. Giá cả của dịch vụ

Dựa trên số liệu khảo sát, có thể thấy rằng giá cả của dịch vụ nhận được đánh giá tích cực từ phía khách hàng.

Cụ thể, tiêu chí "giá cả hợp lý" đạt điểm trung bình 3,63 cho thấy phần đa khách hàng cảm thấy giá cả của MISA tương xứng với giá trị dịch vụ mà khách hàng nhận được. Tiếp đến, tiêu chí "giá cả cạnh tranh" có điểm trung bình 3,71, cho thấy khách hàng đánh giá giá cả của MISA có tính cạnh tranh so với các đối thủ có cùng quy mô.



Hình 2.12: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với giá cả

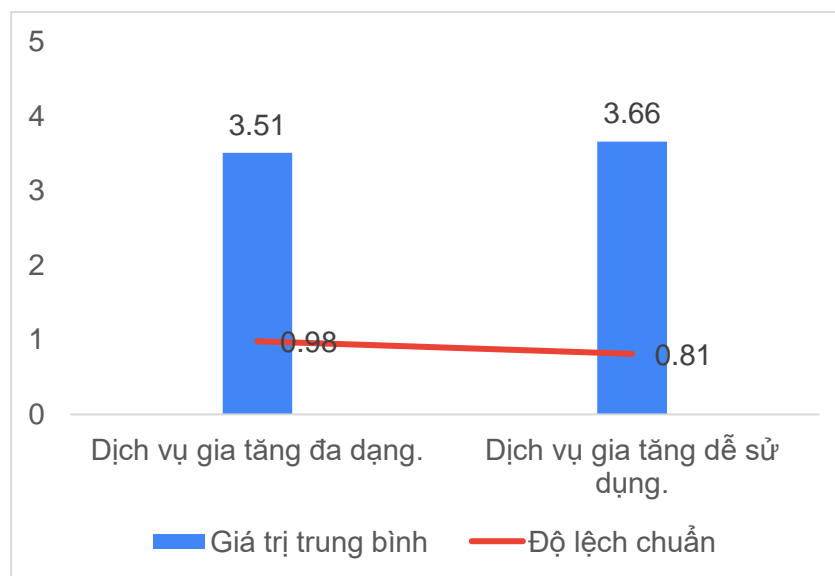
Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

Độ lệch chuẩn của hai tiêu chí lần lượt là 0,75 và 0,76 cho thấy vẫn có sự phân tán trong ý kiến. Số ít khách hàng cảm thấy rằng mức giá như vậy chưa thực sự hợp lý và cạnh tranh. Nguyên nhân có thể là do sự khác biệt của khách hàng trong trải nghiệm cá nhân hoặc kỳ vọng về giá trị dịch vụ.

Cũng theo nghiên cứu của Trung tâm Chứng thực Điện tử Quốc gia (2024), nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát giá bán từng gói dịch vụ phân theo đối tượng khách hàng (cá nhân, doanh nghiệp, cá nhân trong tổ chức) của các CA trong năm 2023. Sau đó, những giá này được so sánh với khung giá chung trên thị trường. Qua đó, nhóm nghiên cứu có thể xác định CA có định mức giá thấp hơn để tăng tính cạnh tranh của đơn vị mình hay không. Những CA có mức giá càng thấp so với khung giá chung nhận được càng nhiều điểm. Điểm số của MISA đạt được thể hiện mức giá của dịch vụ **ngang bằng** so với khung giá chung và **ngang bằng** so với các đối thủ cạnh tranh trực tiếp: FPT, BKAV và CA2. Chi tiết mức điểm khảo sát và bảng giá dịch vụ của Công ty Cổ phần MISA tại phụ lục 07 và 08.

2.3.2.7. Dịch vụ gia tăng cung cấp cho khách hàng

Mức độ hài lòng trung bình của tiêu chí “Dịch vụ gia tăng đa dạng” là 3,51 - một con số ở mức khá. Điều này cho thấy hầu hết người dùng đánh giá tương đối tích cực tính phong phú và đa dạng của dịch vụ gia tăng.



Hình 2.13: Mức độ hài lòng của khách hàng đối dịch vụ gia tăng

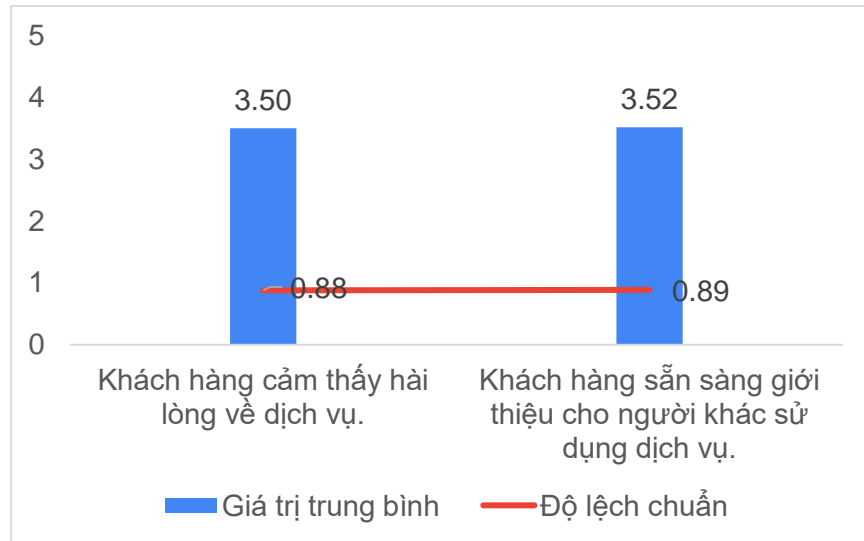
Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

Hiện tại, với khách hàng mua sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng sẽ được sử dụng miễn phí các dịch vụ gia tăng trong vòng 6 tháng, bao gồm: Dịch vụ chứng thực hợp đồng điện tử, dịch vụ kê khai, nộp thuế điện tử và dịch vụ kê khai BHXH. Tuy nhiên, một số khách hàng vẫn cho rằng nên gia tăng thêm số lượng và thời hạn sử dụng miễn phí những dịch vụ gia tăng này.

Bên cạnh đó, mức độ hài lòng trung bình cao hơn và độ lệch chuẩn thấp hơn cho tiêu chí “Dịch vụ gia tăng dễ sử dụng” thể hiện rằng khách hàng cảm thấy các dịch vụ gia tăng dễ sử dụng. Tại MISA, ngay khi khách hàng kích hoạt sử dụng dịch vụ gia tăng, khách hàng sẽ nhận được email hướng dẫn chi tiết dưới dạng văn bản và video về cách thức sử dụng dịch vụ. Do đó, khách hàng có thể dễ dàng thao tác, thực hiện theo.

2.3.2.8. Sự hài lòng chung của khách hàng về dịch vụ

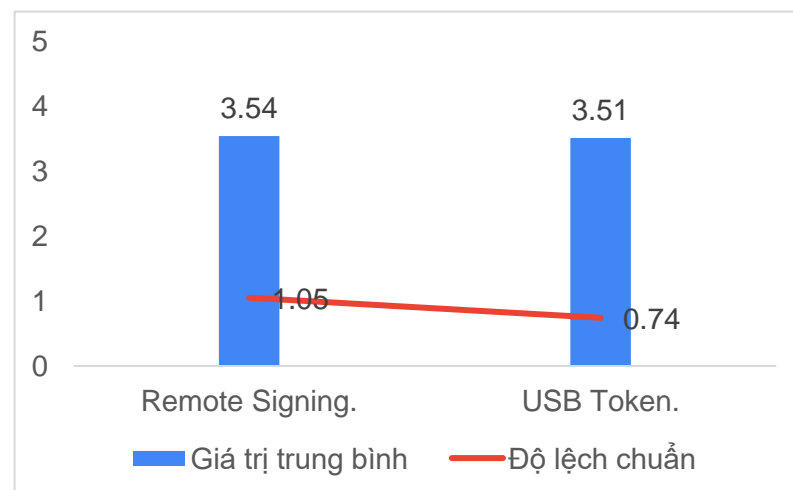
Số liệu về mức độ hài lòng chung của khách hàng cho thấy rằng người dùng có cảm nhận khá tích cực về dịch vụ, với mức điểm trung bình là 3,5 cho tiêu chí "Khách hàng cảm thấy hài lòng về dịch vụ" và 3,52 cho tiêu chí "Khách hàng sẵn sàng giới thiệu cho người khác sử dụng dịch vụ". Cả hai tiêu chí đều đạt điểm ở mức khá.. Độ lệch chuẩn của hai tiêu chí lần lượt là 0,88 và 0,89 cho thấy có sự đồng nhất về quan điểm giữa những người dùng, nhưng vẫn tồn tại một số khác biệt trong trải nghiệm cá nhân.



Hình 2.14: Mức độ hài lòng chung của khách hàng đối với dịch vụ

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

Bên cạnh đó, khi xét về sự hài lòng chung của khách hàng theo từng hình thức chữ ký số Remote Signing và USB Token như hình 2.15 có thể thấy rằng: Điểm trung bình về mức độ hài lòng chung của khách hàng đối với chữ ký số Remote Signing nhỉnh hơn chút so với USB Token nhưng lại có sự phân tán rất mạnh với độ lệch chuẩn là 1,05. Điều này phản ánh có sự không đồng đều trong đánh giá của khách hàng. Nguyên nhân cho tình trạng này là do phần đa khách hàng đánh giá mức điểm cao 4 -5 cho loại chữ ký số cá nhân, còn với hai loại chữ ký số còn lại mức điểm hài lòng lại thấp hơn.



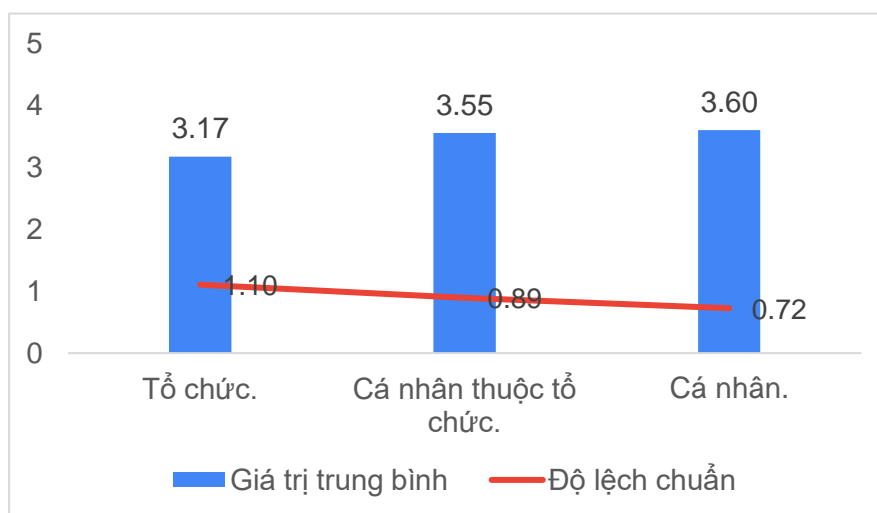
Hình 2.15: Mức độ hài lòng chung của khách hàng đối với dịch vụ theo từng hình thức chữ ký số

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

Hiện tại, MISA đang có chiến dịch cấp chữ ký số cá nhân miễn phí trong 1 năm giới hạn 20 lượt ký với yêu cầu về hồ sơ đơn giản, thao tác nhanh gọn. Đây là điểm thu hút, khiến khách hàng cảm thấy hài lòng với loại chữ ký số cá nhân hơn.

Tuy nhiên, nguyên nhân chính dẫn đến sự phân hóa mạnh là do khả năng tích hợp trên các Cổng DVC và ngân hàng của chữ ký số từ xa chưa tốt. Phần đa khách hàng mua chữ ký số tổ chức và một lượng nhỏ chữ ký số cá nhân thuộc tổ chức nhằm mục đích ký trực tiếp trên Cổng hải quan, Kho bạc Nhà nước (đặc biệt là với đơn vị HCSN) và ngân hàng nhưng chữ ký số Remote Signing lại chưa đáp ứng được điều này. Nếu muốn ký trên Kho bạc Nhà nước phải chuyển sang sử dụng CKS USB Token. Còn đối với cổng ngân hàng, ở thời điểm hiện tại MISA mới hợp tác và tích hợp được với một số ít ngân hàng. Chính những điều này đã khiến khách hàng cảm thấy không hài lòng

Hình 2.16 cho thấy rất rõ sự khác biệt về mức độ hài lòng theo từng loại chữ ký số. Cụ thể: Mức độ hài lòng của khách hàng đối với chữ ký số cá nhân cao nhất, sau đó đến chữ ký số cá nhân thuộc tổ chức và cuối cùng là chữ ký số tổ chức.



Hình 2.16: Mức độ hài lòng chung của khách hàng đối với dịch vụ theo từng loại chữ ký số

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

Đặc biệt với loại chữ ký số tổ chức có sự phân tán mạnh với độ lệch chuẩn 1,1 cho thấy quan điểm của khách hàng không đồng nhất. Phần lớn họ cảm thấy hài lòng với chữ ký số tổ chức USB Token hơn là chữ ký số tổ chức Remote Signing, do khả năng tích hợp của hình thức chữ ký số này còn nhiều điểm bất cập như tác giả đã trình bày ở trên.

Đối với chữ ký số cá nhân thuộc tổ chức và cá nhân có mức độ hài lòng trung bình tương đối cao với độ lệch chuẩn là 0,89 và 0,72, cho thấy có sự đồng đều nhất định trong cảm nhận của khách hàng.

Các đặc điểm nhân khẩu học: Giới tính, độ tuổi, nghề nghiệp không ảnh hưởng quá lớn đến sự hài lòng chung của khách hàng đối với dịch vụ khi giá trị hài lòng trung bình phân theo từng đặc điểm trên không chênh lệch nhau nhiều (xem tại phụ lục 04).

2.4. Đánh giá thực trạng sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA

2.4.1. Thành công

Qua quá trình khảo sát, có thể thấy rằng khách hàng cảm thấy hài lòng đối với: Việc thông báo rõ ràng về những thay đổi liên quan đến dịch vụ; Các phương tiện hữu hình trong quá trình cung cấp dịch vụ; Tính bảo mật thông tin; Khả năng chuyển giao USB Token/kích hoạt chứng thư số Remote Signing nhanh chóng; Sự thấu hiểu yêu cầu riêng của khách hàng; Thái độ nhã nhặn, ôn hòa của nhân viên khi giao tiếp với khách hàng; Dịch vụ gia tăng dễ sử dụng; Giá cả của dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng hợp lý, có tính cạnh tranh.

Thứ nhất, những thay đổi liên quan đến dịch vụ đều được MISA thông báo qua các kênh: Website, trang facebook chính thức của công ty, email, tin nhắn SMS, zalo. Nội dung thông báo đầy đủ các thông tin cần thiết. Thời gian bắt đầu thông báo thường trước 2 tuần so với thời điểm thay đổi chính thức hoặc có thể xa hơn tùy theo tính chất của sự việc. Việc thông báo được lặp lại thường xuyên 2 ngày/lần và 2 lần/tuần qua email, tin nhắn SMS, zalo và được gửi vào thời gian phù hợp từ thứ 3 đến thứ 6 trong khoảng từ 9 giờ đến 11 giờ giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận và nắm bắt thông tin.

Thứ hai, về các phương tiện hữu hình, trong thời gian qua, MISA luôn duy trì được một nền tảng tài chính vững vàng. Điều này đã giúp cho MISA có thể đẩy mạnh đầu tư vào thiết kế USB Token, giao diện ứng dụng MISA eSign đáp ứng thị hiếu của khách hàng; Cơ sở vật chất, hệ thống PCCC, máy chủ hiện đại giúp duy trì hoạt động cấp duyệt, sử dụng dịch vụ của khách hàng được ổn định.

Thứ ba, với vấn đề bảo mật thông tin khách hàng, đây là yếu tố được khách hàng hết sức quan tâm, không chỉ riêng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng mà với bất cứ dịch vụ nào cũng vậy. Trên thực tế, đã có rất nhiều vụ lừa đảo,

chiếm đoạt tài sản do bị rò rỉ thông tin cá nhân. Hiểu rõ được tầm quan trọng của vấn đề này, MISA luôn yêu cầu nhân viên trong quá trình cung cấp dịch vụ phải tuân thủ quy định của Công ty và pháp luật về việc bảo mật thông tin, cũng như áp dụng công nghệ tiên tiến, từ đó giúp khách hàng cảm thấy an tâm và thêm tin tưởng, hài lòng về dịch vụ.

Thứ tư, với các dịch vụ gia tăng, MISA luôn gửi email hướng dẫn sử dụng đầy đủ, chi tiết cho khách hàng ngay sau khi khách hàng kích hoạt dịch vụ. Nội dung email bao gồm cả hướng dẫn dưới dạng văn bản và video, giúp khách hàng dễ dàng thao tác, thực hiện theo.

Thứ năm, việc kích hoạt chứng thư số Remote Signing, chuyển giao USB Token đến tay khách hàng một cách nhanh chóng theo đúng quy định của công ty đã giúp MISA nâng cao hình ảnh, nhận được nhiều sự hài lòng từ phía khách hàng. MISA đã giúp họ giải quyết được các vấn đề như: Xuất hóa đơn, ký hợp đồng, khai báo thuế... trong một thời gian ngắn.

Thứ sáu, MISA luôn cố gắng lắng nghe, thấu hiểu yêu cầu riêng của khách hàng, từ đó tích cực nghiên cứu, cải thiện, bổ sung thêm nhiều tính năng mới trong quá trình cung cấp dịch vụ. Điển hình như việc khách hàng có thể tự thiết kế giao diện chữ ký số, thỏa mãn được nhu cầu, sở thích cá nhân, và đặc biệt là khả năng ký phiên cực kỳ ưu việt. Người dùng chỉ cần xác nhận một lần để ký cho nhiều tài liệu trong một ngày.

Thứ bảy, thái độ ôn hòa, nhã nhặn của nhân viên được khách hàng đánh giá cao bởi MISA đã xây dựng 10 quy tắc ứng xử bên ngoài và có quy chế xử phạt nghiêm ngặt nếu nhân viên bị khách hàng khiếu nại về thái độ phục vụ của mình.

Cuối cùng, chính sách giá của MISA được đánh giá là phù hợp với những gì khách hàng nhận được, cũng như có tính cạnh tranh so với các đối thủ có cùng quy mô như: FPT, BKAV và CA2. Đây là tín hiệu tốt giúp MISA có thể thu hút được khách hàng, không hề bị lép vế so với các doanh nghiệp được coi là ông lớn trong ngành công nghệ tại Việt Nam. Có đến hơn 22% khách hàng tham gia khảo sát của NEAC (2024) cho rằng họ sẽ quyết định mua và sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của đơn vị có mức giá hợp lý. Do vậy, việc xây dựng một chính sách giá phù hợp là rất quan trọng và cần được lưu tâm.

2.4.2. Hạn chế

Bên cạnh những điểm hài lòng, khách hàng vẫn có những điểm chưa hài lòng

về dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA. Cụ thể là:

- Khả năng thực hiện những gì đã cam kết với khách hàng. Điển hình là thời gian cấp duyệt đề nghị sử dụng dịch vụ, thời gian phản hồi khách hàng, yêu cầu về hồ sơ đăng ký sử dụng.
- Kiến thức của nhân viên về chữ ký số.
- Trình độ, kỹ năng và sự linh hoạt của nhân viên trong việc giải quyết các tình huống khó, lỗi kỹ thuật.
- Sự quan tâm, hỏi han đến từng khách hàng của nhân viên MISA.
- Sự lắng nghe, phản hồi mọi ý kiến của khách hàng và hướng dẫn họ sử dụng dịch vụ tận nơi khi có yêu cầu.
- Khả năng xử lý kịp thời các vấn đề phát sinh cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ.
- Khả năng tích hợp của chữ ký số trên Cổng DVC, hệ thống ngân hàng và các phần mềm nội bộ MISA.
- Tính đa dạng, phong phú của các dịch vụ gia tăng.

2.4.3. Nguyên nhân dẫn đến hạn chế

2.4.3.1. Nguyên nhân thuộc nội bộ công ty

a. Số lượng nhân lực còn hạn chế

Hiện tại, số lượng nhân viên cung ứng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng chưa đủ để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Cụ thể, bộ phận HTKT có 14 người, TTTV& HTKH là 53 người, số lượng nhân viên đào tạo chuyển giao là 8 người. Mỗi nhân viên thuộc TTTV& HTKH cũng như thực hiện đào tạo chuyển giao không chỉ phục vụ riêng khách hàng sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng mà còn phải hỗ trợ khách hàng sử dụng 2 loại sản phẩm, dịch vụ khác. Chính vì vậy, việc phản hồi, hỗ trợ khách hàng từ xa và tại chỗ kịp thời không được đảm bảo, nhất là trong thời gian cao điểm.

Bên cạnh đó, thời gian cấp duyệt hồ sơ đăng ký sử dụng dịch vụ lâu cũng một phần là do số lượng nhân lực trong ban quản lý chứng thư số - phụ trách công tác thẩm định hồ sơ đăng ký của khách hàng không đủ. Hiện tại chỉ với 2 nhân lực nhưng đang phải xử lý hồ sơ cho toàn quốc, trung bình 200 hồ sơ/ngày/người, khiến nhân viên trong bộ phận bị quá tải, không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, quy định của Công ty.

b. Chưa thực hiện tốt công tác đào tạo nhân viên

Với việc thường xuyên nâng cấp, thay đổi dịch vụ để đáp ứng nhu cầu của khách hàng cũng như yêu cầu của pháp luật, các tài liệu viết về: Quy trình; Cách thức phục vụ khách hàng; thông tin về yêu cầu hồ sơ đăng ký sử dụng dịch vụ; Khả năng tích hợp trên các Cổng DVC, ngân hàng, phần mềm trong hệ sinh thái MISA, cũng như các lỗi kỹ thuật có thể xảy ra trong quá trình khách hàng sử dụng phải được cập nhật đầy đủ, nhanh chóng. Các lớp hướng dẫn, đào tạo nhân viên kinh doanh, chăm sóc khách hàng, hỗ trợ kỹ thuật cũng cần được tổ chức một cách đều đặn. Tuy nhiên ở thời điểm hiện tại, khi truy cập vào cây tài liệu nội bộ của doanh nghiệp, một số tài liệu hướng dẫn vẫn chưa được sửa đổi, bổ sung mặc dù trên thực tế đã có nhiều thay đổi. Hay tần suất tổ chức các lớp hướng dẫn, đào tạo cho nhân viên cung ứng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng rất thưa thớt. Chính vì lẽ đó, một số nhân viên kinh doanh, chăm sóc khách hàng, hỗ trợ kỹ thuật không nắm vững kỹ năng, kiến thức thuộc phạm vi trách nhiệm của mình, gây khó khăn trong công tác tư vấn, hỗ trợ khách hàng, khiến họ cảm thấy khó chịu.

c. Công nghệ chưa tương thích

Hiện tại, mới chỉ có chữ ký số USB Token đáp ứng được với hệ thống của hải quan và Kho bạc Nhà nước, còn chữ ký số từ xa sử dụng công nghệ cloud-based vẫn chưa làm được điều đó. Ngay cả với hệ thống của ngân hàng, chữ ký số Remote Signing cũng chỉ mới tương thích được với một số lượng nhỏ. Đây là một trong những hạn chế rất lớn mà MISA cần phải khắc phục sớm, bởi nhu cầu sử dụng chữ ký số để ký trên hai Cổng dịch vụ công nêu trên và ký để giao dịch với ngân hàng của khách hàng khá lớn, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp và đơn vị HCSN. Bên cạnh đó, khả năng tích hợp của chữ ký số trên các phần mềm của MISA cũng chưa tốt, chưa tận dụng hết tài nguyên của doanh nghiệp.

d. Công tác truyền thông chưa được thực hiện tốt

Việc truyền thông bên trong và bên ngoài về chính sách kinh doanh của doanh nghiệp chưa thực sự hiệu quả. Nội dung truyền thông không đầy đủ, rõ ràng về các vấn đề liên quan đến dịch vụ gia tăng, dẫn đến chính bản thân nhân viên của MISA và khách hàng không nắm rõ thông tin, từ đó khách hàng có quan điểm, góc nhìn thiếu toàn diện, làm giảm sự hài lòng của họ khi sử dụng dịch vụ.

2.4.3.2. Nguyên nhân bên ngoài công ty

a. Quy định của pháp luật thay đổi liên tục

Việc thay đổi quy định pháp luật trong lĩnh vực chứng thực chữ ký số công

cộng dẫn đến nhiều vấn đề phức tạp cho doanh nghiệp và khách hàng. Mỗi khi có sự thay đổi pháp luật, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ phải cập nhật và điều chỉnh quy trình nghiệp vụ để tuân thủ, điều này làm cho quy trình trở nên phức tạp hơn, khiến khách hàng cảm thấy phiền hà.

Thời gian xử lý yêu cầu cũng dài hơn do các bộ phận phải làm quen, vận hành quy trình mới, gây ra sự chậm trễ trong việc cung cấp dịch vụ và làm giảm sự hài lòng của khách hàng.

Bên cạnh đó, với những khách hàng, đặc biệt là những người không am hiểu, không thường xuyên cập nhật thông tin về pháp luật, họ có thể gặp khó khăn trong việc tiếp cận và hiểu rõ các thay đổi, dẫn đến sự nhầm lẫn và lo lắng. Do đó, những khách hàng này thường cần nhiều sự hỗ trợ hơn từ doanh nghiệp để hiểu và tuân thủ các quy định mới, từ đó tạo áp lực lên bộ phận kinh doanh, chăm sóc khách hàng.

Cuối cùng, những thay đổi pháp luật có thể gây ra sự gián đoạn trong cung cấp dịch vụ, làm mất tính nhất quán trong trải nghiệm của khách hàng, khiến dịch vụ trở nên không ổn định.

Nhìn chung, việc thay đổi quy định pháp luật không chỉ tạo ra thách thức cho doanh nghiệp mà còn ảnh hưởng không nhỏ đến sự hài lòng của khách hàng.

b. Trình độ hiểu biết chưa cao và quan niệm của khách hàng có sự khác biệt

Trình độ hiểu biết của một số khách hàng về dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng còn chưa cao, điều này gây ra nhiều hạn chế trong việc cung cấp dịch vụ và làm giảm sự hài lòng của họ. Đầu tiên, nhiều khách hàng không hiểu rõ các yêu cầu pháp lý liên quan đến việc đăng ký sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng, dẫn đến tình trạng không tuân thủ hoặc tuân thủ không đầy đủ. Điều này không chỉ gây khó khăn cho khách hàng trong việc cung cấp các thông tin và hồ sơ pháp lý cần thiết mà còn kéo dài thời gian cung ứng dịch vụ.

Tiếp đến, quá trình cài đặt chữ ký số thường đòi hỏi một chút thao tác kỹ thuật, gây khó khăn cho những khách hàng thiếu kỹ năng về công nghệ. Từ đó, nhu cầu hỗ trợ và giải đáp thắc mắc từ khách hàng sẽ gia tăng, tạo áp lực lớn lên đội ngũ hỗ trợ của doanh nghiệp. Nhân viên hỗ trợ thường phải giải thích, hướng dẫn cặn kẽ, chi tiết cho khách hàng. Quá trình này đòi hỏi thời gian và công sức đáng kể.

Cuối cùng, sự thiếu tin tưởng và hiểu lầm về an ninh cũng là vấn đề lớn. Nhiều khách hàng lo ngại về tính an toàn và bảo mật của chữ ký số, cũng như không hiểu rõ các biện pháp bảo mật được áp dụng, dẫn đến việc đánh giá sai về mức độ an toàn của dịch vụ.

Bên cạnh trình độ hiểu biết, sự khác biệt về quan niệm cũng là nguyên nhân khiến khách hàng cảm thấy không hài lòng về dịch vụ. Cụ thể, một số trường hợp khách hàng có kỳ vọng quá cao là MISA sẽ có mặt tại địa điểm khách hàng yêu cầu để hướng dẫn họ sử dụng dịch vụ trong một khoảng thời gian rất ngắn khiến doanh nghiệp khó lòng đáp ứng. Từ đó, khách hàng cảm thấy không thoải mái và không hài lòng về dịch vụ.

c. Tình hình cạnh tranh gay gắt

Hiện nay, mức độ cạnh tranh trên thị trường dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng ngày càng trở nên gay gắt, khách hàng có thể dễ dàng so sánh các tiêu chí giữa các nhà cung ứng dịch vụ với nhau. Điển hình như với tiêu chí dịch vụ gia tăng, có một số lượng khách hàng cho rằng dịch vụ gia tăng mà MISA cung cấp cho họ không phong phú, bởi khi so sánh với một số bên khác, số lượng dịch vụ gia tăng của MISA đang ít hơn. Nhưng trên thực tế, việc cung cấp bao nhiêu dịch vụ gia tăng cho khách hàng còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố của doanh nghiệp như: Năng lực và tài nguyên, khả năng tương thích.

CHƯƠNG 3

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ CHỨNG THỰC CHỮ KÝ SỐ CÔNG CỘNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN MISA

3.1. Định hướng phát triển của Công ty Cổ phần MISA

Là một đơn vị hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, kinh doanh sản phẩm và dịch vụ phần mềm, Công ty Cổ phần MISA đã xác định cho mình một phương hướng phát triển trong thời gian từ nay đến năm 2030 là: Tối đa hóa lợi nhuận của Công ty với việc tiếp tục cung cấp và không ngừng cải thiện các giải pháp chuyển đổi số trên cả 3 trụ cột: Chính phủ số, Kinh tế số và Xã hội số, góp phần đẩy mạnh chiến lược chuyển đổi số trên quy mô toàn quốc.

Bên cạnh đó, Công ty cũng nỗ lực đảm bảo lợi ích cho toàn bộ công nhân viên trong Công ty: Thu nhập ổn định, chính sách lao động tốt, quan tâm đến đời sống vật chất và tinh thần của người lao động, động viên khen thưởng kịp thời những cá nhân và tập thể có thành tích xuất sắc, luôn được đào tạo mới...

Đồng thời, thực hiện nghiêm chỉnh trách nhiệm xã hội: Chính sách thuế đối với Nhà nước, đóng góp từ thiện, cũng như các quỹ phúc lợi khác

Đặc biệt, để có thể tạo ra sự khác biệt cho doanh nghiệp của mình, ngoài chất lượng của các sản phẩm phần mềm, dịch vụ phải luôn được đảm bảo, MISA đã hướng đến chiến lược nâng cao sự hài lòng của khách hàng trên nhiều khía cạnh. Đó chính là một chìa khóa quan trọng để Công ty có thể tồn tại và phát triển, nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường.

3.2. Một số giải pháp nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA giai đoạn 2025 đến 2027

3.2.1. Nâng cao số lượng đội ngũ nhân viên

Đây là một giải pháp then chốt giúp nâng cao sự hài lòng của khách hàng, bởi một đội ngũ nhân viên phục vụ đông đảo sẽ giúp doanh nghiệp có thể dễ dàng đáp ứng các yêu cầu của khách hàng, đặc biệt là trong thời gian cao điểm. Một số biện pháp Công ty Cổ phần MISA có thể áp dụng:

- Tiến hành cơ cấu lại tổ chức: Ban lãnh đạo cần rà soát, đánh giá hiệu suất làm việc và xây dựng định biên cụ thể. Phòng ban nào đang thừa nhân sự so với

định biên có thể thực hiện luân chuyển sang các bộ phận kinh doanh, trung tâm tư vấn và hỗ trợ khách hàng.

- Điều động nhân viên chăm sóc khách hàng sử dụng sản phẩm, dịch vụ khác của Công ty sang hỗ trợ cho nhân viên chăm sóc khách hàng sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng vào thời gian cao điểm như mùa quyết toán thuế.
- Xây dựng chiến lược tuyển dụng hiệu quả
 - Sử dụng đa kênh tuyển dụng như: Website của công ty, các trang web việc làm TopCV, Career Việt, mạng xã hội như: Linked in, tiktok, facebook, tham gia ngày hội việc làm tại các trường đại học trên địa bàn hoặc tuyển dụng qua mạng lưới nhân viên.
 - Xây dựng mô tả công việc rõ ràng: Nội dung một bản mô tả phải đảm bảo đủ các thông tin: Chức danh, địa điểm làm việc, mục đích công việc, nhiệm vụ và quyền hạn công việc, điều kiện làm việc, tiêu chuẩn công việc.
 - Áp dụng công nghệ trong quy trình tuyển dụng: Việc ứng dụng công nghệ sẽ giúp giảm thời gian và tăng năng suất. Có thể ứng dụng công nghệ trong khâu sàng lọc hồ sơ hoặc phỏng vấn ứng viên.
 - Chăm sóc ứng viên hiệu quả: Nhân viên tuyển dụng cần phản hồi hồ sơ ứng viên trong vòng 7 ngày làm việc, theo đúng thời gian quy định của Công ty, cung cấp đầy đủ thông tin về vị trí công việc cũng như doanh nghiệp và cảm ơn ứng viên đã ứng tuyển.
 - Đánh giá hiệu quả tuyển dụng: Đo lường các chỉ số quan trọng như tỷ lệ chuyển đổi ứng viên, thời gian tuyển dụng và mức độ hài lòng của nhân viên.
- Có chính sách khen thưởng bằng hiện kim hoặc bằng chính sản phẩm, dịch vụ của MISA đối với nhân viên gắn bó với Công ty từ 5 năm trở lên để thể hiện sự ghi nhận những đóng góp, cống hiến của họ, từ đó giữ chân được nhân viên.

Các biện pháp nâng cao số lượng nhân sự chắc chắn sẽ tác động đến quỹ lương của doanh nghiệp, đặc biệt là hoạt động tuyển mới. Tuy nhiên để đạt được mục tiêu gia tăng doanh thu, lợi nhuận từ dịch vụ trong thời gian tới, và để đáp ứng được với yêu cầu thực tế của khách hàng, việc nâng cao số lượng đội ngũ nhân viên là hoàn toàn hợp lý. Ngày 19/12/2023, Tổng cục thuế ban hành công điện số 10/CD - TCT yêu cầu các bộ ngành, địa phương quyết liệt, khẩn trương triển khai việc lập hoá đơn điện tử theo từng lần bán hàng đối với hoạt động kinh doanh bán lẻ xăng dầu. Chính điều này đã làm cho nhu cầu sử dụng chữ ký số, cũng như dịch vụ chứng

thực chữ ký số tăng mạnh, từ đó kéo theo nhu cầu được tư vấn và hỗ trợ của khách hàng cũng gia tăng.

3.2.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên

Nhân viên là người trực tiếp làm việc, tiếp xúc với khách hàng. Nếu họ có năng lực về trình độ chuyên môn, kỹ năng phục vụ khách hàng tốt, chắc chắn sẽ cải thiện được cảm nhận của khách hàng, nâng cao sự hài lòng và khiến khách hàng muốn sử dụng dịch vụ của doanh nghiệp lâu dài. Một số giải pháp giúp nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên như sau:

- Doanh nghiệp cần quan tâm đến chất lượng tuyển chọn đầu vào, đặc biệt là đối với cấp quản lý. Tuyển chọn nhân viên quản lý cần thực hiện tuyển chọn nghiêm ngặt, kiểm tra chặt chẽ về trình độ chuyên môn, bằng cấp rõ ràng, có kinh nghiệm quản lý trước đó, có trình độ giao tiếp ngoại ngữ khá, khả năng ứng biến và xử lý tình huống nhanh.
- Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn và phương pháp đánh giá mức độ hoàn thành công việc của mỗi nhân viên.
- Tạo môi trường làm việc chuyên nghiệp, giúp nhân viên yên tâm công tác và tận tâm cống hiến cho công việc bằng cách:
 - Xây dựng văn hóa doanh nghiệp, đảm bảo duy trì và phát huy giá trị cốt lõi của doanh nghiệp “Tin cậy – Tiện ích – Tận tình” trong toàn thể đội ngũ nhân viên. Tạo môi trường làm việc lành mạnh, thuận lợi cho mỗi cá nhân có thể phát huy hết khả năng, sở trường của mình,.
 - Lãnh đạo cần quan tâm đến chế độ lương, thưởng, phụ cấp và đặc biệt là đời sống của nhân viên, tìm hiểu hoàn cảnh gia đình của nhân viên, trực tiếp giúp đỡ gia đình có bố mẹ đau yếu, có hoàn cảnh khó khăn.
 - Thường xuyên xây dựng những chương trình thi đua trong Công ty để tạo động lực làm việc cho nhân viên, có nhiều sáng kiến giúp nâng cao sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ.
 - Tổ chức sinh nhật cho nhân viên theo tháng, tổ chức liên hoan những dịp lễ tết, các ngày kỷ niệm quan trọng của Công ty.
 - Bên cạnh chế độ lương, thưởng, doanh nghiệp cần luôn đảm bảo các chế độ về bảo hiểm, chăm sóc sức khỏe, tham quan nghỉ mát hàng năm.
- Tạo sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận quản lý chứng thư số, xử lý kỹ thuật, nhân viên kinh doanh và chăm sóc khách hàng.
- Cải thiện công tác đào tạo nhân viên bằng việc:

- Thường xuyên rà soát, cập nhật hệ thống học liệu: Ban đào tạo cần phối hợp chặt chẽ với ban đảm bảo chất lượng và pháp chế để tiến hành đánh giá toàn diện hệ thống học liệu hiện có, từ đó xác định những tài liệu nào còn phù hợp, những tài liệu nào cần cập nhật và tài liệu cần loại bỏ.
- Mở rộng các hình thức đào tạo: Ban đào tạo cần cung cấp các hình thức đào tạo đa dạng như đào tạo tại chỗ, e-learning. Điều này cho phép mở rộng quy mô đào tạo mà không bị giới hạn bởi không gian và thời gian.
- Áp dụng công nghệ trong đào tạo: Sử dụng các hệ thống quản lý học tập trực tuyến (LMS) để cung cấp các khóa học e-learning, theo dõi tiến độ học tập và đánh giá kết quả đào tạo.
- Nâng cao chất lượng giảng viên: Ban đào tạo cần đảm bảo rằng các giảng viên, cả nội bộ và bên ngoài, đều có trình độ chuyên môn cao và kinh nghiệm thực tế trong lĩnh vực chứng thực chữ ký số công cộng. Bên cạnh đó, ban cũng cần phải thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo cho đội ngũ giảng viên nội bộ để họ không chỉ nắm vững chuyên môn mà còn có kỹ năng sư phạm tốt, biết cách truyền đạt kiến thức hiệu quả.
- Đo lường và đánh giá hiệu quả đào tạo: Ban đào tạo cần xây dựng bài kiểm tra năng lực để xem xét mức độ tiếp thu kiến thức của nhân viên, đồng thời tiến hành thu thập phản hồi của họ sau mỗi khóa đào tạo để không ngừng cải tiến và tối ưu hóa nội dung, phương pháp đào tạo.

3.2.3. Nâng cao năng lực công nghệ

Trong thời gian tới, MISA cần phải khẩn trương cải thiện năng lực công nghệ để có thể góp phần giảm bớt thời gian thẩm định hồ sơ đăng ký dịch vụ, nâng cao hơn nữa tính bảo mật, tăng khả năng tích hợp chữ ký số trên nhiều phần mềm trong hệ sinh thái MISA, và đặc biệt là tích hợp chữ ký số từ xa với các Cổng DVC, điển hình như: Hải quan, Kho bạc Nhà nước và hệ thống các ngân hàng. Một số hoạt động MISA cần thực hiện để nâng cao năng lực công nghệ:

Thứ nhất, đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu và phát triển tại doanh nghiệp. MISA cần có kế hoạch cụ thể, phân bổ nguồn lực tài chính, nhân sự phù hợp cho hoạt động R&D. Ngoài ra, MISA cần kết nối với các tổ chức như: Các trường đại học, viện nghiên cứu và các công ty công nghệ khác để tiếp thu được nhiều kiến thức và kinh nghiệm, qua đó không ngừng phát triển công nghệ nhận diện khách hàng eKYC và cloud-based hiện có, khắc phục những yếu điểm của dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của doanh nghiệp.

Thứ hai, xem xét, lựa chọn kỹ lưỡng các loại công nghệ trước khi tiến hành mua và nhận chuyển giao từ đối tác. Công nghệ đó phải đáp ứng được các tiêu chí sau đây:

- Có tính ổn định, sẵn sàng cao, hoạt động được 24/7 trong một thời gian dài.
- Hệ thống CA được thiết kế triển khai và vận hành đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật được quy định trong nước và dựa trên các tiêu chuẩn quốc tế.
- Hệ thống phần mềm ký số đáp ứng đầy đủ các Quy định eIDAS (910/2014) và điều luật EN 419241-2 Protection Profile về Ký số từ xa yêu cầu mức độ tin cậy cao nhất, đảm bảo cặp khóa của người sử dụng dịch vụ ký số từ xa chỉ thuộc quyền kiểm soát của chủ sở hữu (Sole control).
- Có độ an toàn của chứng thư cao, tránh việc thay đổi hoặc giả mạo. Độ dài khóa tối thiểu phải là 2048 bit, sử dụng các thuật toán băm và thuật toán sinh khóa đáp ứng được các tiêu chuẩn về an ninh, an toàn của Việt Nam và thế giới.
- Sử dụng các chuẩn chung được thế giới công nhận về định dạng chứng thư số, chữ ký số, danh sách chữ ký số bị thu hồi.
- Có tính bảo mật, xác thực cao, module hóa các thành phần hệ thống để dễ dàng cho việc quản lý, mở rộng và nâng cấp hệ thống.
- Sử dụng thiết bị lưu khóa HSM hỗ trợ tiêu chuẩn FIPS 140-2 Level 3 và đạt Chứng nhận tiêu chuẩn CC EAL4+, tuân thủ tiêu chuẩn eIDAS Protection Profile EN 419 221-5.
- Có khả năng tương thích cao.

Thứ ba, thường xuyên kiểm tra và bảo trì: Điều đặn 6 tháng/lần, khối sản xuất cần tiến hành kiểm tra, rà soát lại thông eSign Admin, ứng dụng MISA eSign để kịp thời phát hiện những lỗ hổng bảo mật, từ đó thực hiện nâng cấp, cập nhật bản vá, đảm bảo tuân thủ quy định của pháp luật và an toàn thông tin cho khách hàng.

Thứ tư, có sự khen thưởng kịp thời đối với những cá nhân, tập thể xuất sắc, đưa ra nhiều sáng kiến phát triển công nghệ trong dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.

3.2.4. Nâng cao năng lực điều hành

Doanh nghiệp có năng lực điều hành tốt giúp đảm bảo quy trình làm việc hiệu

quả và nhất quán. Khi quy trình hoạt động mượt mà, các dịch vụ được cung cấp kịp thời và chính xác, khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng hơn. Bên cạnh đó, năng lực điều hành tốt còn giúp tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên, từ đó giảm thiểu lãng phí và chi phí không cần thiết. Những nguồn lực tiết kiệm được có thể sử dụng để đầu tư vào việc cải thiện dịch vụ khách hàng như: Gia tăng số lượng dịch vụ gia tăng, số lượng nhân viên phục vụ... Một số giải pháp giúp nâng cao năng lực điều hành có thể kể đến như:

- Hoàn thiện mô hình chuẩn trong công tác quản lý, điều hành, giám sát hoạt động kinh doanh theo cơ chế tinh giản, hiệu quả.
- Tách bạch rõ quyền hạn, trách nhiệm của các phòng, ban, nhóm, nhưng nhất thiết phải có sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận nhằm tạo kênh thông tin nội bộ liền mạch trong quy trình phục vụ khách hàng.
- Hàng năm doanh nghiệp cần phải trích một khoản kinh phí nhất định để cử các cán bộ quản lý điều hành tham gia các lớp tập huấn nâng cao, nhằm không ngừng mở rộng kiến thức, tiếp thu được những kỹ năng quản lý, chuyên môn nghiệp vụ, đặc biệt là trong lĩnh vực chứng thực chữ ký số công cộng vẫn còn khá mới mẻ ở nước ta.
- Áp dụng công nghệ trong quá trình vận hành. Đây là yếu tố then chốt giúp các cấp quản lý nâng cao năng lực điều hành, nâng cao hiệu suất, tiết kiệm chi phí cho doanh nghiệp.

3.2.5. Cải thiện công tác truyền thông về chính sách bán hàng

Doanh nghiệp cần xây dựng một chiến dịch truyền thông nội bộ và bên ngoài về chính sách bán hàng thật rõ ràng để bản thân nhân viên của Công ty và hơn hết là khách hàng có cái nhìn toàn diện, chính xác về các dịch vụ gia tăng khi sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của MISA. Ban PR cần xác định rõ ngân sách, mục tiêu, đối tượng, nội dung, các kênh truyền thông và các chỉ tiêu đo lường mức độ hiệu quả.

Với truyền thông nội bộ: Ban PR có thể đăng tải bài viết lên mạng xã hội MISA JSC của công ty để mọi nhân viên đều có thể đọc, đồng thời gửi email cho các cấp quản lý để hướng dẫn, truyền đạt lại cho nhân viên của mình. Phòng PR cũng cần thống kê lại số lượng người đã truy cập, tương tác với bài viết và số lượng email phản hồi của các cấp quản lý về việc đã tiếp nhận thông tin để có sự điều chỉnh phù hợp.

Với truyền thông bên ngoài: Ban PR nên sử dụng đa kênh, bao gồm: Mạng xã hội, website, email marketing, zalo business. Bên cạnh đó, tiếp tục theo dõi số lượng

truy cập và tương tác của khách hàng, cũng như chỉ số CPC.

Đặc biệt, nội dung truyền thông cả bên trong lẫn bên ngoài phải thể hiện rõ chính sách của công ty là: Số lượng dịch vụ gia tăng cung cấp cho khách hàng tối đa là 3 bao gồm: Dịch vụ chứng thực hợp đồng điện tử; Dịch vụ kê khai, nộp thuế điện tử và dịch vụ kê khai BHXH, bởi những dịch vụ gia tăng này đáp ứng 3 nhu cầu chính, phổ biến của khách hàng khi mua và sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng. Đó là: Ký các loại hợp đồng và tài liệu; Khai báo, nộp thuế điện tử và kê khai BHXH. Bên cạnh đó, nội dung truyền thông cũng cần nhấn mạnh thời gian sử dụng miễn phí các dịch vụ gia tăng là 6 tháng bằng một nửa thời hạn tối thiểu của gói dịch vụ chính. Nếu khách hàng muốn tiếp tục sử dụng những dịch vụ gia tăng đó, khách hàng có thể mua với mức giá chỉ bằng 50% giá gốc. Có thể nói rằng, với chính sách bán hàng có lợi cho khách hàng như vậy, nếu như được tư vấn, truyền thông đầy đủ, rõ ràng, khách hàng sẽ hiểu và cảm thấy hài lòng hơn về dịch vụ mình đang sử dụng.

3.2.6. Tổ chức, tham gia các chương trình phổ cập chữ ký số

Để nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng, việc tăng cường phổ cập chữ ký số đến với người dân là vô cùng quan trọng. MISA có thể đăng tải bài viết giới thiệu về chữ ký số lên các mạng xã hội facebook, tiktok, linked in và qua website của công ty để giúp cho người dân hiểu thế nào là chữ ký số, lợi ích của chữ ký số cũng như dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng; Tổ chức các khóa học trực tuyến và trực tiếp, cung cấp tài liệu, video hướng dẫn chi tiết, dễ hiểu về cách thức đăng ký và sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng; Xây dựng hệ thống hỗ trợ trực tuyến, như các diễn đàn hoặc nhóm thảo luận trên zalo, facebook để tạo điều kiện cho người dân trao đổi kiến thức, kinh nghiệm và nhận được trợ giúp kịp thời. Những hoạt động này không chỉ giúp nâng cao nhận thức mà còn trang bị kỹ năng cần thiết cho người dân trong việc sử dụng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng một cách hiệu quả.

Song song với đó, MISA cũng cần tích cực tham gia các buổi hội thảo, tọa đàm tại cộng đồng, hội chợ công nghệ do Cơ quan Nhà nước, chính quyền địa phương tổ chức để người dân có cơ hội trực tiếp tìm hiểu về chữ ký số, trải nghiệm dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của MISA. Không những vậy, thông qua hoạt động này, MISA đang góp phần đẩy nhanh quá trình số hóa, tạo điều kiện thuận lợi cho việc áp dụng rộng rãi chữ ký số, dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng trong cuộc sống hàng ngày.

3.3. Một số kiến nghị

3.3.1. Kiến nghị đến Trung tâm Chứng thực Điện tử Quốc gia

Để nâng cao chất lượng dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng, Trung tâm Chứng thực Điện tử Quốc gia có thể thực hiện một số biện pháp sau:

- Nâng cấp công nghệ: Đầu tiên, cần đảm bảo rằng hệ thống công nghệ mà trung tâm sử dụng là hiện đại và an toàn. Cập nhật các công nghệ mới nhất giúp tăng cường tính bảo mật và chính xác trong việc cấp chứng thư số cho các CA công cộng.
- Tăng cường kiểm tra và giám sát nội bộ: Thực hiện các biện pháp kiểm tra và giám sát định kỳ hoạt động nội bộ để đảm bảo tuân thủ đúng, đầy đủ quy trình, quy định về công tác quản lý các CA công cộng do Bộ Thông tin và Truyền thông đề ra.
- Kiểm tra và bảo trì hệ thống cơ sở dữ liệu thường xuyên để phát hiện và khắc phục kịp thời các lỗi hỏng bảo mật, đảm bảo tính liên tục của dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.
- Tăng cường thông tin và hỗ trợ các CA: Cung cấp thông tin chi tiết và minh bạch về dịch vụ chứng thực chữ ký số cho các CA công cộng thông qua hệ thống văn bản, các hội thảo. Xây dựng một hệ thống để giải đáp mọi thắc mắc và hỗ trợ CA trong quá trình triển khai dịch vụ. Luôn có các chuyên gia sẵn sàng hỗ trợ CA khi gặp vấn đề, sự cố phức tạp.
- Hợp tác với các tổ chức, cơ quan Chính phủ: Tạo ra các đối tác và liên kết với các tổ chức, cơ quan Chính phủ để chia sẻ thông tin, kinh nghiệm, cũng như tham gia vào các chương trình và dự án cộng tác nhằm mục tiêu mở rộng phạm vi hoạt động và sức ảnh hưởng của chữ ký số, dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.
- Lắng nghe và cải thiện liên tục: Lắng nghe ý kiến phản hồi từ các CA công cộng cũng như các bên liên quan khác để có sự điều chỉnh kịp thời.

3.3.2. Kiến nghị đến Bộ Thông tin và Truyền thông

- Tiếp tục chỉ đạo, triển khai công tác cấp chữ ký số cá nhân miễn phí cho người dân khi thực hiện thủ tục hành chính trên môi trường điện tử, qua đó giúp nâng cao hiểu biết của người dân về chữ ký số, dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng, lan tỏa sức ảnh hưởng của chữ ký số, dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng đến các lĩnh vực của đời sống xã hội.
- Tiếp tục nghiên cứu, ban hành các hướng dẫn kỹ thuật về việc tích hợp chức

năng ký số, đặc biệt là ký số từ xa, tạo hành lang kỹ thuật sẵn sàng cho người dân thực hiện dịch vụ công trực tuyến.

- Xây dựng Cổng kết nối dịch vụ chứng thực chữ ký số theo nhiệm vụ tại Nghị định 42/2022/NĐ-CP.
- Có thông báo sớm, xây dựng dự thảo lấy ý kiến các bên khi có sự điều chỉnh, sửa đổi các văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng.

KẾT LUẬN

Với xu thế cạnh tranh khốc liệt trong các lĩnh vực dịch vụ như hiện nay, khách hàng luôn luôn đóng vai trò trung tâm, là chiến lược trong mọi hoạt động kinh doanh và phát triển của các tổ chức, doanh nghiệp. Chính vì lẽ đó, có thể nói rằng nâng cao sự hài lòng của khách hàng chính là một trong những chìa khóa thành công của các tổ chức, doanh nghiệp nói chung và MISA nói riêng.

Trong thời gian hơn 4 năm qua, dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA đã đạt được những thành tựu nhất định. Khách hàng cảm thấy hài lòng đối với: Việc thông báo rõ ràng về những thay đổi liên quan đến dịch vụ; Các phương tiện hữu hình trong quá trình cung cấp dịch vụ; Tính bảo mật thông tin; Khả năng chuyển giao USB Token/kích hoạt chứng thư số Remote Signing nhanh chóng; Sự thấu hiểu yêu cầu riêng của khách hàng; Thái độ nhã nhặn, ôn hòa của nhân viên khi giao tiếp với khách hàng; Dịch vụ gia tăng dễ sử dụng; Giá cả của dịch vụ hợp lý, có tính cạnh tranh.

Tuy nhiên, bên cạnh những mặt thành công còn tồn tại những điểm hạn chế: Việc phản hồi, giải đáp các thắc mắc của khách hàng về chữ ký số còn chậm; Nhân viên tư vấn chưa hiểu rõ về dịch vụ; Thời gian cấp chứng thư số, xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình khách hàng sử dụng dịch vụ khá lâu; Công tác truyền thông về chính sách bán hàng chưa hiệu quả; Chữ ký số chưa tích hợp được với nhiều phần mềm trong hệ sinh thái MISA. Và hơn hết là chữ ký số từ xa ở thời điểm hiện tại không tương thích với một số Cổng DVC, bao gồm: Hải quan, Kho bạc Nhà nước và phần lớn hệ thống các ngân hàng.

Trước những bất cập như vậy, tác giả đã đề xuất ra một số giải pháp để nâng cao sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của MISA. Đồng thời, tác giả cũng kiến nghị đến Trung tâm Chứng thực Điện tử Quốc gia, Bộ Thông tin và Truyền thông cần xây dựng chính sách, triển khai các hoạt động để đẩy mạnh việc ứng dụng chữ ký số, dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng vào đời sống.

Mặc dù đã nỗ lực hết sức, tuy nhiên đề án không thể tránh khỏi những sai sót. Do đó, tôi rất mong nhận được sự góp ý từ quý Hội đồng để bài làm của tôi được hoàn thiện hơn.

Tôi xin chân thành cảm ơn!

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Công điện 10/CĐ – TCT 2023.
2. Công ty Cổ phần MISA (2020). Báo cáo tài chính.
3. Công ty Cổ phần MISA (2020). Báo cáo tổng kết.
4. Công ty Cổ phần MISA (2021). Báo cáo tài chính.
5. Công ty Cổ phần MISA (2021). Báo cáo tổng kết.
6. Công ty Cổ phần MISA (2022). Báo cáo tài chính.
7. Công ty Cổ phần MISA (2022). Báo cáo tổng kết.
8. Công ty Cổ phần MISA (2023). Báo cáo tài chính.
9. Công ty Cổ phần MISA (2023). Báo cáo tổng kết.
10. Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). *Measuring service quality: a reexamination and extension*. Journal of marketing, 56(3), 55-68.
11. De Ruyter, K., Bloemer, J., & Peeters, P. (1997). *Merging service quality and service satisfaction. An empirical test of an integrative model*. Journal of economic psychology, 18(4), 387-406.
12. Đỗ Thị Đông, Đặng Ngọc Sự (2022). Giáo trình Quản trị chất lượng, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
13. Hair, J. F., Black, W. C., Babin B. J., & Anderson R. E. (2014). *Multivariate data analysis (7th International ed.)*. Harlow, UK: Pearson Education Limited.
14. Hansemark, O. C., & Albinsson, M. (2004). *Customer satisfaction and retention: the experiences of individual employees*. Managing Service Quality: An International Journal, 14(1), 40-57.
15. Johnson, M. D., Anderson, E. W., & Fornell, C. (1995). *Rational and adaptive performance expectations in a customer satisfaction framework*. Journal of consumer research, 21(4), 695-707.
16. Kim, M. K. et al., (2004). *The effects of customer satisfaction and switching barrier on customer loyalty in Korean mobile telecommunication services*. Telecommunications Policy, 28, 145-159.
17. Kotler, P. (2002). *Marketing management (11th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
18. Lassar, W. M., & Mittal, B. (2000). *Sexual liberalism as a determinant of consumer response to sex in advertising*. Journal of Business and Psychology, 15, 111-127.
19. Nautwima, J.P. & Asa, A.R. (2022). The Impact of Quality Service on Customer Satisfaction in the Banking Sector amidst Covid-19 Pandemic: A Literature Review for the State of Current Knowledge. *International Journal of Management Science and Business Administration*, 8(3), 31-38.

20. Nghị định số 130/2018/NĐ-CP.
21. Nghị định số 26/2007/NĐ-CP.
22. Nghị định số 48/2024/NĐ-CP.
23. Nghị viện và Hội đồng Châu Âu. (2014). *Quy định số 910/2014 ngày 23 tháng 7 năm 2014 về nhận dạng điện tử và dịch vụ tin cậy cho giao dịch điện tử trên thị trường nội địa và bãi bỏ Chỉ thị 1999/93/EC.*
24. Patterson, P. G., Johnson, L. W., & Spreng, R. A. (1997). *Modeling the determinants of customer satisfaction for business-to-business professional services.* Journal of the Academy of Marketing Science, 25(1), 4-17.
25. Quốc hội Hoa Kỳ. (2000). *Đạo luật về Chữ ký điện tử trong Thương mại Toàn cầu và Quốc gia (ESIGN)*, Pub. L. No. 106-229, 114 Stat. 464.
26. Trung tâm Chứng thực điện tử Quốc gia (2023). *Báo cáo chuyên đề tình hình phát triển và ứng dụng chữ ký số tại các bộ, ngành, tỉnh thành trên cả nước và các nhiệm vụ cần triển khai để phát triển chữ ký số cá nhân.*
27. Trung tâm Chứng thực điện tử Quốc gia (2024). *Báo cáo Khảo sát đánh giá chất lượng dịch vụ các tổ chức chứng thực chữ ký số công cộng.*
28. Trung tâm Chứng thực điện tử Quốc gia (2024). *Báo cáo tình hình ứng dụng và phát triển chữ ký số tại Việt Nam.*
29. Ủy ban Luật thống nhất Hoa Kỳ. (1999). *Đạo luật Giao dịch Điện tử Thống nhất (UETA).*
30. Website của Công ty Cổ phần MISA: <https://www.misa.vn/>

PHỤ LỤC 01

PHIẾU KHẢO SÁT SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG ĐỐI VỚI DỊCH VỤ CHỨNG THỰC CHỮ KÝ SỐ CÔNG CỘNG

Anh/chị xin vui lòng dành khoảng 10 – 15 phút để hoàn thành phiếu khảo sát.

Tất cả thông tin trong phiếu khảo sát này sẽ chỉ được sử dụng duy nhất cho mục đích thống kê và nghiên cứu về sự hài lòng của anh/chị đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng của Công ty Cổ phần MISA. Từ đó, đưa ra các giải pháp khắc phục những điểm còn hạn chế, nỗ lực đem đến cho khách hàng trải nghiệm dịch vụ tốt nhất.

Chúng tôi cam kết bảo mật các thông tin mà anh/chị cung cấp. Rất mong nhận được sự giúp đỡ từ phía anh/chị! Xin chân thành cảm ơn!

THÔNG TIN CÁ NHÂN

1. Anh/chị vui lòng cho biết giới tính? Nam Nữ
2. Anh/chị vui lòng cho biết độ tuổi? 15 - 22 23 – 30 >30
3. Anh/chị vui lòng cho biết nghề nghiệp hiện tại của mình?
 - Học sinh/sinh viên
 - Nhân viên văn phòng
 - Công chức/viên chức/quân nhân
 - Tự kinh doanh
4. Hình thức chữ ký số anh/chị đang sử dụng?
 - Remote Signing
 - USB Token
5. Loại chữ ký số anh/chị đang sử dụng?
 - Tổ chức
 - Cá nhân thuộc tổ chức
 - Cá nhân

ĐÁNH GIÁ VỀ DỊCH VỤ CHỨNG THỰC CHỮ KÝ SỐ CÔNG CỘNG

Anh/chị vui lòng cho biết mức độ hài lòng của mình đối với dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng thông qua mức độ đồng ý với các tiêu chí dưới đây theo thang điểm từ 1 đến 5, trong đó: (1) Hoàn toàn không đồng ý (2) Không đồng ý (3) Bình thường (4) đồng ý (5) Hoàn toàn đồng ý.

Nhóm TC	Tiêu chí cụ thể	1	2	3	4	5
	MISA luôn thực hiện những gì đã cam					

Độ tin cậy	kết với khách hàng.					
	MISA luôn quan tâm giải quyết khó khăn của khách hàng trong thủ tục đăng ký sử dụng dịch vụ hoặc kết nối chữ ký số với các Công dịch vụ công.					
	MISA thực hiện dịch vụ đúng ngay từ đầu.					
	MISA cung cấp dịch vụ đúng thời gian như đã cam kết.					
	MISA luôn lưu ý để không xảy ra sai sót.					
	MISA luôn bảo mật tốt thông tin cá nhân của khách hàng.					
	Những thay đổi liên quan đến dịch vụ đều được thông báo rõ ràng.					
Sự đảm bảo	Nhân viên có đủ kiến thức để trả lời các câu hỏi của khách hàng về chữ ký số.					
	Nhân viên có đầy đủ trình độ, kỹ năng và linh hoạt trong giải quyết các tình huống khó, lỗi kỹ thuật phát sinh.					
	Cách cư xử của nhân viên tạo cho khách hàng sự tin tưởng.					
	Nhân viên luôn trân trọng khách hàng.					
	Khách hàng cảm thấy an tâm khi được phục vụ.					
	Nhân viên luôn có thái độ nhã nhặn, ôn hòa với khách hàng.					
Phương tiện hữu hình	MISA có hệ thống máy chủ hiện đại.					
	Cơ sở vật chất khang trang, đầy đủ trang thiết bị PCCC.					
	Trang phục nhân viên lịch sự.					
	USB Token và giao diện ứng dụng MISA eSign được thiết kế đẹp mắt, dễ sử dụng.					
	Nhân viên luôn hỏi han, quan tâm đến từng khách hàng.					

Sự thấu cảm	Nhân viên thấu hiểu yêu cầu riêng của từng khách hàng (giao diện chữ ký số, ký phiên...).					
	MISA luôn lắng nghe, phản hồi mọi ý kiến của khách hàng.					
	MISA hướng dẫn khách hàng sử dụng dịch vụ tận nơi khi có yêu cầu.					
Khả năng đáp ứng	Nhân viên xử lý kịp thời các vấn đề phát sinh khi khách hàng sử dụng dịch vụ.					
	Nhân viên nhiệt tình hỗ trợ về thủ tục đăng ký sử dụng dịch vụ.					
	MISA chuyển giao USB Token/kích hoạt chứng thư số Remote Signing cho khách hàng nhanh chóng.					
	Chữ ký số tích hợp được trên nhiều Cổng dịch vụ công và ngân hàng.					
	Chữ ký số tích hợp được trên nhiều phần mềm của MISA.					
Giá cả của dịch vụ	Giá cả của dịch vụ là hợp lý.					
	Giá cả cạnh tranh so với các nhà cung cấp khác.					
Dịch vụ gia tăng	Dịch vụ gia tăng đa dạng					
	Dịch vụ gia tăng dễ sử dụng.					
Sự hài lòng chung về dịch vụ	Anh/chị cảm thấy hài lòng về dịch vụ.					
	Anh/chị sẵn sàng giới thiệu cho người khác sử dụng dịch vụ.					

PHỤ LỤC 02

CÁC SẢN PHẨM VÀ DỊCH VỤ KINH DOANH CỦA MISA















- Với khách hàng là Cơ quan Nhà nước

Cơ quan Nhà nước	Doanh nghiệp	Hộ kinh doanh và cá nhân
Nền tảng Quản trị tài chính Nhà nước MISA FinGov	Nền tảng Giáo Dục MISA EMIS	Nền tảng Quản lý CBCCVC MISA PeGov
MISA Bumás Quản lý ngân sách Nhà nước MISA Mimosa Online Kế toán HCSN Online MISA Mimosa 2022 Kế toán HCSN Offline MISA Bamboo Online Kế toán xã/phường MISA Bamboo.NET 2020 Kế toán xã/phường MISA QLTS Quản lý tài sản MISA SalaGov Quản lý tiền lương	MISA Panda.NET 2021 Kế toán thi hành án dân sự MISA Falcon Kế toán Quỹ "Vì người nghèo" MISA Lekima Quyết toán tài chính MISA meInvoice Xử lý hóa đơn đầu vào MISA SISAP Chia sẻ thông tin Nhà trường – Phụ huynh JetPay Tuition Thu tiền học trực tuyến	MISA QLCB Quản lý Cán bộ, công chức, viên chức MISA CeGov Quản lý Thi Đua Khen Thưởng Phần mềm điều hành MISA Hotich Đăng ký và Quản lý hộ tịch MISA TaskGo Quản lý công việc

- Với khách hàng là doanh nghiệp:

Cơ quan Nhà nước	Doanh nghiệp		Hộ kinh doanh và cá nhân
	Nền tảng quản trị doanh nghiệp hợp nhất MISA AMIS		
Tài chính – kế toán	Marketing - bán hàng	Quản trị nguồn nhân lực	Quản lý - điều hành
AMIS Kế toán Phần mềm kế toán online MISA SME 2023 Quản lý kế toán (offline) MISA meInvoice Hóa đơn điện tử MISA eSign Dịch vụ chữ ký số AMIS Mua hàng Quản lý mua hàng MISA mTax Kê khai, nộp tờ khai thuế JetPay BankHub Đổi soát & Hạch toán ngân hàng MISA ASP Kế toán dịch vụ MISA Lending Kết nối vay vốn doanh nghiệp	AMIS aiMarketing Công cụ Automation Marketing AMIS CRM Quản lý bán hàng AMIS Khuyến mại Quản lý khuyến mại MISA eShop Quản lý cửa hàng MISA Cukcuk Quản lý nhà hàng JetPay Payment Cổng thanh toán Thu gọn	AMIS Tuyển dụng Quản lý tuyển dụng AMIS Thông tin nhân sự Hệ thống thông tin nhân sự AMIS Chăm công Quản lý chăm công AMIS Đánh giá Đánh giá nhân viên AMIS Tiền lương Quản lý tiền lương AMIS Nhân viên Thủ tục dành cho nhân viên AMIS BHXH Bảo hiểm xã hội điện tử AMIS Thuế TNCN Phần mềm kê khai Thuế TNCN Thu gọn	AMIS Công việc Quản lý công việc AMIS Quy trình Quản lý quy trình AMIS Ghi chép Ghi chép & lưu trữ tài liệu AMIS WeSign Ký tài liệu số AMIS Mạng xã hội Mạng xã hội doanh nghiệp AMIS Tài sản Quản lý tài sản AMIS Phòng họp Quản lý phòng họp Thu gọn

- Với khách hàng là hộ kinh doanh và cá nhân

Cơ quan Nhà nước	Doanh nghiệp		Hộ kinh doanh và cá nhân
Quản lý nhà hàng	Quản lý cửa hàng	Quản lý tài chính	Nền tảng cho Golfer
 MISA Cukcuk Quản lý nhà hàng	 MISA eShop Quản lý cửa hàng	 MISA MoneyKeeper Quản lý tài chính cá nhân	 MISA Golf Nền tảng cho Golfer
 MISA Lomas Nghệ thuật chăm sóc khách hàng	 MISA OCM Nghệ thuật Bán hàng online	 AMIS Kế toán HKD Phần mềm kế toán HKD online	
 Bán hàng Online Xây dựng Website bán hàng chuyên nghiệp	 MISA Lomas Nghệ thuật chăm sóc khách hàng	 MISA meInvoice Hóa đơn điện tử	
 Kết nối GrabFood Kết nối và đồng bộ đơn hàng từ GrabFood	 JetPay Payment Cổng thanh toán	 MISA eSign Dịch vụ chữ ký số	
 JetPay Payment Cổng thanh toán			

Nguồn: Ban Quản lý kinh doanh

PHỤ LỤC 03
BẢNG XẾP HẠNG THỊ PHẦN CỦA CÁC CA CÔNG CỘNG
2020 - 30/9/2023

Xếp hạng	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022	Tính đến 30/9/2023
1	Viettel-CA	Viettel-CA	Viettel-CA	VNPT-CA
2	VNPT-CA	VNPT-CA	VNPT-CA	Viettel-CA
3	Newtel-CA	Newtel-CA	FastCA	FastCA
4	SmartSign	BkavCA	LCS-CA	LCS-CA
5	BkavCA	SmartSign	BkavCA	BkavCA
6	FPT-CA	FPT-CA	EASYCA	EASYCA
7	CA2	FastCA	FPT-CA	MISA-CA
8	EFY-CA	CA2	CA2	FPT-CA
9	CMC-CA	EFY-CA	SmartSign	CA2
10	SAFE-CA	CMC-CA	NC-CA	SmartSign
11	LCS-CA	EASYCA	MISA-CA	NC-CA
12	EASYCA	LCS-CA	Newtel-CA	ONE-CA
13	MISA-CA	SAFE-CA	EFY-CA	Newtel-CA
14	TrustCA	MISA-CA	ONE-CA	I-CA
15	NC-CA	NC-CA	SAFE-CA	EFY-CA
16		TrustCA	I-CA	WINCA
17			WINCA	SAFE-CA
18			HILO-CA	HILO-CA
19			TrustCA	CMC-CA
20			CMC-CA	TrustCA
21				MATBA0-CA
22				E-CA

Nguồn: NEAC – 05/2024

PHỤ LỤC 04

MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KH VỀ DỊCH VỤ THEO GIỚI TÍNH

Nữ		Nam	
Mean	3,35	Mean	3,59
Standard Error	0,13	Standard Error	0,08
Median	3,00	Median	4,00
Mode	3,00	Mode	3,00
Standard Deviation	0,99	Standard Deviation	0,80
Sample Variance	0,98	Sample Variance	0,64
Kurtosis	0,28	Kurtosis	1,09
Skewness	-0,20	Skewness	0,31
Range	4	Range	4
Minimum	1	Minimum	1
Maximum	5	Maximum	5
Sum	191	Sum	334
Count	57	Count	93

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KH VỀ DỊCH VỤ THEO ĐỘ TUỔI

15-22		23-30		Trên 30	
Mean	3,55	Mean	3,45	Mean	3,51
Standard Error	0,19	Standard Error	0,16	Standard Error	0,09
Median	3,00	Median	4,00	Median	3,00
Mode	3,00	Mode	4,00	Mode	3,00
Standard Deviation	0,91	Standard Deviation	1,04	Standard Deviation	0,78

Sample Variance	0,83	Sample Variance	1,09	Sample Variance	0,61
Kurtosis	-0,79	Kurtosis	0,34	Kurtosis	1,31
Skewness	0,68	Skewness	0,64	Skewness	0,27
Range	3	Range	4	Range	4
Minimum	2	Minimum	1	Minimum	1
Maximum	5	Maximum	5	Maximum	5
Sum	78	Sum	152	Sum	295
Count	22	Count	44	Count	84

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KH VỀ DỊCH VỤ THEO NGHỀ NGHIỆP

Công nhân		Học sinh/sinh viên		Nhân viên văn phòng		Tự kinh doanh		Khác	
Mean	3,67	Mean	3,52	Mean	3,39	Mean	3,52	Mean	3,43
Standard Error	0,21	Standard Error	0,19	Standard Error	0,18	Standard Error	0,11	Standard Error	0,17
Median	4	Median	3	Median	3	Median	3,5	Median	3
Mode	4	Mode	3	Mode	4	Mode	3	Mode	3
Standard Deviation	1,01	Standard Deviation	0,90	Standard Deviation	0,99	Standard Deviation	0,73	Standard Deviation	0,88
Sample Variance	1,01	Sample Variance	0,81	Sample Variance	0,98	Sample Variance	0,53	Sample Variance	0,77
Kurtosis	0,72	Kurtosis	0,66	Kurtosis	0,70	Kurtosis	2,15	Kurtosis	1,18
Skewness	0,64	Skewness	0,75	Skewness	0,66	Skewness	0,46	Skewness	0,29
Range	4	Range	3	Range	4	Range	4	Range	4
Minimum	1	Minimum	2	Minimum	1	Minimum	1	Minimum	1

Maximum	5	Maximum	5	Maximum	5	Maximum	5	Maximum	5
Sum	88	Sum	81	Sum	105	Sum	155	Sum	96
Count	24	Count	23	Count	31	Count	44	Count	28

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát của tác giả

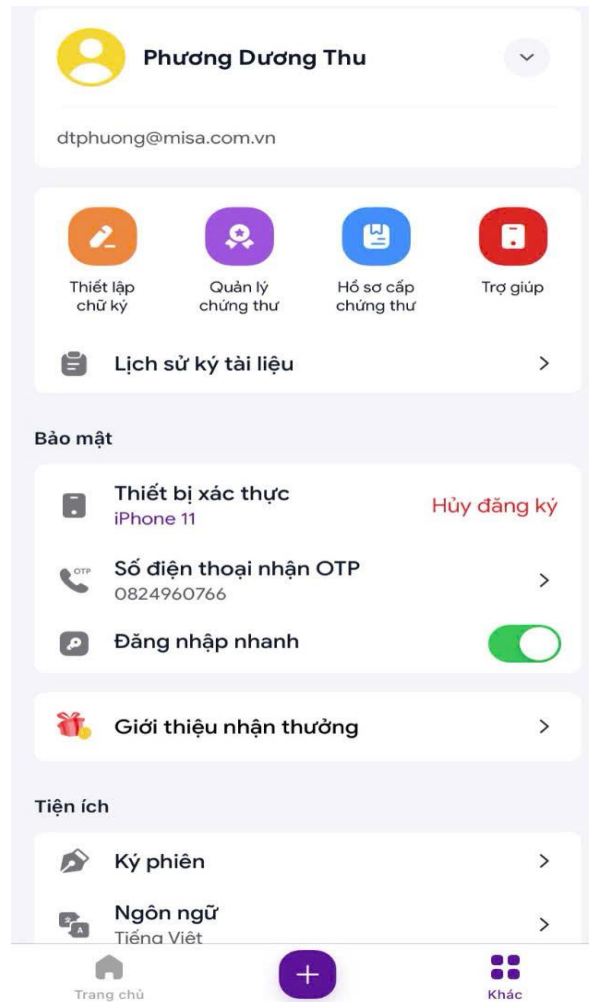
PHỤ LỤC 05
ÁO ĐỒNG PHỤC TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN MISA



Nguồn: <https://www.misa.vn/>

PHỤ LỤC 06

HÌNH ẢNH USB TOKEN VÀ GIAO DIỆN ỨNG DỤNG MISA ESIGN



Nguồn: Tác giả tự sưu tầm

PHỤ LỤC 07

ĐIỂM CHỈ TIÊU CHÍNH SÁCH GIÁ CỦA CÁC CA CÔNG CỘNG NĂM 2023

STT	Nhà cung cấp	Điểm
1	CA2	0,7
2	FPT-CA	0,7
3	SMARTSIGN	0,767
4	MISA- CA	0,7
5	LCS-CA	0,833
6	VNPT-CA	0,9
7	BKAV-CA	0,7
8	NEWTEL-CA	0,767
9	EFY-CA	0,7
10	CMC-CA	0,7
11	EASY-CA	0,8
12	VIETTEL-CA	0,7
13	SAFE-CA	0,833
14	TRUST-CA	0,767
15	NC-CA	0,9
16	FAST-CA	0,767
17	I-CA	0,767
18	HILO-CA	0,7
19	ONE-CA	0,9
20	WINCA	0,767

Nguồn: NEAC – 04/2024

PHỤ LỤC 08

BẢNG GIÁ DỊCH VỤ CHỨNG THỰC CHỮ KÝ SỐ CÔNG CỘNG CỦA CÔNG TY CỔ PHẦN MISA TÍNH ĐẾN THÁNG 08/2024

Dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng	Đơn vị tính	Mức giá (VND)		
		Tổ chức	Cá nhân thuộc tổ chức	Cá nhân
Dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng theo mô hình Remote Signing				
1. Khởi tạo ứng dụng MISA eSign	Chứng thư số	500.000	500.000	Miễn phí
2. Các gói dịch vụ				
Gói dịch vụ 01 năm	Gói	1.350.000	550.000	Miễn phí
Gói dịch vụ 02 năm	Gói	2.250.000 <i>(1.125.000/năm)</i>	950.000 <i>(475.000/năm)</i>	950.000 <i>(475.000/năm)</i>
Gói dịch vụ 03 năm	Gói	3.050.000 <i>(1.016.667/năm)</i>	1.250.000 <i>(416.667/năm)</i>	1.250.000 <i>(416.667/năm)</i>
Gói dịch vụ 04 năm	Gói	3.850.000 <i>(962.500/năm)</i>	1.550.000 <i>(387.500/năm)</i>	1.550.000 <i>(387.500/năm)</i>
Gói dịch vụ 05 năm	Gói	4.550.000 <i>(910.000/năm)</i>	1.850.000 <i>(370.000/năm)</i>	1.850.000 <i>(370.000/năm)</i>
Dịch vụ chứng thực chữ ký số công cộng theo mô hình USB Token				
Gói dịch vụ 01 năm	Gói	1.829.000	1.049.000	1.049.000
Gói dịch vụ 02 năm	Gói	2.729.000 <i>(1.364.500/năm)</i>	1.449.000 <i>(724.500/năm)</i>	1.449.000 <i>(724.500/năm)</i>
Gói dịch vụ 03 năm	Gói	3.529.000 <i>(1.176.333/năm)</i>	1.749.000 <i>(583.000/năm)</i>	1.749.000 <i>(583.000/năm)</i>

Gói dịch vụ 04 năm	Gói	4.329.000 <i>(1.082.250/năm)</i>	2.049.000 <i>(512.250/năm)</i>	2.049.000 <i>(512.250/năm)</i>
Gói dịch vụ 05 năm	Gói	5.029.000 <i>(1.005.800/năm)</i>	2.349.000 <i>(469.800/năm)</i>	2.349.000 <i>(469.800/năm)</i>

Nguồn: Ban Quản lý kinh doanh

PHỤ LỤC 09

DANH SÁCH CÁC PHẦN MỀM MISA TÍCH HỢP ĐƯỢC VỚI CHỮ KÝ SỐ

STT	Đối với chữ ký số từ xa	Đối với chữ ký số USB Token
1	MISA meInvoice - Phát hành hóa đơn	MISA meInvoice - Phát hành hóa đơn
2	MISA meInvoice - Xử lý hóa đơn	AMIS Kế toán
3	MISA SME (2023)	AMIS Thuế TNCN
4	AMIS Kế toán	MISA Mimosa Desktop
5	AMIS Thuế TNCN	MISA Mimosa Online
6	MISA Mimosa Desktop	MISA Bamboo Online
7	MISA Mimosa Online	MISA Bumas Địa Phương
8	MISA Bamboo Desktop	MISA CukCuk - TTVN
9	MISA Bamboo Online	MISA eShop - TTVN
10	MISA QLCB	
11	MISA EMIS Học sinh	
12	MISA EMIS Khoản thu	
13	MISA CukCuk - TTVN - Web	
14	MISA CukCuk - TTVN - Desktop	
15	MISA eShop - TTVN	
16	AMIS Kế toán - HKD	

Nguồn: Khối sản xuất - Dự án eSign