



ISSN: 1859-3100

TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM TP. HỒ CHÍ MINH
TẠP CHÍ KHOA HỌC

KHOA HỌC GIÁO DỤC

Tập 16, Số 4 (2019): 101-113

HO CHI MINH CITY UNIVERSITY OF EDUCATION
JOURNAL OF SCIENCE

EDUCATION SCIENCE

Vol. 16, No. 4 (2019): 101-113

Email: tapchikhoahoc@hcmue.edu.vn; Website: http://tckh.hcmue.edu.vn

SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

*Phạm Thị Lan Phương**, *Phạm Thị Hương*

Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh

**Tác giả liên hệ: Phạm Thị Lan Phương – Email: ptlphuong@ier.edu.vn*

Ngày nhận bài: 23-02-2019; ngày nhận bài sửa: 07-3-2019; ngày duyệt đăng: 24-4-2019

TÓM TẮT

Bài viết trình bày kết quả nghiên cứu về chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của sinh viên (SV) về dịch vụ của trường đại học (ĐH). Nhóm nghiên cứu đã xây dựng công cụ đánh giá sự hài lòng của SV qua các thành phần của chất lượng dịch vụ và tiếp đó kiểm định mô hình. Sáu lĩnh vực dịch vụ được nghiên cứu gồm thư viện, kí túc xá, căn-tin, tư vấn học tập, tư vấn và giới thiệu việc làm, tổng thể cơ sở vật chất và sự hỗ trợ của các phòng ban. Kết quả cho thấy sáu lĩnh vực dịch vụ đều ảnh hưởng thuận chiều đến sự hài lòng chung của SV.

Từ khóa: sự hài lòng, chất lượng dịch vụ, sinh viên, các trường đại học.

1. Đặt vấn đề

Cạnh tranh giữa các trường ĐH đã trở thành một hiện thực của toàn cầu. Ở các nước có nền giáo dục ĐH chịu tác động mạnh của thị trường như Mỹ, việc các trường ĐH phải đóng cửa đã trở thành bình thường. Trang mạng của *Hiệp hội trường tư thục California* đã thống kê số trường ĐH đóng cửa từ năm 2016 đến nay, trong đó có cả các trường công lập (CAPPS, 2019). Tại Việt Nam, các chính sách như kiểm định chất lượng, tăng cường tự chủ và trách nhiệm giải trình của cơ sở giáo dục ĐH được ban hành trong thời gian gần đây đã góp phần tạo lập môi trường cạnh tranh giữa các trường ĐH.

Các trường ĐH Việt Nam ngày càng quan tâm đến việc đáp ứng nhu cầu và sự hài lòng của các bên liên quan mà SV là một bên liên quan vô cùng quan trọng. Cải thiện chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của SV về nhà trường không chỉ để đáp ứng các tiêu chuẩn của kiểm định chất lượng giáo dục mà còn để thu hút SV vào trường, góp phần cho sự tồn tại và phát triển của nhà trường.

Bài viết này trình bày nghiên cứu về sự hài lòng của SV đối với các dịch vụ của trường ĐH. Bài viết nhận diện những lĩnh vực dịch vụ của trường ĐH và phương pháp đánh giá sự hài lòng của SV về nhà trường. Vận dụng tiếp cận đo lường chất lượng dịch vụ vào lĩnh vực giáo dục ĐH, tác giả tìm cách giải thích sự hài lòng chung của SV đối với sáu lĩnh vực chất lượng dịch vụ gồm thư viện, kí túc xá, căn-tin, tư vấn học tập, tư vấn và giới thiệu việc làm, tổng thể cơ sở vật chất và hỗ trợ của phòng ban. Nghiên cứu thực tiễn được thực hiện tại Thành phố Hồ Chí Minh (TPHCM), vì đây là trung tâm giáo dục của cả nước,

có môi trường hoạt động giáo dục ĐH sôi động và có tính cạnh tranh cao. Thực tiễn tại địa bàn TPHCM có thể là những tiêu chuẩn so sánh cho các cơ sở giáo dục ĐH khác.

2. Nội dung

2.1. Tổng quan về dịch vụ của trường ĐH và sự hài lòng của SV

- **Khái niệm dịch vụ**

Theo nghĩa phổ thông trong *Từ điển tiếng Việt* của Hoàng Phê và cộng sự (2003), dịch vụ là “*bộ phận của hoạt động thương nghiệp, phục vụ trực tiếp sản xuất và sinh hoạt*”. Trong *Từ điển Oxford*, service, dịch sang tiếng Việt là dịch vụ, là “*hành động giúp đỡ hoặc làm việc gì cho ai đó*”. Trong kinh tế học, một dịch vụ được thực hiện để phục vụ lợi ích cho khách hàng và thu về một khoản phí. Trong bối cảnh này, dịch vụ là một giao dịch. Đặc điểm của các giao dịch dịch vụ là không có hàng hóa vật chất được chuyển từ người bán cho người mua.

Dahlgaard-Park (2015), tác giả biên tập cuốn “*Từ điển bách khoa toàn thư SAGE về chất lượng và nền kinh tế dịch vụ*”, cho rằng một trong những tổ chức đầu tiên tìm cách định nghĩa dịch vụ là Hiệp hội Tiếp thị Mỹ. Tổ chức này định nghĩa dịch vụ là “*hoạt động, lợi ích hoặc sự hài lòng được cung ứng để bán hoặc được cung ứng cùng với bán hàng hóa*”. Tài liệu này cũng đề cập đến một số định nghĩa của các nhà nghiên cứu khác và kết luận rằng có nhiều định nghĩa về dịch vụ là do và mỗi tác giả nhấn mạnh tới một số đặc điểm (tính vô hình, không đồng nhất, không thể tách rời...) và các yếu tố tạo thành (đầu vào, quá trình, đầu ra) của dịch vụ.

Như vậy, nếu không chi tiết hóa định nghĩa dịch vụ từ các đặc điểm và yếu tố cấu thành của nó thì có thể coi một định nghĩa chung nhất về *dịch vụ đó là một hoạt động tạo ra một lợi ích chứ không phải một sản phẩm vật chất, có thể vì mục đích thương mại hoặc không*.

- **Dịch vụ của trường đại học**

Hoạt động giảng dạy hay đào tạo là một hoạt động chủ đạo của phần lớn các trường ĐH. Hoạt động này gắn liền với SV và không thể tách rời SV. Tuy nhiên, theo truyền thống, SV có rất ít tiếng nói trong việc lựa chọn những yếu tố tác động thực chất tới chất lượng đào tạo như chương trình giảng dạy, kiến thức và kỹ năng được cung cấp trong các khóa học, phương pháp giảng dạy, chuẩn mực học thuật, giảng viên.

Với sự ủng hộ quan điểm SV là khách hàng quan trọng của trường ĐH, SV đã có những cơ hội phản ánh nhu cầu của họ về cơ sở vật chất, môi trường học tập, dịch vụ thư viện và dịch vụ máy tính, chỗ ở, chăm sóc sức khỏe, thực phẩm, đời sống xã hội, hỗ trợ tài chính. Để thu hút SV vào trường, ngày càng nhiều các trường ĐH chú ý tới nâng cao chất lượng dịch vụ dành cho SV và cải thiện sự hài lòng của SV về nhà trường.

Sau cuộc Hội thảo thế giới về giáo dục ĐH năm 1998, các nước ngày càng quan tâm đến chuyên nghiệp hóa công tác SV và dịch vụ SV. Theo báo cáo của UNESCO (2009), các trường ĐH thường có những đơn vị chuyên trách dịch vụ SV với mục đích cung cấp

những trải nghiệm học tập toàn diện cho SV bằng những chương trình ngoại khóa và dịch vụ hỗ trợ cuộc sống. Báo cáo này cho rằng những đơn vị chuyên trách dịch vụ SV trong trường ĐH thực hiện những nhiệm vụ như sau:

- Tư vấn học tập (hệ thống cung cấp thông tin về tiến bộ học tập và yêu cầu bằng cấp);
- Trung tâm hỗ trợ học tập (văn phòng đặt tại mỗi khuôn viên của trường);
- Tuyển sinh (nộp hồ sơ, thông báo trúng tuyển/từ chối và những lưu ý nhập học);
- Dịch vụ cho SV không truyền thống (có con, vợ/chồng), cần hỗ trợ việc đi lại;
- Quan hệ với cựu SV;
- Thư viện, nhà sách;
- Các trung tâm cung cấp thông tin.

Ngoài ra còn có nhiều hoạt động dịch vụ đa dạng khác được các đơn vị cùng phối hợp cung cấp, như: các hoạt động xã hội trong nhà trường; hiệp hội và câu lạc bộ SV; hỗ trợ tài chính; phát triển nghề nghiệp; chương trình định hướng cho SV năm nhất; tham vấn (tâm lí, pháp luật); nhà trẻ; bảo vệ và an ninh trường học; dịch vụ ăn uống; khu thể thao và giải trí, dịch vụ y tế.

- **Sự hài lòng của SV về dịch vụ của trường ĐH**

Sự hài lòng là một trạng thái cảm xúc tích cực khi một người được thỏa mãn nhu cầu. Sự hài lòng của SV thường được chấp nhận như một thái độ ngắn hạn, là kết quả của việc đánh giá trải nghiệm giáo dục của SV (Elliot & Healy, 2001). Weerasinghe và Fernando (2017) xem xét tất cả các tài liệu có sẵn về sự hài lòng SV đối với giáo dục ĐH và không thấy nhiều thay đổi trong định nghĩa của khái niệm này.

Theo Wiers-Jenssen, Stensaker và Groggaard (2002), cho tới những năm 1990 sử dụng khảo sát sự hài lòng của SV là một công cụ đánh giá vẫn còn mới mẻ ở châu Âu. Các nhà quản lí trường ĐH ngày càng quan tâm nhiều hơn đến quan điểm của người tiêu dùng và thường đặt ưu tiên cho những yếu tố mà nhà trường có thể kiểm soát để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của SV. Các nghiên cứu về sự hài lòng của SV chỉ ra rằng có 3 nhóm yếu tố chính tác động tới sự hài lòng của SV đó là: (1) chất lượng giáo dục liên quan đến chương trình dạy học và đội ngũ giảng viên, (2) môi trường xã hội, và (3) cơ sở vật chất và các nguồn lực của nhà trường (Wiers-Jenssen và cộng sự, 2002; Kane, Williams & Cappuccini-Ansfield, 2008).

Anh quốc là nước tiên phong ở châu Âu chú ý tới thu thập phản hồi của SV về các dịch vụ của trường ĐH. Mối quan tâm đến sự hài lòng của SV đã phát triển mạnh mẽ tại Anh quốc từ những năm 1990 thông qua các cuộc khảo sát hàng năm sử dụng Tiếp cận Sự hài lòng của SV (Harvey, Moon & Plimmer, 1997) và đã lan sang nhiều nước khác. Những người ủng hộ sử dụng cách tiếp cận này cho rằng phản hồi của SV về sự hài lòng của họ được thực hiện nhất quán và theo chu kì là một công cụ đối sánh cực kì giá trị. Tiếp cận Sự hài lòng của SV chia các lĩnh vực mà SV đánh giá về trường ĐH thành 3 mảng, đó là: (1) hỗ trợ học tập, (2) các dịch vụ nguồn lực học tập, và (3) các dịch vụ hỗ trợ cuộc sống,

trong đó mảng hỗ trợ học tập được coi là trách nhiệm của nhà trường và giảng viên, còn 2 mảng sau được coi là các dịch vụ (được trình bày trong Bảng 1).

Cùng thời gian với sự quan tâm đến sự hài lòng của SV diễn ra ở Anh quốc, các học giả ở Mỹ cũng phát triển một bộ công cụ khảo sát sự hài lòng của SV, được gọi là Hồ sơ Sự hài lòng của SV Noel Levitz, được sử dụng phổ biến ở Mỹ và Canada từ năm 1994 cho đến nay. Bộ công cụ khảo sát này có phiên bản đang được sử dụng hiện nay gồm hơn 100 câu hỏi, trong đó có 73 câu hỏi về sự hài lòng và một số câu hỏi thông tin cá nhân và những câu hỏi mà trường ĐH thiết kế cho riêng họ (Ruffalo Noel Levitz, 2019). Các câu hỏi về sự hài lòng được chia thành 12 nhóm, gồm: hiệu quả tư vấn học tập, dịch vụ hỗ trợ học tập (thư viện, phòng máy tính...), môi trường trong nhà trường, cuộc sống SV, chương trình hỗ trợ tại trường, quan tâm đến từng cá nhân, hiệu quả giảng dạy, hiệu quả tuyển sinh và hỗ trợ tài chính, hiệu quả đăng kí và thanh toán, đáp ứng các tập thể SV đa dạng, an toàn và bảo mật, các lĩnh vực dịch vụ xuất sắc, coi SV là trung tâm. Như vậy, phân nhóm câu hỏi trong Hồ sơ Sự hài lòng của SV Noel Levitz một cách gọn lại có thể chia thành 3 nhóm gồm: hỗ trợ học tập (hiệu quả tư vấn học tập, hiệu quả giảng dạy), các nguồn lực học tập (dịch vụ hỗ trợ học tập, chương trình hỗ trợ tại trường, hiệu quả tuyển sinh và hỗ trợ tài chính, hiệu quả đăng kí và thanh toán) và các dịch vụ sinh hoạt (môi trường cuộc sống SV, quan tâm đến từng cá nhân, đáp ứng các tập thể SV đa dạng, an toàn và bảo mật, các lĩnh vực dịch vụ xuất sắc, coi SV là trung tâm).

Bảng 1. Các câu hỏi về dịch vụ trong khảo sát sự hài lòng của SV ở Anh quốc

Dịch vụ nguồn lực học tập	Dịch vụ hỗ trợ cuộc sống
<i>Thư viện</i>	<i>Hội SV</i>
Các loại tài liệu để hỗ trợ môn học	Sự đa dạng của các hoạt động xã hội
Số lượng sách cập nhật	Việc tổ chức các sự kiện xã hội
Sự sẵn có của tài liệu môn học do GV đề nghị	Tuần lễ Tân SV
Sự hữu ích của nhân viên thư viện	Giao tiếp giữa Hội và SV
Tốc độ dịch vụ mượn sách liên thư viện	Sự sẵn có của các cơ sở thể thao ĐH
Giờ mở cửa	Sự sẵn có thông tin tại Trung tâm Tư vấn
Sẵn có của máy photocopy	Hỗ trợ của nhân viên
Dễ dàng định vị sách/tạp chí trên kệ	Khả năng tiếp cận dịch vụ
Sự phù hợp của không gian làm việc cá nhân	Sự hữu ích của tư vấn
Độ ồn	<i>Văn phòng dịch vụ SV</i>
Sự hữu ích của danh mục thư viện	Sự hữu ích của nhân viên tiếp tân
Tiếp cận các dịch vụ điện tử	
Sự hữu ích của dịch vụ điện tử	
<i>Máy tính (Computing)</i>	<i>Môi trường</i>
Tính khả dụng của máy tính	Nhà vệ sinh
Số lượng máy tính	Ánh sáng trong phòng
Tính khả dụng của phần mềm cập nhật	Mức độ các phòng được trang bị phù hợp
Sẵn có của máy in	Cung cấp phòng thí nghiệm/hội thảo/không gian làm việc/phòng thực hành
Chất lượng in ấn	

Bảo trì máy in	Sự sẵn có của không gian xã hội
Truy cập internet/e-mail	Dịch vụ xe đạp
<i>Phòng máy tính truy cập mở (Open Access Computer Room)</i>	<i>Căn-tin</i>
Tính khả dụng của máy tính	Chất lượng thực phẩm
Bảo trì máy tính	Đáp ứng đa dạng các yêu cầu chế độ ăn uống
Sẵn có của máy in	Sự sạch sẽ của các căn-tin
Chất lượng in ấn	
Hữu ích của nhân viên hỗ trợ/ kỹ thuật viên	

Nguồn: Kane và cộng sự (2008)

Khảo sát sự hài lòng của SV thường dùng thang đo Likert, có thể là 7 mức độ như trong Tiếp cận sự hài lòng của SV sử dụng tại Anh và trong Hồ sơ Sự hài lòng của SV Noel Levitz sử dụng tại Mỹ và Canada, hay thang đo 5 mức độ như trong khảo sát tại Na Uy (Wiers-Jenssen và cộng sự, 2002), tại Việt Nam (Phạm Thị Liên, 2016; Nguyễn Thị Xuân Hương, Nguyễn Thị Phượng & Vũ Thị Hồng Loan, 2016). Việc sử dụng thang đo 3 mức độ, 5 mức độ hay 7 mức độ phụ thuộc vào mục tiêu muốn thang đo chi tiết như thế nào.

2.2. *Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của SV*

• *Chất lượng dịch vụ*

Chất lượng là một khái niệm phức tạp và đa chiều, tùy theo hướng tiếp cận mà khái niệm chất lượng được hiểu theo các cách khác nhau. Dịch vụ có những đặc điểm khác với các sản phẩm hữu hình như tính vô hình, không đồng nhất, không thể tách rời, nên khi bàn đến chất lượng dịch vụ người ta thường tiếp cận từ quan điểm đánh giá của người tiêu dùng hay còn gọi là quan điểm chất lượng cảm nhận.

Chất lượng cảm nhận theo nghĩa rộng là sự đánh giá của người tiêu dùng về tổng thể tính xuất sắc hay ưu việt của sản phẩm hoặc dịch vụ (Zeithaml, 1988). Định nghĩa một cách chi tiết hơn, chất lượng dịch vụ là một thái độ tổng thể của người tiêu dùng, là kết quả sự so sánh giữa mong đợi về dịch vụ và kết quả dịch vụ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985).

Để đo lường chất lượng dịch vụ, Parasuraman và cộng sự (1985; 1988) đã phát triển mô hình SEVRQUAL, một mô hình được trích dẫn rất nhiều trong các nghiên cứu về chất lượng dịch vụ. Trong những nỗ lực đầu tiên, Parasuraman và cộng sự (1985) đề xuất đo lường chất lượng dịch vụ qua 10 yếu tố. Tuy nhiên ở phiên bản cải tiến Parasuraman và cộng sự (1988) rút gọn các yếu tố đo lường chất lượng dịch vụ xuống còn 5, cụ thể là:

1. Phương tiện hữu hình (tangibles): gồm cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ; sự thể hiện bên ngoài của nhân viên.

2. Tính tin cậy (reliability): công ti thực hiện dịch vụ phù hợp và chính xác với những gì đã cam kết, hứa hẹn.

3. Năng lực phục vụ (assurance): kiến thức, chuyên môn nghiệp vụ, phong cách phục vụ của nhân viên; khả năng của nhân viên làm cho khách hàng tin tưởng.

4. Tính đáp ứng (responsiveness): mức độ nhân viên sẵn sàng giúp đỡ khách hàng và đáp ứng kịp thời các nhu cầu của khách hàng.

5. Sự cảm thông (empathy): sự quan tâm và chú ý của công ti và nhân viên đến từng cá nhân khách hàng.

Mô hình SERVQUAL đo lường chất lượng dịch vụ bằng cách tính khoảng cách giữa mức độ cảm nhận kết quả dịch vụ và mức độ kì vọng. Sử dụng mô hình này giúp xác định được các yếu tố và các thành phần giải thích chất lượng dịch vụ, từ đó giúp các nhà quản lí biết được cần cải thiện yếu tố nào để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

Tuy nhiên, theo Cronin và Taylor (1992), kì vọng là yếu tố khó xác định và có khách hàng không đặt ra kì vọng, do vậy có rất ít cơ sở lí luận và thực tiễn ủng hộ cho việc tính khoảng cách giữa cảm nhận kết quả và kì vọng để đo lường chất lượng dịch vụ. Họ đề xuất mô hình SERVPERF, là một sự kế thừa mô hình SERVQUAL để nghiên cứu chất lượng dịch vụ trong mối quan hệ với sự hài lòng và ý định mua hàng. Kết quả phân tích số liệu trong nghiên cứu của Cronin và Taylor (1992) cho thấy thang đo chỉ dựa vào kết quả thực hiện dịch vụ giải thích tốt về chất lượng dịch vụ.

- **Sự hài lòng và mối quan hệ với chất lượng dịch vụ**

Trong phần 2.3 đã đề cập khái niệm sự hài lòng và coi đó là một trạng thái cảm xúc, một thái độ ngắn hạn là kết quả của việc đánh giá kết quả dịch vụ. Trong phần 3.1 đã định nghĩa chất lượng dịch vụ là thái độ tổng thể của người tiêu dùng, là kết quả sự nhận thức dịch vụ. Như vậy, hai khái niệm này có nhiều điểm tương đồng nhưng có sự khác biệt. Chất lượng dịch vụ được coi là một thái độ tổng thể dài hạn, được hình thành từ nhận thức kết quả dịch vụ, còn sự hài lòng là một thái độ tổng thể ngắn hạn, có tính cảm xúc, gắn với một giao dịch cụ thể.

Nghiên cứu của Cronin và Taylor (1992) cho thấy chất lượng dịch vụ là một yếu tố dẫn đến sự hài lòng của khách hàng và sự hài lòng của khách hàng có tác động mạnh hơn đến ý định mua hàng so với chất lượng dịch vụ. Điều này ngụ ý rằng người quản lí cần phải chú trọng đến sự hài lòng tổng thể của khách hàng hơn là chỉ chú ý đến yếu tố chất lượng dịch vụ.

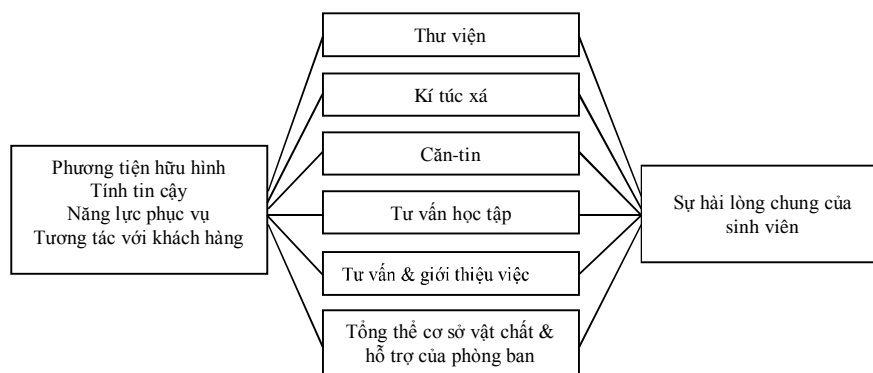
Chúng tôi kế thừa mô hình đo lường chất lượng dịch vụ SERVPERF, tuy nhiên rút gọn lại còn bốn thành phần là (1) phương tiện hữu hình, (2) tính tin cậy, (3) năng lực phục vụ, và (4) sự tương tác với khách hàng gồm những thành phần phụ liên quan đến tính đáp ứng và sự cảm thông. Gộp tính đáp ứng và sự cảm thông lại là vì không dễ dàng phân biệt hai thành phần này trong khu vực giáo dục ĐH Việt Nam còn mang nhiều tính sự nghiệp.

2.3. Mô hình và mẫu nghiên cứu thực tiễn

Mô hình mối quan hệ chất lượng dịch vụ ảnh hưởng tới sự hài lòng của SV được trình bày ở Hình 1. Với mô hình khái niệm này, có sáu nhóm yếu tố chính tác động đến “Sự hài lòng chung” về chất lượng dịch vụ và mỗi nhóm được đánh giá bằng các câu hỏi trong phiếu khảo sát SV:

- ✓ Chất lượng thư viện: gồm có 11 câu hỏi + 1 câu về sự hài lòng
- ✓ Chất lượng kí túc xá: gồm có 12 + 1 câu về sự hài lòng
- ✓ Chất lượng căn tin: gồm có 6 câu hỏi + 1 câu về sự hài lòng
- ✓ Chất lượng tư vấn học tập: gồm có 9 câu hỏi + 1 câu về sự hài lòng
- ✓ Chất lượng dịch vụ tư vấn và giới thiệu việc làm: gồm có 11 câu hỏi + 1 câu về sự hài lòng
- ✓ Chất lượng về tổng thể cơ sở vật chất và sự hỗ trợ của các phòng ban: gồm có 15 câu hỏi + 1 câu về sự hài lòng

Khái niệm “Sự hài lòng chung” có 7 biến quan sát.



Hình 1. Mô hình sự hài lòng và chất lượng dịch vụ tại các trường ĐH

Khảo sát SV được thực hiện tại TPHCM tập trung tại sáu trường ĐH, trong đó có năm trường công lập và một trường trường tư thục. Tổng số phiếu trả lời khảo sát là 689. Câu hỏi về sự cảm nhận chất lượng dịch vụ và sự hài lòng sử dụng thang đo Likert 5 mức độ.

2.4. Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của SV về trường ĐH tại TPHCM

- **Kiểm định độ tin cậy của các thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha** (xem Bảng 2)

Bảng 2 cho thấy sáu thang đo có hệ số Cronbach's Alpha từ 0,896 đến 0,973 ($> 0,6$), chứng tỏ các thang đo có độ tin cậy cao. Ngoài ra, tất cả các biến quan sát trong thang đo của các nhân tố và các biến quan sát của thang đo độ hài lòng có hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3 nên có thể đưa vào phân tích nhân tố.

Bảng 2. Kiểm định độ tin cậy của các thang đo

STT	Thang đo	Hệ số Cronbach's Alpha
1	Thư viện	0,949
2	Kí túc xá	0,939
3	Căn-tin	0,896
4	Tư vấn học tập	0,918
5	Tư vấn và giới thiệu việc làm	0,973
6	Tổng thể cơ sở vật chất và hỗ trợ của các phòng ban	0,959

- *Phân tích nhân tố khám phá (xem Bảng 3)*

Phương pháp Principal Component với phép xoay Varimax được sử dụng theo tiêu chuẩn Eigenvalue lớn hơn 1 và các biến quan sát có hệ số tải nhỏ hơn 0,5 sẽ bị loại. Kết quả EFA lần 6 (Bảng 3) là có hệ số KMO = 0,917, giá trị kiểm định Bartlett có ý nghĩa (sig. < 0,05), 6 nhóm nhân tố được trích với tổng phương sai trích là 75,37%. Các biến bị loại là: ktx2, ktx4, ktx5, tv2, tv4, tv7, csvc1, ct2, ct3 (9 biến).

Bảng 3. Kết quả EFA các nhóm dịch vụ của trường ĐH

Biến quan sát	Kí hiệu	Nhóm nhân tố				
		GTVL	KTX	TVHT	TV	CSVCT
Nhân viên TV>VL có kiến thức, hiểu biết để trả lời các câu hỏi của SV	gtvl7	.820				
Nhân viên TV>VL cung ứng các dịch vụ nhanh chóng, phúc đáp các câu hỏi của SV đúng hẹn và kịp thời	gtvl9	.816				
Bộ phận TV>VL cung ứng các dịch vụ đúng như cam kết	gtvl6	.816				
Nhân viên TV>VL lắng nghe và hiểu được nhu cầu của SV	gtvl11	.799				
Nhân viên TV>VL có phong cách làm việc lịch sự, tôn trọng SV	gtvl8	.773				
Các hoạt động phát triển nghề nghiệp cho SV có tác dụng và hiệu quả	gtvl4	.763				
Nhân viên TV>VL hỗ trợ nhiệt tình và tư vấn hiệu quả cho SV	gtvl5	.760				
Địa điểm văn phòng tư vấn và giới thiệu việc làm (TV>VL) thuận tiện	gtvl10	.748				
Có phòng tư vấn riêng cho SV	gtvl1	.716				
Trường có triển khai các hoạt động phát triển nghề nghiệp cho SV (liên hệ thực tập, tham quan doanh nghiệp, đào tạo kỹ năng mềm, hội chợ và giới thiệu việc làm...)	gtvl2	.714				
Nhân viên TV>VL hỗ trợ nhiệt tình và tư vấn hiệu quả cho SV	gtvl3	.690				
Nhân viên KTX có kiến thức và hiểu biết để giải đáp các thắc mắc của SV	ktx9		.833			
Nhân viên KTX cung ứng các dịch vụ nhanh chóng, phúc đáp các câu hỏi và thắc mắc của SV đúng hẹn, kịp thời	ktx11		.819			
Nhân viên KTX lắng nghe và hiểu được nhu cầu của SV	ktx12		.817			
KTX cung cấp dịch vụ đúng như cam kết	ktx8		.811			
Nhân viên KTX làm việc chuyên nghiệp và tôn trọng SV	ktx10		.776			

KTX có các quy định, chi dẫn đầy đủ, rõ ràng, dễ hiểu	ktx7	.760	
Môi trường trong KTX an toàn (an ninh, phòng cháy chữa cháy...)	ktx6	.753	
Giá cả các dịch vụ trong KTX hợp lí (điện nước, căn-tin, Internet, giữ xe, giặt ủi đồ...)	ktx5	.620	
KTX có đầy đủ các tiện tích giải trí (thể thao, văn hóa - văn nghệ, câu lạc bộ...)	ktx4	.591	
Cố vấn học tập nhiệt tình, lắng nghe và hiểu được nhu cầu của SV	tvht9	.783	
Cố vấn học tập tư vấn cho SV kịp thời, giải đáp các câu hỏi SV nhanh chóng, đúng hẹn	tvht8	.783	
Cố vấn học tập có kiến thức, hiểu biết để giải đáp các thắc mắc của SV	tvht5	.777	
Cố vấn học tập giúp SV chọn môn học phù hợp	tvht6	.762	
Trường thực hiện các hoạt động tư vấn học tập đúng như cam kết	tvht4	.760	
Cố vấn học tập giúp SV phát triển kỹ năng	tvht7	.756	
Thời gian tổ chức hoạt động tư vấn học tập phù hợp	tvht1	.701	
Địa điểm cho SV gặp cố vấn học tập tiện lợi	tvht2	.685	
Trường có các quy định về tư vấn học tập cụ thể, rõ ràng	tvht3	.664	
Nhân viên thư viện có phong cách làm việc chuyên nghiệp, giao thiệp lịch sự	tv9	.781	
Nhân viên thư viện có kiến thức để trả lời các câu hỏi của SV, có thể tư vấn sách, tài liệu tham khảo cho SV	tv8	.766	
Nhân viên thư viện lắng nghe và hiểu được nhu cầu của SV	tv11	.755	
Nhân viên thư viện cung ứng các dịch vụ nhanh chóng, giải đáp thắc mắc của SV đúng hẹn và kịp thời	tv10	.752	
Thư viện cung cấp các dịch vụ đúng như cam kết	tv12	.682	
Thư viện có nhiều không gian học tập (phòng đọc/học theo nhóm/ hội thảo), là nơi lí tưởng cho việc học tập của SV	tv4	.651	
Thư viện có đủ máy tính được kết nối mạng, công cụ/phần mềm tra cứu dễ sử dụng	tv3	.637	
Thư viện có đầy đủ các dịch vụ hỗ trợ khác tiện lợi (photocopy, giữ giỏ xách, giữ xe...)	tv5	.588	
Thư viện có các chỉ dẫn đầy đủ, rõ ràng, dễ hiểu	tv6	.580	
Hệ thống phòng thí nghiệm, phòng thực hành đầy đủ và hoạt động tốt	csvc2		.630

Hệ thống phòng học đầy đủ, đáp ứng được nhu cầu của SV	csvc1	.618
Trường có hệ thống bảng chỉ dẫn các tòa nhà, phòng học đầy đủ, chính xác	csvc8	.593
Khu tập thể dục thể thao, điểm giải trí ngoài giờ đáp ứng được nhu cầu của SV	csvc4	.593
Trường cung cấp các dịch vụ đúng như cam kết (học phí, học bổng, chính sách hỗ trợ,...)	csvc10	.590
Nhân viên phòng/ban có kiến thức và hiểu biết để trả lời các câu hỏi, thắc mắc của SV	csvc12	.584
Khu học tập chung cho SV có đủ chỗ ngồi, thoáng mát	csvc3	.578
Trạm y tế đáp ứng nhu cầu cơ bản của SV	csvc5	.541
Trường có kênh nhận các phản hồi của SV	csvc11	.498
Địa điểm căn-tin thuận tiện	ct1	.736
Nhân viên phục vụ niềm nở, lịch sự, phục vụ nhanh chóng	ct5	.719
Chỗ ngồi đủ, không gian thoáng mát	ct2	.664
Thức ăn, đồ uống đảm bảo dinh dưỡng, vệ sinh an toàn thực phẩm	ct3	.661
Thức ăn, đồ uống đa dạng, phù hợp với SV	ct4	.578

Bảng 4. Các nhóm dịch vụ sau phép xoay nhân tố

Nhân tố	Tên nhân tố	Các biến quan sát
F1	Dịch vụ tư vấn và giới thiệu việc làm	gtvl7, gtv19, gtv16, gtv111, gtv15, gtv11, gtv14, gtv110, gtv18, gtv11, gtv12, gtv13
F2	Kí túc xá	ktx1, ktx2, ktx4, ktx5, ktx12, ktx9, ktx8, ktx11, ktx7, ktx10, ktx6, ktx12
F3	Tư vấn học tập	tvht9, tvht4, tvht7, tvht5, tvht6, tvht2, tvht1, tvht3, tvht8
F4	Tổng thể cơ sở vật chất	csvc10, csvc12, csvc3, csvc5, csvc4, csvc11, csvc8, csvc6, csvc2, csvc1
F5	Thư viện	tv8, tv9, tv11, tv10, tv3, tv6, tv5, tv4, tv12
F6	Căn-tin	ct4, ct5, ct1, ct2, ct3

• **Phân tích hồi quy đa biến**

Kết quả phân tích tương quan giữa các nhóm dịch vụ với sự hài lòng chung cho thấy các nhóm dịch vụ có mối quan hệ với biến phụ thuộc sự hài lòng. Trong đó, tương quan mạnh nhất với biến F5 (Thư viện) (0,753, $p < 0,05$) và tương quan yếu nhất với biến F2 (KTX) (0,622, $p < 0,05$). Ngoài ra, R bình phương hiệu chỉnh của mô hình là 0,752 chứng tỏ 6 biến độc lập đưa vào ảnh hưởng đến 75,2% sự thay đổi của biến phụ thuộc và Durbin-Watson là 2,045, không có sự tương quan chuỗi bậc nhất trong mô hình. Kết quả chạy ANOVA cho thấy giá trị Sig của kiểm định F là $0,000 < 0,05$. Như vậy, mô hình hồi quy

tuyến tính xây dựng được phù hợp với tổng thể. Bảng 5 dưới đây là kết quả phân tích hồi quy đa biến của mô hình đề xuất:

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hoá		Hệ số hồi quy đã chuẩn hoá	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Hằng số	.182	.131		1.392	.165		
F1	.192	.040	.212	4.842	.000	.419	2.386
F2	.106	.036	.111	2.942	.004	.565	1.771
1 F3	.160	.039	.173	4.057	.000	.445	2.246
F4	.186	.048	.202	3.842	.000	.293	3.413
F5	.190	.034	.227	5.667	.000	.504	1.983
F6	.136	.039	.138	3.503	.001	.519	1.929

Từ Bảng 4, ta có: (a) VIF (Variance Inflation Factor, độ phóng đại phương sai) < 10, vì vậy không có hiện tượng đa cộng tuyến; (b) Các biến F1... F6 đều có ý nghĩa thống kê vì sig. < 0,05; (c) Thứ tự ảnh hưởng của các biến là: F5, F1, F4, F3, F6, F2 (hệ số Beta được chuẩn hóa).

Vậy, mô hình hồi quy bội là:

$$HLC = 0,182 + 0,212 * F1 + 0,111 * F2 + 0,173 * F3 + 0,202 * F4 + 0,227 * F5 + 0,138 * F6$$

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy các biến trong thang đo chất lượng dịch vụ tại các trường ĐH tại TPHCM có hệ số β đều dương nên tất cả các nhóm nhân tố chất lượng dịch vụ trong mô hình hồi quy đều ảnh hưởng cùng chiều đến sự hài lòng của SV.

Kết quả kiểm định thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá rút gọn đã giảm số biến quan sát từ 68 xuống còn 57. Hồi quy bội theo phương pháp đưa vào một lượt cho thấy sáu nhóm dịch vụ này ảnh hưởng cùng chiều đến sự hài lòng của SV. Trong đó, nhóm dịch vụ ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của SV là thư viện (hệ số hồi quy chuẩn hóa là: 0,227), tiếp đến lần lượt là tư vấn và giới thiệu việc làm, tổng thể cơ sở vật chất và hỗ trợ của phòng ban, tư vấn học tập, căn-tin, và cuối cùng là kí túc xá. Vì vậy, có thể kết luận rằng khi tăng giá trị của bất kì nhóm dịch vụ nào cũng đều làm tăng mức độ hài lòng của SV với xác suất là 75,2%.

Nâng cao sự hài lòng của người sử dụng dịch vụ là mong muốn của bất kì tổ chức nào. Kết quả nghiên cứu cho thấy có cả sáu lĩnh vực dịch vụ tương quan dương đến sự hài lòng của SV. Việc nâng cao sự hài lòng của SV đối với dịch vụ của các trường ĐH cần thực hiện theo thứ tự ưu tiên theo mức độ tác động từ cao đến thấp của các thành phần trong mô hình hồi quy dựa vào hệ số β chuẩn hóa như sau: thư viện, tư vấn và giới thiệu việc làm, tổng thể cơ sở vật chất và hỗ trợ của phòng ban, tư vấn học tập, căn-tin, kí túc xá.

Kí túc xá đặc biệt hơn các dịch vụ khác ở điểm số lượng người tiêu dùng bị giới hạn, trong số 689 SV tham gia khảo sát, chỉ có 328 SV ở kí túc xá.

3. Kết luận

Trong xu thế ủng hộ quan điểm SV là khách hàng quan trọng của trường ĐH, SV đã có những cơ hội phản ánh nhu cầu của họ về các dịch vụ của nhà trường. Trường ĐH nào đem đến sự hài lòng cho SV cao thì sẽ thu hút được nhiều SV đến đăng kí. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm chỉ ra những tác động của chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng của SV các trường ĐH ở TPHCM.

Kết quả nghiên cứu cho thấy chất lượng dịch vụ được hình thành trên cơ sở các thành phần: phương tiện hữu hình, tính tin cậy, năng lực phục vụ, tương tác với khách hàng của sáu lĩnh vực dịch vụ: kí túc xá, thư viện, tư vấn và giới thiệu việc làm, hỗ trợ học tập, tổng thể cơ sở vật chất, và căn-tin. Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng chất lượng dịch vụ tác động trực tiếp và cùng chiều đến sự hài lòng của SV đối với dịch vụ của trường ĐH. Trong đó, ba lĩnh vực dịch vụ ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng của SV là thư viện, tư vấn và giới thiệu việc làm, tổng thể cơ sở vật chất và hỗ trợ của phòng ban; còn ba lĩnh vực dịch vụ: tư vấn học tập, căn-tin, và kí túc xá ảnh hưởng ít hơn đến mức hài lòng của SV.

Trong các nghiên cứu tiếp theo có thể sử dụng phương pháp định tính để tìm hiểu và đánh giá thêm về sự ảnh hưởng của các lĩnh vực dịch vụ dịch vụ trên, đặc biệt là tư vấn học tập đến mức độ hài lòng của SV.

❖ **Tuyên bố về quyền lợi:** Các tác giả xác nhận hoàn toàn không có xung đột về quyền lợi.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Nguyễn Thị Xuân Hương, Nguyễn Thị Phương, Vũ Thị Hồng Loan. (2016). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên với điều kiện cơ sở vật chất và phục vụ tại Trường Đại học Lâm Nghiệp. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ lâm nghiệp*, 2, 163-172.
- Phạm Thị Liên. (2016). Chất lượng dịch vụ đào tạo và sự hài lòng của người học – Trường hợp Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội. *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội*, 32(4).
- Hoàng Phê và cộng sự. (2003). *Từ điển tiếng Việt*. Đà Nẵng: NXB Đà Nẵng.
- Cronin, J. J. & Taylor, S. A. (1992). *Measuring service quality: A re-examination and extension*. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Dahlgaard-Park, Su Mi (2015). Services, characteristics and definitions. *The SAGE Encyclopedia of Quality and the Service Economy*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- Elliot, K. M., & Healy M. A. (2001). Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention. *Journal of Marketing for Higher Education*, 10, 1-11.
- Harvey, L., Moon, S. & Plimmer, L., (1997). *The student satisfaction manual*. Buckingham, SRHE and Open University Press.
- Kane D., Williams J. & Cappuccini-Ansfield G. (2008) Student Satisfaction Surveys: The value in

- taking an historical perspective, *Quality in Higher Education*, 14(2), 135-155.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- UNESCO (2009). *Student affairs and services in higher education: global foundations, issues and best practices*. Paris: UNESCO.
- Weerasinghe, I. & Fernando R. L. (2017). Students' satisfaction in higher education. *American Journal of Educational Research*, 5(5), 533-539.
- Wiers-Jenssen J., Stensaker, B. & Jens B. Groggaard (2002) Student Satisfaction: Towards an empirical deconstruction of the concept. *Quality in Higher Education*, 8(2), 183-195.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perception of price, quality and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.
- Ruffalo Noel Levitz (2019), The Student Satisfaction Inventory. https://www.ruffalonl.com/upload/Student_Retention/SSI/Samples/SSIFormA4yrPaperandPencilSample.pdf, truy cập ngày 10/2/2019.
- CAPPS (2019). How many colleges and universities have closed since 2016? <https://www.cappsonline.org/how-many-colleges-and-universities-have-closed-since-2016/>, truy cập ngày 14/2/2019.
-

**STUDENT SATISFACTION OF SERVICE QUALITY AT UNIVERSITIES
IN HO CHI MINH CITY**

Phạm Thị Lan Phương*, Phạm Thị Hương

Ho Chi Minh City University of Education

*Corresponding author: Phạm Thị Lan Phương – Email: ptlphuong@ier.edu.vn

Received: 23/02/2019; Revised: 07/3/2019; Accepted: 24/4/2019

ABSTRACT

The paper presents the research results on service quality and student satisfaction of services provided at universities. An instrument was developed to evaluate student satisfaction via dimensions of service quality, followed by model testing. Six areas of services have been studied including library, dormitory, canteen, academic counseling, job counseling and recommendations, overall facilities and functional office supports. The results show that six service areas positively affect student satisfaction.

Keywords: satisfaction, service quality, students, universities.