

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĐÀO TẠO TẠI TRƯỜNG CAO ĐẲNG KINH TẾ CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

FACTORS AFFECTING QUALITY SATISFACTION OF TRAINING SERVICES
AT HANOI COLLEGES OF INDUSTRIAL ECONOMICS

Đồng Trung Chính^{1,*}

TÓM TẮT

Bài báo này trình bày nghiên cứu về mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng cung cấp dịch vụ đào tạo tại trường Cao đẳng Kinh tế Công nghiệp Hà Nội. Dựa trên mô hình chất lượng dịch vụ của Gronroos, đã được Harvey L., Green D., và Hill phát triển trong nghiên cứu giáo dục. Kết quả nghiên cứu cho thấy có ba nhân tố tác động đến sự hài lòng của sinh viên đến chất lượng dịch vụ đào tạo là: Chương trình, tài liệu học tập ($\beta = 0,436$); Giáo viên, cơ sở vật chất ($\beta = 0,275$); Giá cả dịch vụ ($\beta = 0,215$). Mức độ giải thích mối quan hệ giữa các nhân tố bằng phương pháp hồi quy với R^2 hiệu chỉnh = 0,593. Qua kết quả nghiên cứu, tác giả đề xuất một số giải pháp cơ bản nhằm nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ đào tạo tại trường Cao đẳng Kinh tế Công nghiệp Hà Nội.

Từ khóa: Dịch vụ, đào tạo, sự hài lòng.

ABSTRACT

This paper presents study examines levels of students' satisfaction with the quality of training service at the Hanoi College of Industrial Economics. Based on Gronroos' service quality model, developed by Harvey L., Green D., and Hill in educational research. The results have shown that there are three factors that affect students' satisfaction on the quality of training services: Program, learning materials ($\beta = 0.436$); Teachers, facilities ($\beta = 0.275$); Service price ($\beta = 0.215$). The relationship between factors was explained by regression with adjusted $R^2 = 0.593$. Through the research results, the author proposes some basic solutions to improve the quality of training service delivery at Hanoi College of Industrial Economics.

Keywords: Service, training, satisfaction.

¹Trường Cao đẳng Kinh tế Công nghiệp Hà Nội

*Email: chinhd.t.hiec@gmail.com

Ngày nhận bài: 03/9/2021

Ngày nhận bài sửa sau phản biện: 30/9/2021

Ngày chấp nhận đăng: 25/10/2021

1. GIỚI THIỆU

Trong xã hội hiện đại ngày nay, giáo dục đã trở thành một ngành dịch vụ đặc biệt, đáp ứng những đơn đặt hàng về nguồn nhân lực của xã hội. Đứng trước sự cạnh tranh giữa các cơ sở đào tạo trong việc thu hút sinh viên (SV) đang diễn ra khốc liệt, điều này đòi hỏi các trường phải đáp

ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của người học. Một trường luôn sẵn sàng cung ứng những dịch vụ đào tạo chất lượng cao, thì sẽ thu hút nhiều SV thông minh và tài năng lựa chọn trường đó để học tập, chất lượng và uy tín của trường nhờ đó ngày càng tăng. Sự hài lòng của SV sẽ góp phần xây dựng hình ảnh của nhà trường trong cộng đồng, xã hội. Do đó, mỗi trường cần nắm rõ mức độ hài lòng của SV về các mặt hoạt động trong đó có chất lượng đào tạo, để không ngừng nỗ lực, cải thiện đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người học. Việc đánh giá mức độ hài lòng của SV về chất lượng dịch vụ đào tạo nói chung và về hoạt động đào tạo của trường đó nói riêng vẫn chưa được quan tâm thỏa đáng. Vì vậy, đánh giá chất lượng cung cấp dịch vụ đào tạo là chìa khóa cho việc gia tăng sức hút của nhà trường đối với các đối tượng trong cộng đồng. Nghiên cứu sự hài lòng của người học đối với chất lượng đào tạo đã được nhiều tác giả nghiên cứu ở trong và ngoài nước. Tuy nhiên, các nghiên cứu này chỉ mới chỉ thực hiện ở các trường đại học, chưa có tác giả nào nghiên cứu về lĩnh vực giáo dục nghề nghiệp, với đặc thù là dạy nghề ở các trường cao đẳng như hiện nay.

Trường Cao đẳng Kinh tế Công nghiệp Hà Nội (HIEC) là một trong những trường cao đẳng có uy tín ở Việt Nam, đào tạo đa nghề, nhiều cấp trình độ và các dịch vụ đào tạo chất lượng cao. Để hòa nhập và tiếp cận với hệ thống các mô hình đào tạo hiện đại trên thế giới, việc nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ đào tạo của nhà trường là hết sức cần thiết và cấp bách trong thời gian tới.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Dịch vụ và chất lượng dịch vụ: Dịch vụ được hiểu là một quá trình tương tác giữa nhà cung cấp dịch vụ và khách hàng, mục đích của việc tương tác này nhằm thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của khách hàng theo cách khách hàng mong đợi [12].

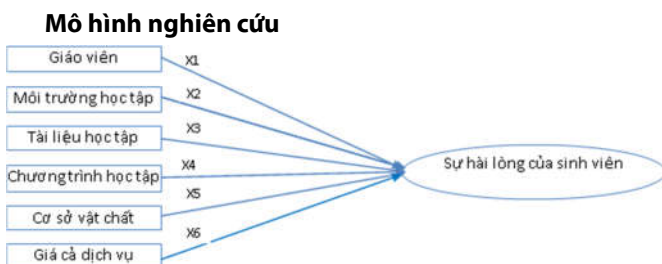
Sự hài lòng: Sự hài lòng của khách hàng là phản ứng của họ về sự khác biệt cảm nhận giữa kinh nghiệm đã biết và sự mong đợi [10]. Theo nghiên cứu của Oliver [9], sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng của các dịch vụ hay sản phẩm của một tổ chức bao gồm hai quá trình tác động

độc lập đến sự hài lòng của khách hàng đó là kỳ vọng về dịch vụ trước khi mua và cảm nhận về dịch vụ sau khi đã trải nghiệm. Việc quan tâm đến sự hài lòng của SV không chỉ giúp các trường thay đổi để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của SV, mà còn giúp nâng cao vị thế, uy tín, hiệu quả hoạt động của trường.

Theo ISO 8402, chất lượng dịch vụ là "Tập hợp các đặc tính của một đối tượng, tạo cho đối tượng đó khả năng thỏa mãn những yêu cầu đã nêu ra hoặc tiềm ẩn". Theo [4, 10], việc đánh giá chất lượng dịch vụ theo cảm nhận của khách hàng xuất phát từ việc so sánh cái mà khách hàng cảm thấy tổ chức nên cung cấp (mong đợi của họ) và sự nhận thức của khách hàng về thành quả do tổ chức cung cấp các dịch vụ (nhận thức của họ). Lý thuyết này được phát triển trong nghiên cứu giáo dục, theo [7, 8] đã đưa ra các yếu tố về chất lượng dịch vụ giáo dục như dịch vụ thư viện, trang bị phòng máy vi tính, dịch vụ cung cấp thức ăn, dịch vụ nhà ở, nội dung môn học, tiếp xúc cá nhân với nhân viên phòng ban, phương pháp giảng dạy, sự tham gia của SV,... trong một trường đại học dùng để điều tra sự nhận thức của SV đối với chất lượng dịch vụ do trường đó cung cấp.

Theo [5] dẫn theo [11], cấu trúc thứ bậc các tiêu chí sự hài lòng của SV đó là: (1) Đào tạo, liên quan đến yếu tố chất lượng chương trình đào tạo và chất lượng đội ngũ giảng viên bao gồm sự đa dạng của khóa học, giờ dạy, giáo trình, định hướng nghề nghiệp, kiến thức của giảng viên, phương pháp giảng dạy, kỹ năng truyền đạt của giảng viên, phương pháp đánh giá...; (2) Cơ sở hạ tầng liên quan đến tiện nghi và thiết bị kỹ thuật của trường học bao gồm trang thiết bị trường học, thiết bị phòng thí nghiệm, giờ mở cửa phòng thí nghiệm, sự đầy đủ của thư viện, thư viện điện tử, không gian thư viện...; (3) Hỗ trợ hành chính: bao gồm các yếu tố kiến thức nhân viên, độ tin cậy, tốc độ xử lý, và mức độ thân thiện của cán bộ phục vụ.

Theo nghiên cứu [1], dựa trên cơ sở lý thuyết của Harvey L., Green D. [7] và Hill [8], đã xem xét ba yếu tố cơ bản chất lượng dịch vụ cảm nhận được đó là: (1) Hoạt động đào tạo: chương trình đào tạo, nội dung môn học, phương pháp giảng dạy, tổ chức thi cử, đánh giá SV; (2) Cơ sở vật chất: cơ sở vật chất hiện có của trường phục vụ cho quá trình dạy và học (phòng máy vi tính, thư viện, trang thiết bị dạy và học); (3) Dịch vụ hỗ trợ và phục vụ: bao gồm các khía cạnh dịch vụ hỗ trợ SV học tập tại trường (dịch vụ ăn uống, tài chính, y tế, tư vấn nghề nghiệp) và cung cách phục vụ của các khoa, phòng ban chức năng của trường.



Hình 1. Mô hình đánh giá chất lượng cung cấp dịch vụ đào tạo tại HIEC (Nguồn: Xây dựng của tác giả)

Dựa trên mô hình nhận thức của khách hàng về chất lượng và sự thỏa mãn, các mô hình nghiên cứu trước kết hợp với hoạt động đào tạo tại thực tế, mô hình Nghiên cứu sự hài lòng SV về chất lượng đào tạo tại HIEC được hình thành và trình bày trong (hình 1).

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp trong nghiên cứu này gồm hai bước: nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức. Nghiên cứu sơ bộ dùng kỹ năng thảo luận nhóm để hiệu chỉnh mô hình và thiết kế bảng câu hỏi. Nghiên cứu chính thức dùng bảng câu hỏi đóng đã được hiệu chỉnh trong quá trình nghiên cứu sơ bộ để thu thập và phân tích số liệu nhằm kiểm định mô hình và các giả thuyết. Toàn bộ dữ liệu nghiên cứu sẽ được sự hỗ trợ của phần mềm SPSS.

Thang đo:

- **Giáo viên, được đo lường bằng các thang đo bao gồm (A1-A6):** Giáo viên có tác phong sư phạm; Giáo viên giảng dạy một cách thu hút; Giáo viên có tâm huyết với SV; Giáo viên có năng lực chuyên môn; Giáo viên có kiến thức sâu rộng; Giáo viên thân thiện, gần gũi với SV.

- **Môi trường học tập, được đo lường bằng các thang đo bao gồm (B1-B7):** Các yêu cầu về thủ tục hành chính và vấn đề của SV được giải quyết một cách hiệu quả; Trường tổ chức các buổi giao lưu, trao đổi kiến thức, kinh nghiệm giữa SV với nhau; Trường tổ chức các hoạt động văn nghệ, giải trí, thư giãn cho SV; Trường có các hoạt động học tập, sinh hoạt mang tính thực tế; Trường có văn hóa làm việc để cao tính kỷ luật; Trường tạo cho SV có cảm giác gần gũi, thiện cảm; Trường tạo được hình ảnh đẹp tới công chúng, nâng cao uy tín của Trường.

- **Tài liệu học tập, được đo lường bằng các thang đo bao gồm (C1-C2):** Giáo trình các môn học có nội dung chính xác, hợp lý; Giáo trình, tài liệu học tập được cập nhật.

- **Chương trình học tập, được đo lường bằng các thang đo bao gồm (D1-D6):** Số học kỳ trong một năm học là hợp lý; Số lượng tiết học của mỗi môn học phù hợp; Tỷ lệ phân bổ thời gian giữa các môn khoa học cơ bản, cơ sở ngành và chuyên ngành phù hợp; Phân bổ số tiết học hợp lý giữa lý thuyết và thực hành; SV có đủ thời gian để ôn tập, chuẩn bị cho các kỳ thi; Thời gian bắt đầu, kết thúc giờ học hợp lý.

- **Cơ sở vật chất, được đo lường bằng các thang đo bao gồm (E1-E5):** Phòng học tạo cảm giác thoải mái cho SV; Có đủ số lượng phòng học lý thuyết, phòng LAB; Có đủ trang thiết bị dạy và học như: máy chiếu, loa, máy học nghe; Có trang thiết bị cho các hoạt động văn hoá, nghệ thuật; Thường xuyên kiểm tra, bảo trì, nâng cấp trang thiết bị, phòng học.

- **Giá cả dịch vụ, được đo lường bằng các thang đo bao gồm (G1-G2):** Học phí phù hợp; Giá giáo trình, tài liệu hợp lý.

- **Sự hài lòng của SV, được đo lường bằng các thang đo bao gồm (H1-H4):** SV tin tưởng, trung thành và yêu mến Trường; Tiếp tục chọn Trường để học các chương trình khác sau khi tốt nghiệp; Giới thiệu người khác chọn học tại Trường; Hài lòng về chất lượng đào tạo của Trường.

Mẫu nghiên cứu: Theo [3], số lượng mẫu tối thiểu cho một tham số ước lượng là 5 mẫu. Trong nghiên cứu này tác giả đã khảo sát 300 SV đang theo học tại trường thuộc các khoa khác nhau và cựu SV. Nghiên cứu đã phỏng vấn trực tiếp SV của một số khoa có quy mô lớn để nghiên cứu, đảm bảo sao cho số mẫu thu thập đại diện được cho tổng thể. Thời gian thu thập số liệu từ tháng 3 đến tháng 6 năm 2021.

Mô hình kinh tế lượng: Để đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố liên quan đến cung cấp chất lượng dịch vụ đào tạo đối với sự hài lòng của SV tại HIEC, một mô hình hồi quy bội được thiết lập. Mô hình hồi quy được thể hiện qua phương trình sau:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6$$

Trong đó:

- Y: Sự hài lòng của SV; X₁: Giáo viên; X₂: Môi trường học tập; X₃: Tài liệu học tập; X₄: Chương trình học tập; X₅: Cơ sở vật chất; X₆: Giá cả dịch vụ.

- β₀: hằng số, β₁, β₂, β₃,...: các hệ số hồi quy riêng phần.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Đặc điểm của mẫu khảo sát

Trong nghiên cứu này, tác giả chọn mẫu theo phương pháp thuận tiện, phát trực tiếp đến SV và cựu SV. Với 300 phiếu phát ra, thu về 287 phiếu hợp lệ. Thời gian lấy mẫu từ 10/03/2021 đến ngày 15/6/2021 tại các lớp đang học tại trường và cựu sinh viên. Chi tiết mẫu và kết quả thu thập mẫu được trình bày trong bảng 1.

Bảng 1. Chi tiết mẫu nghiên cứu

Thuộc tính		Tần số	Phần trăm (%)
SV năm	Thứ nhất	26	0,09
	Thứ hai	56	0,2
	Thứ ba	148	0,52
	Cựu SV	57	0,2
SV khoa	Kinh tế	127	0,44
	Kỹ thuật công nghệ	13	0,05
	Công nghệ thông tin	90	0,31
	Cựu SV	57	0,20

Thông tin thu thập sau khi được làm sạch, mã hóa và sử dụng phần mềm SPSS 21 để phân tích. Thang đo sử dụng nghiên cứu mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng cung cấp dịch vụ đào tạo là thang đo SERQUAL, phương pháp thang đo Linkert 5 mức độ, kiểm định mức độ tin cậy của mô hình bằng hệ số Cronbach's Alpha để loại bỏ biến không phù hợp, các biến còn lại đưa vào phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi quy.

4.2. Phân tích nhân tố (EFA - Exploratory Factor Analysis)

Trong phân tích EFA, chỉ số Factor Loading có giá trị lớn hơn 0,5 được xem là có ý nghĩa thực tế. KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) là chỉ số thể hiện mức độ phù hợp của phương pháp EFA, hệ số KMO lớn hơn 0,5 và nhỏ hơn 1 thì phân tích nhân tố được coi là phù hợp.

Theo [2], kiểm định Bartlett (Bartlett's test) xem xét giả thiết H₀ độ tương quan giữa các biến quan sát bằng 0 trong tổng thể. Nếu như kiểm định này có ý nghĩa thống kê, tức là Sig < 0,05 thì các quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể.

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

	Component				
	1	2	3	4	5
D2	0,761				
D1	0,747				
C1	0,707				
B6	0,677				
C2	0,630				
D3	0,551				
B4		0,884			
B2		0,880			
B3		0,844			
E4		0,716			
B5		0,554			
E1			0,732		
A1			0,683		
E2			0,675		
A6			0,664		
A5			0,627		
E3			0,608		
A3			0,573		
D6				0,805	
D5				0,730	
G2					0,820
G1					0,812
Hệ số KMO			0,847	0,5 < 0,847 < 1	
Giá trị Sig trong Kiểm định Bartlett			0,000	0,000 < 0,05	
Phương sai trích			69,09 %	69,09% > 50%	
Giá trị Eigenvalue			1,12	1,12 > 1	

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS)

Sau khi thực hiện phân tích EFA đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của SV (bảng 2), kết quả được nhóm thành 05 nhân tố mới tạo ra, đó là: (X₁) Chương trình, tài liệu học tập, gồm: Trường tạo cho SV cảm giác gần gũi, thiện cảm, giáo trình môn học có nội dung chính xác, hợp lý, giáo trình, tài liệu học tập được cập nhật, thời gian khóa học hợp lý, số lượng tiết học của mỗi buổi học phù hợp, tỷ lệ phân bổ thời gian giữa lý thuyết và thực hành phù hợp; (X₂) Môi trường học tập, gồm: Trường tổ chức các buổi giao lưu, trao đổi kiến thức, kinh nghiệm giữa SV viên với nhau, tổ chức các hoạt động văn nghệ, giải trí, thư giãn cho SV, có các hoạt động học tập, sinh hoạt mang tính thực tế, có văn hóa làm việc để cao tính kỷ luật, có trang thiết bị cho các hoạt động văn hoá, nghệ thuật; (X₃) Giáo viên, cơ sở vật chất, gồm: giáo viên có tác phong sư phạm, giáo viên có tâm huyết với SV, giáo viên có kiến thức sâu rộng, giáo viên đánh giá đúng, cho điểm chính xác, phòng học tạo cảm

giác thoải mái cho SV, có đủ số lượng phòng học lý thuyết, phòng LAB, có đủ trang thiết bị dạy học và học như: máy chiếu, loa; (X₄) Kết quả thi, gồm: SV có đủ thời gian để ôn tập, chuẩn bị cho các kỳ thi, thời gian bắt đầu, kết thúc giờ học hợp lý; (X₅) Giá cả dịch vụ, gồm: học phí phù hợp, giá giáo trình, tài liệu hợp lý. Kết quả phân tích EFA cho thấy, có 05 nhân tố được trích tại Eigenvalue là 1,12 và tổng phương sai trích là 69,09% > 50%, tức là khả năng sử dụng 05 nhân tố này để giải thích cho 22 biến quan sát ban đầu là 69,09%.

4.3. Kiểm định Cronbach’s Alpha

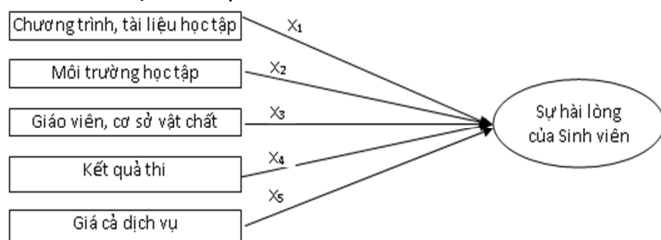
Kiểm định Cronbach’s Alpha nhằm phân tích, đánh giá độ tin cậy của thang đo. Mục đích của kiểm định này là tìm hiểu xem các biến quan sát có cùng đo lường cho một khái niệm cần đo hay không. Giá trị đóng góp nhiều hay ít được phản ánh thông qua hệ số tương quan biến tổng Corrected Item - Total Correlation. Qua đó, cho phép loại bỏ những biến không phù hợp trong mô hình nghiên cứu. Bên cạnh đó, thực hiện kiểm định Cronbach’s Alpha cho biến phụ thuộc là mức độ hài lòng của SV về chất lượng đào tạo bảng 3.

Bảng 3. Bảng tổng hợp kết quả kiểm định Cronbach’s Alpha

STT	Biến độc lập và biến phụ thuộc	Số biến quan sát	Hệ số Cronbach’s Alpha	Hệ số Cronbach’s Alpha lớn nhất nếu loại bỏ biến	Hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất
1	Chương trình, tài liệu học tập	6	0,855	0,842	0,575
2	Môi trường học tập	5	0,882	0,894	0,542
3	Giáo viên, cơ sở vật chất	7	0,872	0,868	0,551
4	Kết quả thi	2	0,787	0,787	0,649
5	Giá cả dịch vụ	2	0,816	0,816	0,692
6	Sự hài lòng	4	0,889	0,879	0,697

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS)

Qua bảng 3 ta thấy, tất cả các hệ số Cronbach’s Alpha đều lớn hơn 0,7 đồng thời hệ số tương quan biến tổng, lớn hơn 0,3 là có thể chấp nhận, do đó thang đo của các biến trong mô hình đã đạt tiêu chuẩn và đảm bảo độ tin cậy. Sau khi tiến hành phân tích dữ liệu thu thập được thông qua các bước phân tích nhân tố và phân tích độ tin cậy Cronbach’s Alpha, mô hình nghiên cứu được điều chỉnh gồm 5 biến độc lập để đo lường biến phụ thuộc là Sự hài lòng của SV. Mô hình được khái quát như hình 2.



Hình 2. Mô hình nghiên cứu điều chỉnh

Y: đại diện cho H₁, H₂, H₃, H₄, H₅

Gọi phương trình hồi quy chưa chuẩn hóa của mô hình có dạng như sau:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5$$

4.4. Phân tích tương quan

Để tiến hành phân tích hồi quy tuyến tính bội, ta phải xem xét mối tương quan giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc và giữa các biến độc lập với nhau. Hệ số tương quan dương biểu hiện mối quan hệ cùng chiều, hệ số tương quan âm biểu hiện mối quan hệ ngược chiều, hệ số tương quan giữa các nhân tố càng lớn thể hiện mối quan hệ giữa các biến phụ thuộc và độc lập càng chặt chẽ. Từ kết quả phân tích hệ số tương quan, các giá trị cho thấy các biến có tương quan với nhau, kết quả cụ thể như trong bảng 4.

Bảng 4. Hệ số tương quan

		Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅
Y	Pearson Correlation	1		0,421	0,637	0,529	0,546
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
X ₁	Pearson Correlation	0,726	1		0,647	0,517	0,525
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
X ₂	Pearson Correlation	0,421	0,435	1		0,325	0,171
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,003	0,132
X ₃	Pearson Correlation	0,637	0,647	0,438	1		0,372
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,001
X ₄	Pearson Correlation	0,529	0,517	0,325	0,555	1	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,003	0,000		0,000
X ₅	Pearson Correlation	0,546	0,525	0,171	0,372	0,44	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,132	0,001	0,000	

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu SPSS)

Kết quả phân tích hệ số tương quan cho thấy các giá trị Sig. đều nhỏ hơn 0,05 do vậy các cặp biến đều tương quan và có ý nghĩa thống kê. Hệ số tương quan của một số cặp biến độc lập tương tác nhau khá lớn (lớn hơn 0,4) nên khi phân tích hồi quy cần chú ý đến hiện tượng tự tương quan của các biến độc lập.

4.5. Phân tích hồi quy

Bảng 5. Những nhân tố tác động đến sự hài lòng của sinh viên

Giả thiết	Nội dung
H ₁	Chương trình, tài liệu học tập không ảnh hưởng đến sự hài lòng của SV
H ₂	Môi trường học tập không ảnh hưởng đến sự hài lòng của SV
H ₃	Giáo viên, cơ sở vật chất không ảnh hưởng đến sự hài lòng của SV
H ₄	Kết quả thi không ảnh hưởng đến sự hài lòng của SV
H ₅	Giá cả dịch vụ không ảnh hưởng đến sự hài lòng của SV

Mục tiêu của Nhà trường đó là có thể thỏa mãn tốt nhất sự hài lòng của người học, do vậy mà việc phân tích các nhân tố ảnh hưởng tới sự hài lòng của SV là việc làm vô cùng cần thiết. Việc phân tích hồi quy sẽ được nhóm nghiên cứu sử dụng để phân tích sự tác động của các biến độc lập (5 biến) tới biến phụ thuộc (sự hài lòng của SV) như trình bày trong bảng 5.

Áp dụng phân tích hồi quy vào mô hình, tiến hành phân tích hồi quy đa biến với 5 nhân tố đã được kiểm định hệ số tương quan (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) và biến phụ thuộc (Y). Phương pháp phân tích được chọn là phương pháp đưa vào một lượt Enter. Bảng tổng hợp kết quả phân tích hồi quy lần 1 được trình bày trong bảng 6.

Bảng 6. Bảng tổng hợp kết quả phân tích hồi quy

Nhân tố	Beta chuẩn hóa	Sig.	Tolerance		VIF	
			Giá trị	So sánh	Giá trị	So sánh
X_1	0,394	0,000	0,453	0,453 > 0,0001	2,207	2,207 < 10
X_2	0,092	0,271	0,757	0,757 > 0,0001	1,320	1,320 < 10
X_3	0,219	0,036	0,495	0,495 > 0,0001	2,019	2,019 < 10
X_4	0,084	0,366	0,612	0,612 > 0,0001	1,635	1,635 < 10
X_5	0,206	0,022	0,677	0,677 > 0,0001	1,476	1,476 < 10

Kết quả hồi quy ta thấy, có 2 biến có Sig. không đạt mức ý nghĩa 5% = 0,05 là: $X_2 = 0,276$ và $X_4 = 0,366$. Như vậy với các giả thiết đặt ra:

Chấp nhận giả thiết H_2 và H_4 , nghĩa là **“Môi trường học tập”** và **“Kết quả thi”** không ảnh hưởng đến sự hài lòng của SV về chất lượng dịch vụ đào tạo của HIEC.

Bác bỏ các giả thiết H_1, H_3, H_5 , nghĩa là **“Chương trình, tài liệu học tập”**, **“Giáo viên, cơ sở vật chất”**, **“Giá cả dịch vụ”** có ảnh hưởng đến sự hài lòng của SV về chất lượng dịch vụ đào tạo của HIEC.

Loại bỏ các biến có giá trị Sig. > 0,05 (2 biến X_2 và X_4) ra khỏi phương trình hồi quy, sau đó chạy lại mô hình hồi quy với biến được giữ lại và có kết quả như bảng 7.

Bảng 7. Kết quả mô hình hồi quy với các biến được giữ lại

Nhân tố	Beta chuẩn hóa	Sig.	Tolerance		VIF	
			Giá trị	So sánh	Giá trị	So sánh
X_1	0,436	0,000	0,488	0,488 > 0,0001	2,050	2,050 < 10
X_3	0,275	0,005	0,586	0,586 > 0,0001	1,724	1,724 < 10
X_5	0,215	0,013	0,723	0,723 > 0,0001	1,384	1,384 < 10
R			0,780			
R ²			0,609			
R ² hiệu chỉnh			0,593			
Sig của kiểm định F			0,000		0,000 < 0,05	
Hệ số Durbin-Watson			1,787		0 < 1,787 < 4	

Như vậy, sau quá trình thực hiện phân tích hồi quy, tất cả các biến đều đạt mức ý nghĩa 5%, do đó một lần nữa khẳng định: **Bác bỏ** các giả thiết H_1, H_3, H_5 có nghĩa là **“Chương trình, tài liệu học tập”**, **“Giáo viên, cơ sở vật**

chất”, **“Giá cả dịch vụ”** thực sự có ảnh hưởng đến sự hài lòng của SV về chất lượng dịch vụ đào tạo tại HIEC. Như vậy các biến độc lập này là hoàn toàn phù hợp trong mô hình. Ta có phương trình hồi quy chuẩn hóa như sau:

$$Y = 0,436 X_1 + 0,275 X_3 + 0,215 X_5$$

5. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Kết quả nghiên cứu cho thấy có ba nhân tố tác động đến sự hài lòng của SV về chất lượng dịch vụ đào tạo tại HIEC. Mô hình hồi quy cho thấy: thứ nhất là yếu tố chương trình, tài liệu học tập ($\beta = 0,436$); thứ hai là giáo viên, cơ sở vật chất ($\beta = 0,275$); thứ ba là giá cả dịch vụ ($\beta = 0,215$). Điều đó cho thấy Nhà trường cần phải nỗ lực cải tiến, cải thiện chất lượng các nhân tố được này hơn nữa để nâng cao sự hài lòng của SV.

Qua kết quả nghiên cứu này, để nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ đào tạo nhằm đáp ứng sự hài lòng ngày càng cao của SV trong thời gian tới, tác giả đề xuất một số khuyến nghị sau:

Thứ nhất, Chương trình đào tạo phải thường xuyên được cập nhật mới, đảm bảo linh hoạt phù hợp với yêu cầu người học, đáp ứng thị trường lao động và yêu cầu của xã hội. Cải tiến các chương trình đào tạo theo hướng khoa học - tiên tiến - linh hoạt, tiếp cận chuẩn đầu ra theo vị trí việc làm; mời doanh nghiệp tham gia góp ý chương trình đào tạo, tham gia hướng dẫn, đánh giá người học. Chương trình đào tạo thiết kế sát với yêu cầu thực tế của các doanh nghiệp, phù hợp với nhu cầu học tập, nghiên cứu của SV. Điều chỉnh cân đối số lượng tiết học lý thuyết/ thực hành cho phù hợp với kỹ năng của từng môn học/modul, phù hợp với điều kiện học tập thực tế tại doanh nghiệp, tăng tính tự chủ cho người học.

Bên cạnh đó, đa dạng nguồn tài liệu học tập, tham khảo để SV tiếp cận dễ dàng hơn, đầu tư cho hệ thống thư viện ngày một hiện đại, tăng cường hệ thống dữ liệu điện tử, cập nhật thường xuyên hơn với nhiều đầu sách có giá trị đáp ứng nhu cầu học tập của SV. Cung cấp hệ thống wifi theo mã SV và tạo thêm nhiều không gian để SV tự học. Đồng thời cũng cần nâng cấp trang web của nhà trường để đáp ứng được số lượng lớn nhu cầu đăng nhập của SV, đặc biệt trong thời gian đăng ký môn học.

Thứ hai, Giáo viên là thành phần tương tác trực tiếp với SV cũng ảnh hưởng đến sự hài lòng của SV. Vì vậy để nâng cao chất lượng đào tạo, nhà trường cũng cần nâng cao chất lượng đội ngũ GV thông qua các hoạt động như: tăng cường sinh hoạt chuyên môn, dự giờ trên lớp, khuyến khích và hỗ trợ GV đi thực tế, tham dự các hội thảo khoa học chuyên ngành, tạo động lực thúc đẩy GV tham gia nghiên cứu khoa học nhằm thu hẹp khoảng cách giữa lý thuyết và thực tế giúp cho bài giảng có tính ứng dụng cao, thu hút được người học. Mời các chuyên gia từ các doanh nghiệp, các trường khác tham gia giảng dạy các môn chuyên môn sâu, đòi hỏi tính thực tiễn cao. Ứng dụng các thiết bị dạy học tự làm, nghiên cứu cải tiến phương pháp giảng dạy, khai thác tốt các thiết bị hiện có phục vụ cho giảng dạy tốt hơn.

Ngoài ra, từng bước đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất, máy móc, trang thiết bị thực hành, thực tập tại các phòng học, bố trí số lượng SV mỗi lớp phù hợp hơn đảm bảo phòng học rộng rãi, thoáng mát, đáp ứng nhu cầu học tập của một số lượng lớn SV. Thường xuyên kiểm tra, nâng cấp và bảo trì nâng cao chất lượng thiết bị hiện có, sử dụng có hiệu quả thiết bị như máy lạnh, máy quạt,... giúp tăng độ thông thoáng, tạo sự thoải mái cho SV, tạo điều kiện học tập tốt hơn cho chất lượng đào tạo đạt hiệu quả hơn.

Thứ ba, Giá cả dịch vụ là một trong ba yếu tố tác động đến sự hài lòng của SV, Nhà trường cần xem xét lại các yếu tố xung quanh việc tăng hay giảm giá các dịch vụ như học phí, giá tài liệu, cần điều chỉnh mức giá cả phù hợp hơn. HIEC là cơ sở giáo dục nghề nghiệp có nhiều SV đến từ nhiều tỉnh thành khác nhau, có điều kiện nhất định về tài chính, chi phí cho sinh hoạt ở thành phố khá cao, từ chi phí nhà trọ, chi phí ăn uống, đi lại,... tạo áp lực cho gia đình trong khi học tập xa nhà.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Hoang Thi Phuong Thao, Hoang Trong, 2006. *Gia tri dich vu va chat luong dich vu trong giao duc dai hoc nhìn tu goc do sinh vien trung Dai hoc Kinh te*. Science research topic, code: CS - 2005 - 09, University of Economics Ho Chi Minh City.
- [2]. Hoang Trong, Chu Nguyen Mong Ngoc, 2008. *Phan tich du lieu nghien cuu voi SPSS*. Hong Duc Publishing House, Hanoi.
- [3]. Bentler P. M., Chou C., 1987. *Practical issue in structural modeling*. Sociological Methods and Research, Vol. 16, No. 1, pp.78-117.
- [4]. Gronroos C., 1984. *A service quality model and its marketing implications*. European Journal of Marketing, 18 (4), 36-44.
- [5]. G.V. Diamantis, V.K. Benos, 2007. *Measuring student satisfaction with their studies in an International and European Studies Department*, Operational Research, An International Journal. Vol.7. No 1, pp 47 – 59.
- [6]. Hayes B. E., 1994. *Measuring Customer Satisfaction – Development and Use of Questionnaire*. Wisconsin: ASQC Quality Press..
- [7]. Harvey L., Green D., 1993. *Defining quality*. Assessment and Evaluation in Higher Education, 18 (1), 16.
- [8]. Hill F. M., 1995. *Managing service quality in higher education: the role of the student as primary consumer*. Quality Assurance in Education, 3 (3), 10-21
- [9]. Oliver Richard L., 1997. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- [10]. Parasuraman A., V. A Zeithaml, L. L. Berry, 1988. *Servqual: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of servicequality*. Journal of Retailing, 64(1).

[11]. Siskos Y., Bouranta N., Tsotsolas N., 2005. *Measuring service quality for students in higher education: the case of a business university*. Foundations of Computing and Decision Sciences, 30, 2, 163-180.

[12]. Zeithaml V.A., Bitner M. J., 2000. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. Boston: Irwin McGraw-Hill.

AUTHOR INFORMATION

Dong Trung Chinh

Hanoi College of Industrial Economics