

SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN: CHÌA KHÓA NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĐÀO TẠO CÁC CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO SONG NGỮ VIỆT – ANH TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ, ĐẠI HỌC HUẾ

Trần Thị Khánh Linh¹, Dương Thị Hải Phương¹

Ngày nhận bài: 16/07/2023

Ngày nhận bản sửa: 05/08/2023

Ngày duyệt đăng: 29/09/2023

Tóm tắt. Nghiên cứu tập trung vào xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên các chương trình đào tạo song ngữ Việt – Anh đối với chất lượng dịch vụ đào tạo tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế. Trên cơ sở khảo sát 179 sinh viên đang học các chương trình này (từ năm 2 trở lên), kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên bao gồm: Chương trình đào tạo, Tổ chức đào tạo, Đội ngũ Giảng viên, Cơ sở vật chất, Công tác hành chính. Trong đó Tổ chức đào tạo và Đội ngũ giảng viên là hai nhân tố có sự tác động mạnh mẽ nhất đến sự hài lòng của sinh viên. Từ đó, nghiên cứu đưa ra một số gợi ý nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ đào tạo tại trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế.

Từ khóa: Dịch vụ đào tạo; Sự hài lòng; Sinh viên.

1. Đặt vấn đề

Tính đến nay, trường Đại học Kinh tế đã thực hiện đào tạo 16 ngành được chia làm 3 hình thức: đào tạo đại trà, đào tạo song ngữ Việt - Anh và đào tạo liên kết. Năm 2017, Bộ Giáo dục và Đào tạo đã xác nhận Đề án đào tạo Chất lượng cao (nay đã được đổi tên thành chương trình đào tạo song ngữ Việt – Anh) đối với 5 chương trình đào tạo trình độ Đại học của Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế đảm bảo các tiêu chí và điều kiện quy định tại Thông tư số 23/2014/TT-BGĐT ngày 18/07/2014 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy định về đào tạo chất lượng cao trình độ đại học. Và Nhà trường đã bắt đầu tuyển sinh các chương trình đào tạo song ngữ Việt - Anh từ Khóa 52, năm học 2018-2019. Các ngành đào tạo song ngữ Việt – Anh có một số ưu điểm vượt trội hơn các ngành đào tạo theo tiêu chuẩn như: Chương trình đào tạo được xây dựng và phát triển dựa trên chương trình đào tạo ngành tương ứng của các trường đại học tiên tiến trên thế giới; Đội ngũ giảng viên giảng dạy bao gồm giảng viên có trình độ cao của trường Đại học Kinh tế, giảng viên thỉnh giảng nước ngoài; Sinh viên được tiếp cận

¹ Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế, email: ttkling@hce.edu.vn

thực tiễn tại các tổ chức, doanh nghiệp và được giảng viên thỉnh giảng từ các đơn vị đó trực tiếp giảng dạy; Hơn 30% các học phần được giảng dạy bằng tiếng Anh; Sinh viên có cơ hội học tập nước ngoài qua các chương trình trao đổi (từ 1 học kỳ đến 1 năm), thực tập ngắn hạn tại nước ngoài theo các chương trình trao đổi giữa nhà trường và các đối tác nước ngoài. Trải qua 4 năm, nhà trường đã tuyển sinh được khá nhiều sinh viên các chương trình đào tạo song ngữ như: Kinh tế, Quản trị kinh doanh, Tài chính – Ngân hàng, Kiểm toán, Hệ thống thông tin quản lý với số lượng từ 60-90 sinh viên mỗi khóa.

Việc phát triển các chương trình đào tạo song ngữ Việt – Anh thu học phí theo điều kiện đảm bảo chất lượng đào tạo không chỉ góp phần làm đa dạng hóa các loại hình đào tạo, cung cấp thêm cho xã hội nguồn nhân lực chất lượng cao mà còn góp phần tăng thêm các nguồn lực cho sự phát triển của Nhà trường. Bên cạnh sự mở rộng về quy mô đào tạo, chất lượng đào tạo cũng được Nhà trường quan tâm, chú trọng phát triển và nâng cao. Và việc đánh giá sự hài lòng của sinh viên và sử dụng nó như một căn cứ cần thiết cho đổi mới và cải tiến chất lượng giáo dục liên tục là một trong những yêu cầu cần thiết để nâng cao chất lượng đào tạo. Trên cơ sở phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ đào tạo các chương trình đào tạo song ngữ Việt – Anh tại trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế, nghiên cứu đưa ra một số gợi ý nhằm nâng cao chất lượng đào tạo các chương trình đào tạo song ngữ, từng bước góp phần khẳng định thương hiệu, uy tín của Nhà trường trong xã hội.

2. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

Chất lượng dịch vụ và chất lượng dịch vụ giáo dục

Chất lượng dịch vụ là một phạm trù rộng lớn và phức tạp, thể hiện sự tổng hợp của các yếu tố kinh tế, kỹ thuật và xã hội. Đây là một chủ đề thu hút sự chú ý và tranh cãi của nhiều nhà nghiên cứu do chưa có sự đồng thuận cao về định nghĩa và phương pháp đo lường. Tùy thuộc vào các phương pháp và các khía cạnh khác nhau của khái niệm chất lượng, mỗi hướng tiếp cận đều có cơ sở khoa học để giải quyết mục tiêu và nhiệm vụ cụ thể trong thực tế.

Năm 1985, Parasuraman và các cộng sự đã đưa ra định nghĩa về chất lượng dịch vụ là: “khoảng cách giữa sự mong đợi của khách hàng và sự nhận thức của họ khi đã sử dụng dịch vụ”. Chất lượng dịch vụ là mức độ mà một dịch vụ đáp ứng được nhu cầu và mong đợi của khách hàng (Lewis và Mitchell, 1990; Asubonteng và cộng sự, 1996; Wisniewski và Donnelly, 1996). Theo Edvardsson, Thomsson và Ovretveit (1994), chất lượng dịch vụ là khả năng đáp ứng kỳ vọng của khách hàng và làm thỏa mãn nhu cầu của họ. Năm 2013, Segoro cho rằng chất lượng dịch vụ là lợi ích mà người tiêu dùng

nhận được về chất lượng và số lượng khi tiêu thụ một số sản phẩm hoặc dịch vụ nhất định. Dib và Alnazer (2013) cũng thừa nhận rằng mục đích cuối cùng của cung cấp dịch vụ có chất lượng là để đảm bảo rằng khách hàng hài lòng với dịch vụ và trải nghiệm của nhà cung cấp dịch vụ.

Giáo dục đại học cũng được xem là một ngành dịch vụ, trong đó trường đại học là nhà cung cấp dịch vụ và sinh viên là khách hàng. Theo Cheng và Tam (1997), chất lượng dịch vụ đào tạo là tập hợp các yếu tố đầu vào, quy trình và đầu ra của hệ thống giáo dục để cung cấp các dịch vụ thỏa mãn hoàn toàn khách hàng nội bộ và bên ngoài nhằm đáp ứng các kỳ vọng hiện tại và tiềm ẩn của người học. Harvey và Green (1993) đã mô tả năm khía cạnh chính của chất lượng giáo dục: chất lượng như sự vượt trội; là sự hoàn hảo; là sự phù hợp với mục tiêu; là sự đáng giá về đồng tiền; là sự chuyển đổi.

Sự hài lòng của sinh viên về chất lượng dịch vụ giáo dục

Theo Kotler (2000): “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 kết quả) trong mối liên hệ với những mong đợi của họ”. Nói cách khác, mức độ hài lòng của khách hàng phụ thuộc vào việc liệu kết quả thực tế có đáp ứng hoặc thất vọng so với kỳ vọng hay không. Nếu kỳ vọng cao hơn so với kết quả thực tế, khách hàng sẽ trải qua tình trạng không hài lòng; ngược lại, nếu kết quả thực tế tương xứng hoặc vượt quá kỳ vọng, khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng hoặc thậm chí rất hài lòng. Theo quan điểm của Hansemark và Albinsson (2004), sự hài lòng của khách hàng không chỉ là một cảm xúc đơn lẻ mà là một thái độ tổng thể của khách hàng đối với một nhà cung cấp dịch vụ. Nó có thể được hiểu như một phản ứng cảm xúc đối với sự chênh lệch giữa những điều khách hàng dự đoán trước và những gì họ thực sự trải qua, đặc biệt là trong việc đáp ứng các nhu cầu, mục tiêu, hay mong đợi của họ.

Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng là hai khái niệm khác nhau, nhưng chúng có mối liên hệ chặt chẽ trong các nghiên cứu về dịch vụ. Chất lượng dịch vụ được xem là yếu tố ảnh hưởng nhiều nhất đến sự hài lòng của khách hàng (Cronin và Taylor, 1992). Và đánh giá chất lượng dịch vụ sẽ tiến hành dựa trên ý kiến của khách hàng (Parasuraman và cộng sự, 1985). Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng có thể xem là mối quan hệ nguyên nhân – kết quả. Do đó, sự hài lòng của khách hàng là một khái niệm tổng quát có tính dự báo, mong đợi trong khi chất lượng dịch vụ tập trung vào các thành phần cụ thể của dịch vụ (Zeithaml, Bitner và Gremler, 2018).

Khách hàng của dịch vụ đào tạo bao gồm: sinh viên, phụ huynh, doanh nghiệp và giáo viên (Costa và Vasiliki, 2007). Trong ngữ cảnh giáo dục, sinh viên được coi là khách hàng chính, đó là những người trực tiếp sử dụng và hưởng lợi từ dịch vụ đào tạo.

Họ đặt niềm tin và kỳ vọng vào nhà trường hoặc tổ chức giáo dục, và sự hài lòng của họ thường phản ánh mức độ đáp ứng của hệ thống giáo dục đối với nhu cầu học thuật, mong đợi và mục tiêu cá nhân của mình. Do đó, để đánh giá chất lượng dịch vụ giáo dục, sự hài lòng của sinh viên là một chỉ số quan trọng và có ảnh hưởng đáng kể đến danh tiếng và hiệu suất của tổ chức giáo dục.

Một số nghiên cứu đã chứng minh mối liên hệ giữa chất lượng dịch vụ đào tạo và sự hài lòng của sinh viên là thuận chiều, nên sự hài lòng của sinh viên có thể được tăng cường thông qua việc cải tiến chất lượng dịch vụ đào tạo (Basheer và Alnaser, 2012). Do đó, cách tiếp cận dễ dàng nhất trong đo lường sự hài lòng của sinh viên là khảo sát nhận định của sinh viên về chất lượng dịch vụ đào tạo mà họ đang trải qua (Athiyaman, 1997). DeShields và cộng sự (2005) cũng cho rằng giáo dục đại học phải tạo ra dịch vụ có chất lượng tốt và sự hài lòng cao để đảm bảo tính bền vững trong môi trường dịch vụ cạnh tranh.

Dựa trên những quan điểm đã được nêu, nghiên cứu cho rằng sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ giáo dục không chỉ là kết quả của việc đánh giá một khía cạnh cụ thể nào đó mà là kết quả của một đánh giá toàn diện về hoạt động giáo dục mà nhà trường cung cấp, đáp ứng đầy đủ hay không mong đợi của sinh viên. Vì vậy, việc đo lường chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của người học sẽ giúp các cơ sở giáo dục đại học thiết kế dịch vụ của mình phù hợp với nhu cầu thực tiễn, đáp ứng mong đợi của khách hàng.

Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên

Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra mối liên kết giữa chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của khách hàng, như Cronin và Taylor (1992), Spreng và Mackey (1996). Kết quả kiểm định từ những mô hình nghiên cứu này khẳng định rằng chất lượng dịch vụ ảnh hưởng tích cực và mạnh mẽ đến mức độ hài lòng của khách hàng. Ngoài ra, một số tác giả khác cũng đưa ra quan điểm rằng các nhân tố của chất lượng dịch vụ cũng là các nhân tố quyết định nhất đối với sự hài lòng của khách hàng (Cronin và Taylor, 1992; Rahman và cộng sự, 2012). Mỗi nghiên cứu đưa ra một số nhân tố ảnh hưởng khác nhau. Chẳng hạn, nghiên cứu của Babar và Kashif (2010) đã đưa ra 4 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên, gồm: giảng viên, chương trình đào tạo, môi trường học tập, cơ sở vật chất. Nghiên cứu của Vasiliki và cộng sự (2015) đã kiểm định 5 nhân tố ảnh hưởng gồm: khía cạnh học thuật, cơ sở vật chất, chương trình đào tạo, đội ngũ nhân viên, dịch vụ hỗ trợ. Lê Đức Tâm và Trần Danh Giang (2013) đã đưa ra kết luận có 5 thành phần tác động đến chất lượng đào tạo và sự hài lòng của sinh viên là: chương trình đào tạo,

đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất phục vụ đào tạo, sự quan tâm của nhà trường tới sinh viên, hỗ trợ hành chính. Theo Hà Nam Khánh Giao và Trần Thị Mỹ Vân (2020) cũng đã đưa ra 4 nhân tố ảnh hưởng gồm: chi phí khóa học, đội ngũ giảng viên, chương trình đào tạo, cơ sở vật chất. Đinh Thị Hồng Vân và cộng sự (2021) cũng đã khẳng định 4 nhân tố ảnh hưởng là: khả năng tiếp cận các dịch vụ giáo dục, cơ sở vật chất, trang thiết bị dạy học, hoạt động giáo dục.

Trên cơ sở kế thừa các thang đo của chất lượng dịch vụ, nghiên cứu sự giống nhau trong các nhân tố đã đưa ra của các tác giả trong và ngoài nước, đồng thời điều chỉnh các thang đo theo hướng những nhân tố mô tả một trường đại học như: cơ sở vật chất, đội ngũ giảng viên, đội ngũ hành chính, chương trình đào tạo..., bài viết tập trung chính vào 5 nhân tố dưới đây để khảo sát sự hài lòng của sinh viên về chất lượng dịch vụ đào tạo:

Chương trình đào tạo

Nhân tố này liên quan đến mục tiêu, chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo; việc cập nhật, sửa đổi chương trình đào tạo đáp ứng nhu cầu của xã hội; số lượng tín chỉ của một học phần trong chương trình đào tạo... Theo Nguyễn Hữu Lộc và cộng sự (2014) mục tiêu, chuẩn đầu ra có thể được xem như lời cam kết, lời khẳng định của nhà trường đối với xã hội với người sử dụng lao động, với người học về những công việc cụ thể mà sinh viên sẽ làm được; về những kiến thức, kỹ năng, thái độ... mà sinh viên sẽ đạt được sau khi được đào tạo tại nhà trường. Từ đó nghiên cứu đưa ra giả thuyết thuyết: Chương trình đào tạo ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

Tổ chức đào tạo

Nhân tố này phản ánh công tác tổ chức lớp; số lượng sinh viên trong một lớp học; vai trò của cố vấn học tập; công tác thi cử; kế hoạch học tập... Nghiên cứu của Davies và cộng sự (2007) đã chỉ ra rằng quy mô lớp học cũng là một yếu tố có ảnh hưởng đáng kể đến sự đánh giá về chất lượng giảng dạy từ phía sinh viên đối với giảng viên. Giả thuyết được đưa ra là: Tổ chức đào tạo ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

Cơ sở vật chất

Nhân tố cơ sở vật chất liên quan đến khuôn viên, cảnh quan của Nhà trường; thư viện; âm thanh, ánh sáng, sự tiện nghi trong mỗi lớp học. Theo các quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo trong điều 11, tiêu chuẩn 8 về thư viện, trang thiết bị học tập, và cơ sở vật chất, cần phải đảm bảo chúng để hỗ trợ quá trình đào tạo. Mặc dù chương trình đào tạo có chất lượng cao và đội ngũ giảng viên xuất sắc, nhưng nếu thiếu các trang thiết bị học tập cần thiết và không đủ điều kiện về phòng học, điều này có thể ảnh hưởng tiêu cực đến sự hài lòng của sinh viên đối với trường đại học. Do vậy, nghiên cứu đưa ra giả thuyết: Cơ sở vật chất ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

Đội ngũ giảng viên

Nhân tố đội ngũ giảng viên liên quan đến chất lượng đội ngũ giảng viên. Theo Fallow và Steven (2000) việc đánh giá chất lượng giảng viên thể hiện thông qua các tiêu chí như: kiến thức và trình độ chuyên môn, khả năng sư phạm của giảng viên; thái độ khi làm việc với sinh viên; sự công bằng khi đánh giá kết quả học tập... Một người giảng viên có năng lực sư phạm tốt sẽ giúp người học tiếp cận, tiếp thu kiến thức một cách dễ dàng hơn. Do vậy, Đội ngũ giảng viên cũng có thể ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

Công tác hành chính

Nhân tố này thể hiện qua tinh thần, thái độ và sự hỗ trợ của cán bộ nhân viên trong trường đối với sinh viên; kiến thức, chuyên môn, nghiệp vụ của họ... Theo Karami và Olfati (2011), sự hỗ trợ, giúp đỡ nhiệt tình của cán bộ nhân viên trong trường là một trong những yếu tố quan trọng để sinh viên đánh giá tốt chất lượng dịch vụ giáo dục. Nghiên cứu đưa ra giả thuyết: Công tác hành chính ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

Từ sự phân tích trên, nghiên cứu tổng hợp lại các giả thuyết nghiên cứu như sau:

H₁: Chương trình đào tạo ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

H₂: Tổ chức đào tạo ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

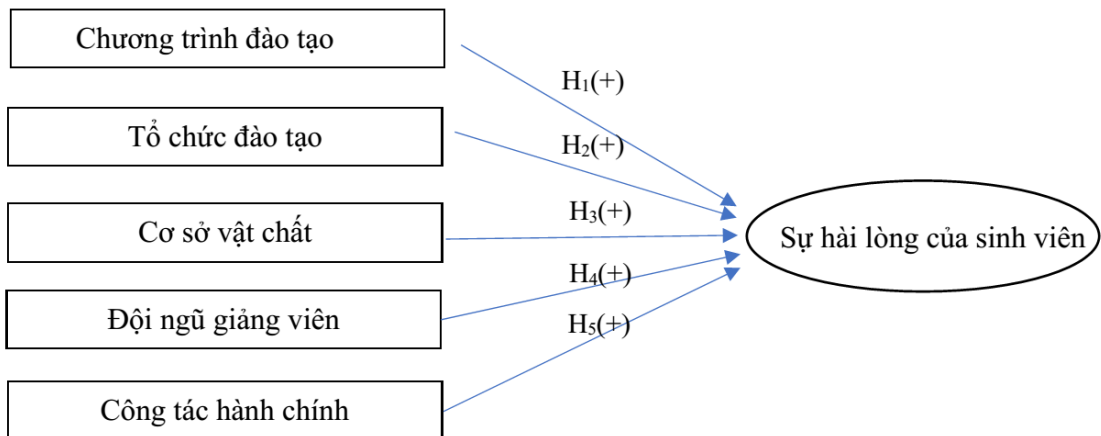
H₃: Cơ sở vật chất ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

H₄: Đội ngũ giảng viên ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

H₅: Công tác hành chính ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

Mô hình nghiên cứu đề xuất

Kết hợp các thảo luận trên cùng với kết quả khảo sát ý kiến chuyên gia trong giai đoạn nghiên cứu định tính, tác giả đề xuất mô hình về các nhân tố tác động đến sự hài lòng của sinh viên hệ chương trình song ngữ Việt - Anh khi học tập tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế như sau (Hình 1).



Hình 1: Mô hình nghiên cứu lý thuyết đề xuất

3. Phương pháp nghiên cứu

Chọn mẫu và thu thập mẫu

Nghiên cứu được thực hiện với sinh viên các chương trình đào tạo (CTĐT) song ngữ Việt - Anh (Khóa 53 – Khóa 56). Mỗi khóa nghiên cứu phỏng vấn 1-2 sinh viên đại diện được chọn ngẫu nhiên để thu thập thêm thông tin.

Nghiên cứu chỉ tiến hành khảo sát với sinh viên năm 2 trở lên vì lí do những sinh viên này đã và đang học hơn 2 học kì tại trường nên sẽ có cách đánh giá toàn diện hơn về chất lượng dịch vụ đào tạo của trường hơn so với những sinh viên năm thứ nhất.

Trong tổng số 257 sinh viên hệ đang theo học các CTĐT song ngữ Việt – Anh tính từ Khóa 54 đến khóa 56 (tính theo số lượng nhập học được Phòng Công tác sinh viên – Thư viện thống kê, không kể số sinh viên thôi học, bảo lưu), nghiên cứu áp dụng công thức của Yamane (1967) để tính kích thước mẫu điều tra:

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2}$$

trong đó: N=257 (số lượng tổng thể nghiên cứu); e=0,05 (sai số tiêu chuẩn).

Kích thước mẫu tối thiểu là 157 sinh viên.

Đã có 200 bảng hỏi được in ra và gửi trực tiếp cho các sinh viên các CTĐT song ngữ Việt – Anh từ khóa từ K54 đến K56 đang học tại trường. Kết quả thu về 179 phiếu trả lời hợp lệ, chiếm tỷ lệ 89,5%. Tỷ lệ sinh viên các khóa, các chuyên ngành tham gia khảo sát tương đối đồng đều với tỷ lệ sinh viên mỗi khóa trong tổng thể sinh viên các CTĐT song ngữ Việt - Anh. Mẫu được lựa chọn một cách ngẫu nhiên, phi xác suất.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Thông tin về đối tượng tham gia nghiên cứu

Nghiên cứu được áp dụng điều tra với sinh viên các chương trình đào tạo song ngữ Việt - Anh (V-A) tại trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế. Với 200 phiếu khảo sát phát ra, thu về 179 phiếu hợp lệ, trong đó tỷ lệ nữ chiếm 59,8%, còn lại là nam. Có 44,7% sinh viên năm thứ 2 (K56), 32,4% sinh viên năm thứ ba; 22,9% sinh viên năm thứ tư. Tỷ lệ này phù hợp với tỷ lệ sinh viên đã nhập học tại trường. Trong số đó, tỷ lệ sinh viên ngành Quản trị kinh doanh (V-A) tham gia khảo sát chiếm 66,5%; 15,6% sinh viên ngành Kiểm toán (V-A) và 17,9% sinh viên ngành Kế hoạch đầu tư (V-A). Mẫu được mô tả cụ thể theo bảng 1.

Bảng 1: Đặc điểm mẫu điều tra

Yếu tố điều tra	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1. Giới tính	179	100%
Nam	72	40,2
Nữ	107	59,8
2. Năm học	179	100%
Sinh viên năm thứ 2	80	44,7
Sinh viên năm thứ 3	58	32,4
Sinh viên năm thứ 4	41	22,9
3. Ngành học	179	100%
Quản trị kinh doanh (V-A)	119	66,5%
Kế hoạch đầu tư (V-A)	32	17,9%
Kiểm toán (V-A)	28	15,6%

Nguồn: Số liệu tổng hợp, điều tra năm 2023

Để đo lường sự hài lòng của sinh viên các CTĐT song ngữ Việt – Anh đối với chất lượng dịch vụ đào tạo tại trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế, nghiên cứu tiến hành các bước phân tích, bao gồm:

Kiểm tra độ tin cậy của các thang đo

Độ tin cậy của các thang đo được kiểm tra thông qua hệ số Cronbach's Alpha. Hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 có thể sử dụng, các biến có hệ số tương quan tổng – biến nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại (Nunnally và Bernstein, 1994).

Bảng 2: Độ tin cậy của các thang đo

Thang đo	Kí hiệu	Số biến	Hệ số Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan tổng - biến
Chương trình đào tạo	CTĐT	4	0,900	0,764 - 0,807
Tổ chức đào tạo	TCĐT	4	0,879	0,692 - 0,816
Cơ sở vật chất	CSVC	5	0,902	0,710 - 0,822
Đội ngũ giảng viên	GV	6	0,928	0,769 - 0,838
Công tác hành chính	HC	4	0,881	0,686 - 0,772
Sự hài lòng của SV	SHL	6	0,939	0,710 - 0,822

Nguồn: Kết quả điều tra, xử lý, năm 2023

Từ kết quả bảng 2 cho thấy 6 thang đo đều đạt độ tin cậy cao (hệ số Cronbach's Alpha > 0,8) và hệ số tương quan tổng – biến > 0,3. Điều đó cho thấy sự phù hợp của thang đo đã đưa ra.

Phân tích nhân tố khám phá

Tiếp theo, nghiên cứu tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA) nhằm mục đích đánh giá sự hội tụ và giá trị phân biệt của từng biến trong cùng một nhóm nhân tố. Hệ số KMO (Kaiser – Meyer – Olkin) là chỉ số dùng để xét sự phù hợp của phân tích nhân tố. Nếu giá trị KMO đạt từ 0,5 đến 1 thì việc phân tích nhân tố là thích hợp, còn nếu giá trị nhỏ hơn 0,5 thì phân tích nhân tố có khả năng không phù hợp với các dữ liệu. Giá trị Eigenvalue đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố, nhân tố nào có Eigenvalue lớn hơn 1 thì được giữ lại trong mô hình phân tích. Kết quả phân tích EFA cho ra 5 nhân tố có giá trị Eigenvalue > 1. Phân tích nhân tố là thích hợp nếu tổng phương sai trích không nhỏ hơn 50%.

Bảng 3: Hệ số KMO và kiểm định Barlett

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0,896
	Approx. Chi-Square	2854,181
Bartlett's Test of Sphericity	df	253
	Sig.	0,000

Nguồn: Kết quả điều tra, xử lý, năm 2023

Từ bảng 3 cho thấy hệ số KMO = 0,896 > 0,5 và kiểm định Bartlett cho thấy hệ số sig.=0,000 < 0,005 chứng tỏ các biến trong tổng thể có mối tương quan với nhau.

Kết quả phân tích nhân tố cho thấy 5 nhóm nhân tố được rút trích có tổng phương sai trích là 74,807% > 50%, điều đó có nghĩa là các nhân tố rút ra giải thích được 74,807% độ biến thiên của dữ liệu điều tra. Với hệ số tải nhân tố của các biến quan sát

đều thỏa mãn điều kiện $> 0,5$ cho thấy mức độ phù hợp của tập dữ liệu đã được đảm bảo. 5 nhóm nhân tố được rút ra từ 23 biến quan sát là: (1) Đội ngũ giảng viên (6 biến); (2) Cơ sở vật chất (5 biến); (3) Chương trình đào tạo (4 biến); (4) Công tác hành chính (4 biến); (5) Tổ chức đào tạo (4 biến).

Phân tích hồi quy

Sau khi phân tích nhân tố khám phá, nghiên cứu tiếp tục tiến hành phân tích hồi quy để đo lường mức độ tác động của các nhân tố đến sự hài lòng của sinh viên các CTĐT song ngữ Việt – Anh về chất lượng dịch vụ đào tạo tại trường.

Bảng 4: Tóm tắt mô hình

Mô hình	R ²	R ² điều chỉnh	Durbin-Watson
6	0,644	0,633	2,016

Nguồn: Kết quả điều tra, xử lý, năm 2023

Kết quả kiểm định mức độ phù hợp của mô hình nghiên cứu cho thấy hệ số R² điều chỉnh = 0,633 nghĩa là mô hình hồi quy đã xây dựng phù hợp với tập dữ liệu nghiên cứu và 63,3% sự biến thiên của Sự hài lòng được giải thích thông qua các nhóm biến đã đề cập ở mô hình nghiên cứu. Nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy gồm 5 biến độc lập này để phân tích.

Kết quả phân tích ANOVA cho thấy giá trị Sig. = 0,000 < 0,05 có nghĩa là mô hình hồi quy phù hợp với tập dữ liệu thu thập được, các biến đưa vào mô hình đều có ý nghĩa thống kê với mức ý nghĩa là 5% và sự kết hợp các biến độc lập giải thích được sự ảnh hưởng đối với biến phụ thuộc là Sự hài lòng của sinh viên CTĐT song ngữ Việt – Anh.

Bảng 5: Kết quả hồi quy

Mô hình	Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Đo lường đa cộng tuyến	
	Beta			Hệ số chấp nhận	Hệ số phóng đại phương sai
Hệ số tự do		-4,743	0,000		
TCĐT	0,247	4,015	0,000	0,543	1,841
CSVC	0,228	4,114	0,000	0,671	1,490
CTĐT	0,219	4,445	0,001	0,848	1,179
GV	0,233	4,316	0,000	0,705	1,417
HC	0,211	4,058	0,000	0,759	1,317

Nguồn: Kết quả điều tra, xử lý, năm 2023

Từ bảng 5 cho thấy hệ số phóng đại phương sai (VIF) của các biến độc lập có giá trị từ 1,179 đến 1,841 nhỏ hơn 10 nên có thể kết luận rằng không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra.

Qua kết quả phân tích hồi quy ta có phương trình:

$$SHL=0,247*TCĐT + 0,228*CSVC + 0,219*CTĐT+ 0,233*GV+ 0,211*HC$$

Các hệ số Beta đều dương thể hiện 5 nhóm nhân tố nghiên cứu đều tác động cùng chiều (tác động tích cực) đến sự hài lòng của sinh viên các CTĐT song ngữ Việt – Anh về chất lượng dịch vụ đào tạo tại trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế. Qua đây, nghiên cứu nhận thấy sự hài lòng của sinh viên song ngữ chịu ảnh hưởng nhiều nhất bởi nhân tố Tổ chức đào tạo, quan trọng thứ hai là nhân tố Đội ngũ giảng viên, tiếp theo là các nhân tố Cơ sở vật chất, Chương trình đào tạo, và Công tác hành chính. Kết quả nghiên cứu này có sự đồng nhất với các kết quả trước đây của Nguyễn Thị Thắm (2010), Phạm Thị Liên (2013), Ao Thu Hoài và cộng sự (2021). Kết quả này cũng khẳng định các giả thuyết nghiên cứu đã nêu ra ở mô hình nghiên cứu được chấp nhận.

5. Một số gợi ý nhằm nâng cao sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo các CTĐT song ngữ Việt – Anh tại trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

Kết quả nghiên cứu cho thấy, sự hài lòng đối với chất lượng dịch vụ đào tạo của sinh viên nói chung, sinh viên các ngành song ngữ Việt - Anh nói riêng bị ảnh hưởng bởi các yếu tố: Tổ chức đào tạo, Cơ sở vật chất, Đội ngũ giảng viên, Chương trình đào tạo, Công tác hành chính. Từ đó, một số gợi ý được đề xuất nhằm nâng cao sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ đào tạo các CTĐT song ngữ tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế.

Phát huy vai trò của cố vấn học tập, ban các sự lớp trong các lớp song ngữ Việt - Anh. Điều này một phần giúp nâng cao hoạt động tổ chức đào tạo. Thiết nghĩ, cần có các khóa đào tạo, hội thảo chia sẻ kinh nghiệm đối với cố vấn học tập, để cố vấn học tập hoạt động chuyên nghiệp và hiệu quả hơn. Cần đảm bảo hơn sự công bằng, chất lượng, chuyên nghiệp, trong công tác đánh giá kết quả học tập, công tác thi cử.

Tăng cường xây dựng cơ sở vật chất, xây dựng thương hiệu, hình ảnh của Nhà trường. Cần có sự đầu tư thỏa đáng và thiết kế phòng học hiện đại theo chuẩn quốc tế cho các chương trình song ngữ. Hiện tại, khuôn viên của Nhà trường ngày càng khang trang, hiện đại hơn. Tuy nhiên, sinh viên vẫn đang thiếu các khu học tập sau giờ học. Nhà trường cần bố trí các khu vực riêng, yên tĩnh để sinh viên có thể học tập nhóm, nghiên cứu khoa học, thư viện cần bố trí ở vị trí hợp lý hơn. Bổ sung thêm các đầu sách chuyên ngành, các đầu sách ngoại văn phục vụ cho nhu cầu tìm kiếm tài liệu của sinh viên song ngữ.

Phát triển đội ngũ giảng viên về chất lượng và số lượng. Tìm kiếm các nhà khoa học, giảng viên giỏi, phù hợp tham gia giảng dạy các chương trình đào tạo song ngữ Việt - Anh.

Với mức đánh giá trung bình của sinh viên các lớp song ngữ về giảng viên trực tiếp giảng dạy là khá tốt về kiến thức, chuyên môn, khả năng sư phạm..., tuy nhiên, vẫn cần chú trọng đầu tư hơn cho chất lượng giảng viên. Vì giảng viên có khả năng giảng dạy tốt sẽ mang đến nguồn năng lượng tích cực, sự hứng phấn và niềm đam mê học tập cho sinh viên, kích thích sự tham gia học tập của sinh viên (Babar và Kashif, 2010).

Hoàn thiện và đổi mới chương trình đào tạo song ngữ Việt - Anh, đầu tư xây dựng một số chương trình song ngữ mũi nhọn. Hiện nay, cấu trúc chương trình đào tạo các ngành song ngữ Việt - Anh đã được điều chỉnh, thay đổi theo hướng ứng dụng hơn so với trước. Tuy nhiên, sinh viên song ngữ vẫn cho rằng các học phần có giá trị thực tế đang chiếm tỷ lệ ít hơn nhiều so với các học phần có giá trị lý thuyết. Nhà trường có thể tăng cường lấy ý kiến doanh nghiệp, nhà tuyển dụng để cập nhật các môn học mới. Tăng cường tiếp nhận, và hợp tác chuyển giao các chương trình đào tạo nổi tiếng trên thế giới để từng bước nâng cao chất lượng và hội nhập quốc tế. Điều này vừa giúp cho người học cập nhật kiến thức mới, nâng cao sự tự tin về khả năng tìm được việc làm sau khi ra trường, cũng như cơ hội học tập cao hơn ở các nước tiên tiến trên thế giới sau khi tốt nghiệp đại học.

Nâng cao chất lượng dịch vụ hành chính thông qua đội ngũ cán bộ, nhân viên của trường. Sinh viên các ngành song ngữ Việt - Anh mong muốn nhận được sự hỗ trợ nhiệt tình, sự chỉ bày tận tâm hơn của cán bộ hành chính của trường khi gặp sự cố. Thái độ vui vẻ, tích cực của cố vấn học tập, giảng viên, trợ giảng, nhân viên hành chính, bảo vệ, nhân viên giữ xe..., tạo nên môi trường chuyên nghiệp, thân thiện, hiệu quả, mang đến sự hài lòng cho sinh viên các ngành song ngữ nói riêng, sinh viên toàn trường nói chung.

6. Kết luận

Ngày nay, các cơ sở giáo dục đại học ở Việt Nam đang phải đối mặt với những thay đổi sâu rộng về kinh tế, văn hóa, khoa học kỹ thuật... Cùng với đó là sự phát triển ngày càng nhiều và đa dạng các cơ sở giáo dục đại học công lập và ngoài công lập, vì vậy để tồn tại và phát triển, các trường đại học cần phải có các chính sách thu hút sinh viên. Sinh viên không chỉ là khách hàng sử dụng dịch vụ mà còn là sản phẩm của quá trình đào tạo trong nhà trường. Do đó, việc nâng cao chất lượng dịch vụ đào tạo và sự hài lòng của sinh viên, thỏa mãn hơn mong đợi, đáp ứng tốt hơn nhu cầu, quyền lợi được học tập, giáo dục và rèn luyện một cách toàn diện về thể chất, tinh thần và trí tuệ cho sinh viên là yêu cầu cần thiết, cấp bách hiện nay của các cơ sở giáo dục đại học. Điều này cũng sẽ tạo ra thước đo chuẩn xác, khách quan nhất, và là sự kiểm nghiệm tốt nhất về chất lượng dịch vụ đào tạo của Nhà trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ao Thu Hoài, Trần Thị Tuyết Mai, Trần Vĩnh Hoàng, Phạm Thị Tuyết Nhung (2021), Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ đào tạo ngành quản trị kinh doanh của trường đại học tài chính – marketing đến sự hài lòng của sinh viên khoa quản trị kinh doanh, *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*, số 62 – tháng 4 Năm 2021, Trang 63-80
- Asubonteng, P., McCleary, K. J., & Swan, J. E., 1996, *SERVQUAL revisited: a critical review of service quality*, *Journal of Services marketing*, 10(6), 62-81
- Athiayaman, A. (1997), *Linking student satisfaction and service quality perceptions: The case of university education*, *European Journal of Marketing*, 31 (7), 528 – 540
- Babar, Z. B., & Kashif, U. R. (2010), *A study examining the student satisfaction in higher education*, Article in *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 5446-5450.
- Basheer, A., & Alnaser, A. S. M. (2012), *Assessing the relationship between higher education service quality dimensions and student satisfaction*, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 6(1), 156 - 164.
- Bộ Giáo dục và Đào tạo (2012), *Thông tư số 37/2012/TT-BGDĐT ngày 30/10/2012 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 65/2007/QĐ-BGDĐT ngày 01/11/2007 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo ban hành Quy định về tiêu chuẩn đánh giá chất lượng giáo dục trường đại học*.
- Costas Z., Vasiliki V., 2007, *Service quality assessment in a greek higher education institute*, *Journal of Business Economics and Management*, 9(1), pp.33-45.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992), *Measuring service quality: A reexamination and extension*, *Journal of Marketing*, 56 (3), 55-68
- Cheng, Y.C., & Tam, W.M. (1997), *Multi-models of quality in education*, *Quality Assurance in Education*, 5 (1), 22-34.
- Davies, M., Hirschberg, J., Lye, L., Johnston, C. and McDonald, I. (2007), *Systematic influences on teaching evaluations: the case for caution*, *Australian Economic Papers*, March, 18-38.
- DeShields, O. W., Kara, A., and Kaynak, E.(2005), *Determinants of business student satisfaction and retention in higher education: Applying herzberg's two-factor theory*, *International Journal of Educational Management*, 19(2): 128-139.
- Dib H, Alnazer M. (2013), *Conceptual model of student satisfaction in Syrian universities*. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 56:12-20

Định Thị Hồng Vân và Cộng sự (2021), *Vietnamese Students' Satisfaction toward Higher Education Service: The Relationship between Education Service Quality and Educational Outcomes*, European Journal of Educational Research, Volume 10, Issue 3, 1397 - 1410.

Edvardsson, B., Thomasson, B., & Ovretveit, J. (1994). *Quality in service*. Maidenhead, UK: McGraw Hill.

Fallows, S., & Steven, C. (2000), *Building employability skills into the higher education curriculum: A university-wide initiative*, Education and Training, 42, 75-83

Hà Nam Khánh Giao, Trần Thị Mỹ Vân, (2020), *Sự hài lòng của sinh viên đại học về chất lượng dịch vụ đào tạo các môn Khoa học cơ bản tại trường Đại học Công nghệ Sài Gòn*, Tạp chí Công thương, Số 4, tháng 3/ 2020, 114-119.

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

Harvey, L., & Green, D. (1993), *Defining Quality*, Assessment and Evaluation in Higher Education, 18, 9-34.

Karami, M. & Olfati, O. (2011), *Measuring service quality and satisfaction of students: A case study of students' perception of service quality in high-ranking business schools in Ira*, African Journal of Business Management, 6(2), 658-669.

Kotler, P. (2000), *Marketing Management: The Millennium Edition*, Person Prentice Hall, Upper Saddle River.

Lewis, B. and Mitchell, V. (1990), *Defining and Measuring the Quality of Customer Service*, Marketing Intelligence and Planning, 8, 11-17.

Lê Đức Tâm, Trần Danh Giang (2013), *Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ đào tạo và sự hài lòng của sinh viên Trường Đại học Xây dựng miền Trung*, Tạp chí Khoa học - Công nghệ Thủy sản, 2, 149-154.

Nguyễn Hữu Lộc, Phạm Công Bằng, Lê Ngọc Quỳnh Lam (2014), *Chương trình đào tạo tích hợp – Từ thiết kế đến vận hành*, NXB Đại học Quốc gia TP Hồ Chí Minh.

Nguyễn Thị Thắm, (2010), *Khảo sát sự hài lòng của sinh viên với chương trình đào tạo Đại học Khoa học Tự nhiên - Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh*, Luận văn Thạc sĩ, 2010.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L. (1985), *A conceptual model of service quality and its implications for future research*, Journal of Marketing, 49 (3), 41-50.

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, 4, 81-89.

Segoro W.(2013) *The influence of perceived service quality, mooring factor, and relationship quality on customer satisfaction and loyalty*, Procedia-Social and Behavioral Sciences, 306-310.

Spreng, R., and Mackey, R. (1996), *An Empirical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction*, Journal of Retailing, 72(2), 201-214

Vasiliki Vrana, George J. Karavasilis, Sotirios G. Dimitriadis (2015), *Students' perceptions of service quality at a Greek higher education institute*, Int. J. Decision Sciences, Risk and Management, Vol. 6, No. 1. 80- 102.

Wisniewski, M. and Donnelly, M. (1996), *Measuring service quality in the public sector: the potential for SERVQUAL*, Total Quality Management, 7(4), 357-365.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018), *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.), New York, NY: McGraw - Hill Education.

**STUDENT SATISFACTION: KEY TO ENHANCE SERVICE QUALITY OF
BILINGUAL VIETNAMESE - ENGLISH EDUCATIONAL PROGRAM AT
UNIVERSITY OF ECONOMICS, HUE UNIVERSITY**

Tran Thi Khanh Linh, Duong Thi Hai Phuong

Abstract. This study focuses on identifying factors impacting student satisfaction from bilingual Vietnamese - English educational program on service quality at University of Economics - Hue University. Based on 179 responses from 2nd-year students and above of the program, research finds that there are 5 factors impacting the satisfaction including: curriculum, educational management, lecturers, facilities, and administrative affair. Among them, educational management and lecturers have the most significant influence on student satisfaction. As a result, the study proposes suggestions for quality improvement at University of Economics - Hue University.

Keywords: Education services; Satisfaction; Students.