

# Sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ đào tạo chất lượng cao tại Học viện Chính sách và Phát triển

NGUYỄN THỊ ĐÔNG\*  
NGUYỄN THỊ HẠNH VÂN\*\*

## Tóm tắt

Nghiên cứu tập trung vào việc xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên về dịch vụ đào tạo chất lượng cao (CLC) tại Học viện Chính sách và Phát triển (Học viện). Trên cơ sở khảo sát 259 sinh viên đang học và cựu sinh viên chương trình CLC, kết quả nghiên cứu cho thấy, có 5 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên về dịch vụ đào tạo CLC, gồm: Chương trình đào tạo, Cơ sở vật chất; Đội ngũ giảng viên; Tiếp cận dịch vụ giáo dục và Quan tâm của Học viện. Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất các khuyến nghị nhằm cải thiện mức độ hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ đào tạo CLC tại Học viện.

**Từ khóa:** sự hài lòng, chất lượng dịch vụ đào tạo, Học viện Chính sách và Phát triển

## Summary

The study focuses on determining the factors affecting students' satisfaction with high-quality training programs of the Academy of Policy and Development. Based on a survey of 259 current students and alumni of the aforementioned programs, the research points out 5 influential factors which are Training program; Facilities; Teaching staff; Access to educational services; Attention of the Academy. From the obtained result, the authors propose recommendations to improve students' satisfaction with high-quality training programs of the Academy.

**Keywords:** satisfaction, training service quality, Academy of Policy and Development

## GIỚI THIỆU

Chất lượng giáo dục là một thách thức đối với các trường đại học trong nước nói riêng và trên thế giới nói chung. Và, sinh viên là những “khách hàng” của một trường đại học. Vì thế, đánh giá chất lượng đào tạo thông qua mức độ hài lòng của sinh viên đang được các trường đại học quan tâm thực hiện những năm gần đây.

Từ khi thành lập năm 2008 đến nay, Học viện Chính sách và Phát triển, Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã từng bước thực hiện các hoạt động nhằm nâng cao chất lượng đào tạo, nhất là hệ đào tạo CLC. Để nâng cao chất lượng dịch vụ đào tạo CLC tại Học viện, việc xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên về dịch vụ đào tạo CLC tại Trường là cần thiết.

## CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### Cơ sở lý thuyết

#### Chất lượng dịch vụ giáo dục đại học

Có nhiều quan điểm và cách định nghĩa khác nhau về dịch vụ, chất lượng dịch vụ. Chẳng hạn theo Philip

Kotler (2012) dẫn theo Phạm Thị Liên (2016), thì “Chất lượng” là tất cả đặc điểm, đặc tính của sản phẩm, dịch vụ liên quan tới khả năng là thỏa mãn những nhu cầu tiềm ẩn hoặc được xác định. Sản phẩm hoặc dịch vụ có chất lượng khi nó đáp ứng hoặc vượt mong đợi của khách hàng. “Dịch vụ” là một hoạt động hay lợi ích cung ứng nhằm để trao đổi, chủ yếu là vô hình và không dẫn đến việc chuyển quyền sở hữu, việc thực hiện dịch vụ có thể gắn liền hoặc không gắn liền với sản phẩm vật chất.

Theo Parasuraman và cộng sự (1985), dịch vụ có 3 đặc tính, bao gồm: Tính vô hình; Tính khác biệt và Tính không thể tách rời. “Chất lượng dịch vụ” là mức độ khác nhau giữa sự mong đợi của người tiêu dùng về dịch vụ và nhận thức của họ về kết quả của dịch vụ, là sự thỏa mãn khách hàng được đo bằng hiệu số giữa chất lượng mong đợi và chất lượng đạt được. Chất lượng dịch vụ là sự đánh giá

\* TS., \*\* ThS., Học viện Chính sách và Phát triển

Ngày nhận bài: 04/5/2021; Ngày phản biện: 12/6/2021; Ngày duyệt đăng: 12/7/2021

của khách hàng về tính siêu việt và sự tuyệt vời nói chung của một thực thể.

Theo Nguyễn Thị Mai Trang, Nguyễn Đình Thọ (2003), giáo dục đại học là một loại hình dịch vụ, là loại hàng hóa đặc biệt, vừa chịu sự quản lý của nhà nước, vừa mang tính thị trường. Chất lượng dịch vụ giáo dục đại học là sự mong đợi và nhận thức của người học khi sử dụng và tham gia các hoạt động giáo dục đại học.

#### **Sự hài lòng của sinh viên về dịch vụ giáo dục đại học**

Theo Oliver và cộng sự (1985), sự hài lòng của khách hàng là kết quả của sự tương tác giữa giá trị cảm nhận và mong đợi của du khách về điểm đến. Sự hài lòng của khách hàng tùy thuộc vào năng suất thực hiện, mà người ta cảm nhận được từ một sản phẩm hoặc một dịch vụ, khi nó cung cấp giá trị so với kỳ vọng của người mua. Nếu khả năng thực hiện của sản phẩm kém hơn kỳ vọng của người mua, người mua sẽ bị thất vọng. Nếu khả năng thực hiện của nó phù hợp với kỳ vọng của người mua, họ sẽ hài lòng. Nếu lợi ích thực tế không như kỳ vọng, thì khách hàng sẽ thất vọng. Nếu lợi ích thực tế đáp ứng với kỳ vọng đã đặt ra, thì khách hàng sẽ tạo ra hiện tượng hài lòng cao hơn hoặc là hài lòng vượt quá mong đợi.

Chất lượng dịch vụ đào tạo được đánh giá thông qua sự thỏa mãn nhu cầu của sinh viên, sinh viên càng hài lòng, thì dịch vụ đào tạo đó có chất lượng càng cao và ngược lại. Trường đại học có chất lượng đào tạo càng cao, sẽ càng thu hút được nhiều sinh viên theo học, đồng thời tạo ra được nguồn nhân lực có chất lượng tốt cho xã hội.

Từ các quan điểm trên, nhóm tác giả cho rằng: “Sự hài lòng của sinh viên về dịch vụ giáo dục đại học chính là sự hài lòng, sự mong đợi của các sinh viên với chất lượng dịch vụ đào tạo của nhà trường”.

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

Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng tuy là hai khái niệm khác nhau, nhưng có liên hệ chặt chẽ với nhau trong nghiên cứu về dịch vụ (dẫn theo Nguyễn Thị Mai Trang và Nguyễn Đình Thọ, 2003).

Còn Zeithaml và Bitner (2000) cho rằng, sự hài lòng của khách hàng bị tác động bởi nhiều yếu tố, như: Chất lượng sản phẩm; Chất lượng dịch vụ; Giá cả; Yếu tố tình huống; Yếu tố về đặc điểm cá nhân. Lý do là vì chất lượng dịch vụ

có liên quan đến việc cung cấp dịch vụ, còn sự thỏa mãn chỉ đánh giá được sau khi đã sử dụng dịch vụ. Như vậy, chất lượng dịch vụ là nguyên nhân dẫn đến sự thỏa mãn, hài lòng. Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng có liên quan nhau, dịch vụ có CLC dẫn tới sự hài lòng của khách hàng cũng tăng lên, không nên đo lường chất lượng dịch vụ mà không đánh giá hài lòng của khách hàng.

#### **Mô hình nghiên cứu**

Parasuraman và cộng sự (1988) đã đưa ra thang đo chất lượng dịch vụ SERVQUAL để đo lường chất lượng dịch vụ gồm 5 thành phần cơ bản: (1) Tính hữu hình; (2) Độ tin cậy; (3) Đáp ứng; (4) Đảm bảo; (5) Cảm thông. Thang đo SERVQUAL theo Parasuraman là một công cụ dùng để đánh giá kỳ vọng và nhận thức của khách hàng về chất lượng dịch vụ của nhiều ngành, nghề, như: nhà hàng, khách sạn, bệnh viện, trường học, các hãng hàng không, du lịch, giáo dục...

Nitecki (1996) (dẫn theo Phạm Thị Huế, Lê Đình Hải, 2018) cho rằng, thang đo SERVQUAL có thể được xem như một công cụ tin cậy và có giá trị để đánh giá chất lượng dịch vụ giáo dục nói chung và giáo dục đại học nói riêng. Phạm Thị Liên (2016) đã đưa ra các nhân tố về chất lượng dịch vụ giáo dục, như: Thư viện; Trang thiết bị phục vụ thực hành; Chương trình đào tạo; Phương pháp giảng dạy của giảng viên; Các dịch vụ hành chính phục vụ sinh viên...

Kế thừa các nghiên cứu trước đó và dựa trên mô hình SERVQUAL về nhận thức của khách hàng về chất lượng và sự thỏa mãn, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo CLC tại Học viện như sau:

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

Trong đó: Y: Chất lượng dịch vụ đào tạo CLC;  $\beta_0$ : Hằng số hồi quy;  $X_1$ : Tiếp cận dịch vụ giáo dục;  $X_2$ : Đội ngũ giảng viên;  $X_3$ : Chương trình đào tạo;  $X_4$ : Quan tâm của Học viện;  $X_5$ : Cơ sở vật chất;  $\varepsilon$ : sai số, phần bỏ qua những nhân tố khác có tác động đến chất lượng đào tạo;  $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  là các hệ số hồi quy. Nghiên cứu mong muốn nhận giá trị  $\beta$  dương tức là có sự ảnh hưởng tích cực đến chất lượng dịch vụ đào tạo CLC.

Mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo CLC của Học viện được biểu đồ hóa như Hình.

Một số giả thuyết được đặt ra cho mô hình như sau:

H1: Tiếp cận dịch vụ đào tạo càng tốt, thì Sự hài lòng của sinh viên càng cao.

H2: Đội ngũ giảng viên càng tốt, thì Sự hài lòng của sinh viên càng cao.

H3: Chất lượng chương trình đào tạo càng tốt, thì Sự hài lòng của sinh viên càng cao.

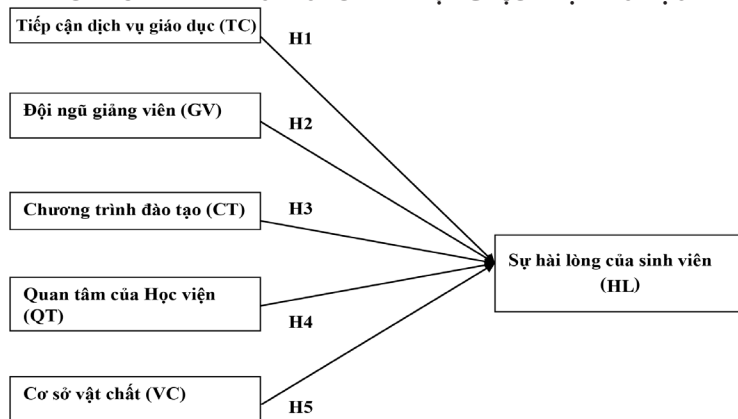
H4: Sự quan tâm của Học viện càng tốt, thì Sự hài lòng của sinh viên càng cao.

H5: Cơ sở vật chất càng tốt, thì Sự hài lòng của sinh viên càng cao.

#### **Phương pháp nghiên cứu**

Sau khi xây dựng mô hình, bảng khảo sát được thiết kế với mục đích thu thập những đánh giá từ sinh viên

HÌNH: MÔ HÌNH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ ĐÀO TẠO



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

BẢNG 1: TỔNG HỢP KẾT QUẢ PHÂN TÍCH CHẤT LƯỢNG THANG ĐO

STT	Nhóm biến	Số biến	Cronbach's Alpha
1	Tiếp cận dịch vụ giáo dục	4	0,738
2	Đội ngũ giảng viên	4	0,781
3	Chương trình đào tạo	6	0,745
4	Quan tâm của Học viện	4	0,781
5	Cơ sở vật chất	5	0,783

BẢNG 2: HỆ SỐ HỒI QUY

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Kiểm tra đa cộng tuyến		
	B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	VIF	
1	(Hằng số)	-.875	.280	-3,119	.002			
	TC	.113	.057	.103	2,000	.047	.660	1,516
	GV	.261	.060	.238	4,365	.000	.592	1,690
	CT	.452	.069	.345	6,535	.000	.629	1,589
	QT	.068	.063	.054	1,089	.277	.707	1,414
	VC	.268	.058	.232	4,653	.000	.704	1,420

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

về chất lượng dịch vụ đào tạo CLC tại Học viện, cũng như những đánh giá của họ về sự hài lòng khi sử dụng dịch vụ. Phần chính của bảng hỏi gồm 28 biến quan sát, trong đó có 24 biến quan sát dùng để đo đánh giá của sinh viên về 5 nhân tố liên quan đến chất lượng dịch vụ CLC.

Dữ liệu được thu thập thông qua việc sử dụng phiếu khảo sát online gửi đến sinh viên Học viện. Sau khi gửi bảng khảo sát, thu được 259 mẫu đầy đủ và hợp lệ. Đối tượng tham gia trả lời câu hỏi khảo sát phần lớn là nữ (chiếm 80,2%). Bên cạnh đó, điều đáng lưu ý là sinh viên đang học tham gia trả lời là 83,4% còn lại là cựu sinh viên. Các dữ liệu được mã hóa, làm sạch và xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0. Khảo sát được thực hiện trong năm 2020.

## KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Kết quả phân tích thống kê mô tả cho thấy, giá trị trung bình của từng biến số đều nằm trong khoảng từ 3-4 (trên thang đo 5). Điều này mang ý nghĩa khác nhau cho từng nhân tố. Tuy nhiên, có thể thấy, mức độ đánh

giá trung bình của sinh viên đối với các thành phần của chất lượng dịch vụ đào tạo CLC là khá cao. Các phương sai đều nhỏ (tất cả đều < 1,5), cho thấy người trả lời điều tra đều trả lời khá gần với giá trị trung bình của các biến này. Hầu hết độ lệch chuẩn đều < 1,2, cho thấy sự biến thiên khá nhỏ, hầu hết những người trả lời có quan điểm khá tương đồng vấn đề được hỏi (chất lượng đào tạo và sự hài lòng của sinh viên).

Kết quả phân tích Cronbach's Alpha cho thấy, 5 thành phần của thang đo Chất lượng đào tạo đều có độ tin cậy lớn hơn 0,7 (Bảng 1). Như vậy, thang đo Chất lượng dịch vụ đào tạo CLC sẽ được đưa vào phân tích nhân tố khám phá (EFA) để tìm mối liên hệ, cũng như loại bỏ tiếp các biến không phù hợp.

### Phân tích EFA

Kết quả nghiên cứu cho thấy, hệ số KMO của thang đo khá cao, ở mức 0,830, thỏa mãn yêu cầu  $0,5 < KMO < 1$ , với mức ý nghĩa Sig. = 0,000 cho thấy phân tích EFA là thích hợp. Giá trị Eigenvalues là  $1,145 > 1$ , nên thang đo được chấp nhận; 23 biến quan sát được nhóm lại thành 5 nhân tố tổng phương sai trích là 60,247, cho biết 5 nhân tố này giải thích được 60,247% biến thiên của các biến quan sát.

Như vậy, qua phân tích hệ số Cronbach's Alpha và EFA, 5 thang đo đại diện cho các nhân tố ảnh hưởng đến Sự hài lòng của sinh viên về chất lượng dịch vụ đào tạo CLC và 1 thang đo đại diện cho Sự hài lòng của sinh viên về chất lượng dịch vụ đào tạo CLC tại Học viện đều đạt yêu cầu và có ý nghĩa thống kê.

### Phân tích hồi quy

Kết quả phân tích cho thấy, mức ý nghĩa của các thành phần: TC, GV, CT, QT, VC đều có Sig. < 0,05, do đó có thể nói rằng, các biến độc lập đều có tác động đến sự hài lòng của sinh viên về chất lượng dịch vụ đào tạo CLC, đều có ý nghĩa trong mô hình và tác động cùng chiều đến sự hài lòng của sinh viên, các hệ số hồi quy của các thành phần đều mang dấu dương (Bảng 2).

Phương trình hồi quy tuyến tính thể hiện sự hài lòng của sinh viên đến chất lượng dịch vụ đào tạo CLC tại Học viện như sau:

$$HL = 0,103TC + 0,238GV + 0,345CT + 0,054QT + 0,232VC + \varepsilon$$

Mô hình trên giải thích được 54,7% sự thay đổi của biến HL (biến phụ thuộc) là

do các biến độc lập trong mô hình tạo ra, còn lại 45,3% biến thiên được giải thích bởi các biến khác nằm ngoài mô hình (Bảng 3).

Hệ số phóng đại phương sai VIF tương đối nhỏ, nhỏ hơn 10 (Bảng 2). Do đó, các biến độc lập này không có quan hệ chặt chẽ với nhau, nên không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra. Vì thế, mối quan hệ giữa các biến độc lập không ảnh hưởng đáng kể đến kết quả giải thích của mô hình hồi quy. Hệ số Durbin Watson ( $1 < d = 1,862 < 3$ ), nên mô hình hồi quy không có hiện tượng tự tương quan.

### KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Kết quả nghiên cứu cho thấy, các biến độc lập (Tiếp cận dịch vụ giáo dục, Đội ngũ giảng viên; Chương trình đào tạo; Quan tâm của Học viện và Cơ sở vật chất) có quan hệ cùng chiều với biến phụ thuộc (Sự hài lòng). Kết quả cho thấy thứ tự tầm quan trọng của các biến số ảnh hưởng đến Sự hài lòng, cao nhất là Chương trình đào tạo; tiếp đến là Đội ngũ giảng viên; Cơ sở vật chất; Tiếp cận dịch vụ giáo dục; thấp nhất là Quan tâm của Học viện.

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số khuyến nghị nhằm cải thiện sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo CLC tại Học viện Chính sách và Phát triển như sau:

BẢNG 3: HỆ SỐ HỒI QUY ĐA BIẾN CỦA MÔ HÌNH

Mô hình	R	R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> điều chỉnh	Sai số chuẩn	Durbin-Watson
1	,745 <sup>a</sup>	,555	,547	,6836	1,862

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

**Thứ nhất**, thực hiện việc đầu tư xây dựng một số ngành mũi nhọn, trong đó lấy hạt nhân là chương trình CLC để đáp ứng yêu cầu phát triển, có cơ chế phân bổ nguồn lực cho các ngành, chương trình đào tạo theo nguyên tắc cạnh tranh, bình đẳng, hiệu quả. Tiếp tục tiếp nhận, chuyển giao các chương trình đào tạo từ các trường đại học nổi tiếng trên thế giới để từng bước nâng cao chất lượng đào tạo và hội nhập quốc tế.

**Thứ hai**, có chính sách thu hút giảng viên, nhà khoa học giỏi, phù hợp tham gia giảng dạy các chương trình đào tạo CLC. Có chính sách tạo động lực cho giảng viên nâng cao chất lượng đào tạo; tạo môi trường làm việc thuận lợi để phát triển năng lực cán bộ giảng viên.

**Thứ ba**, tiếp tục có đầu tư thỏa đáng, thiết kế các phòng học hiện đại theo tiêu chuẩn quốc tế cho chương trình CLC. Đồng thời, cần trang bị thư viện điện tử và có khả năng kết nối với các thư viện tại Việt Nam và nước ngoài. Đổi mới phương thức quản lý sinh viên, quản lý đào tạo đáp ứng yêu cầu mới trong đào tạo.

**Thứ tư**, luôn đảm bảo chất lượng trong đánh giá kết quả học tập. Hàng năm Học viện cần rà soát, hoàn thiện ngân hàng đề thi với các hình thức đánh giá theo yêu cầu tính chất của môn học. Bên cạnh đó, Học viện cần phối hợp với nhà tuyển dụng đánh giá năng lực của sinh viên ra trường theo cam kết với xã hội, liên hệ với các nhà tuyển dụng để tạo điều kiện tốt nhất cho sinh viên có thể có được việc làm sau khi ra trường. □

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nxb Hồng Đức
- Nguyễn Thị Mai Trang và Nguyễn Đình Thọ (2003). *Đo lường chất lượng dịch vụ siêu thị theo quan điểm khách hàng*, Đề tài cấp bộ, Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh
- Nguyễn Thị Thu Hiền (2015). *Đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên khối ngành Kinh tế tại Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội
- Phạm Thị Huế, Lê Đình Hải (2018). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dân đối với chất lượng dịch vụ hành chính công trên địa bàn huyện Cẩm Mỹ, tỉnh Đồng Nai, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ lâm nghiệp*, số 3
- 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: Kinh tế và Kinh doanh*, 32(4), 81-89
- Oliver, R. L., and W. O. Bearden (1985). Disconfirmation Processes and Consumer Evaluations in Product Usage, *Journal of Business Research*, 13, 235-246
- Parasuraman A., Zeithaml V., and Berry L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, 49, 41-50
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40
- Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm (2nd Edition)*. Boston, USA: McGraw-Hill