



STUDENT SATISFACTION WITH THE QUALITY OF TRAINING SUPPORT SERVICES IN THE UNIVERSITY OF FINANCE – MARKETING

Huynh The Nguyen¹, Pham Ngoc Duong^{1*}, Truong Thi Thuy Vi¹, Bui Thi To Loan¹

¹University of Finance – Marketing, Vietnam

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi3.408</p> <p><i>Received:</i> June 28, 2023</p> <p><i>Accepted:</i> February 26, 2024</p> <p><i>Published:</i> April 25, 2024</p> <p>Keywords: Satisfaction; Service quality; Students; Training support service.</p> <p>JEL Codes: D12, M11, M13</p>	<p>This article aims to identify and measure the factors affecting student satisfaction with the quality training support services at the University of Finance - Marketing. Research data was collected from 601 students studying in the standard training programs, the integrated training programs and the international training programs. This article aims to identify and measure the factors affecting student satisfaction with the quality training support services at the University of Finance - Marketing. Research data was collected from 601 students studying in the standard training programs, the integrated training programs, and the international training programs. The research model has been verified through SPSS software, and the data processing results have identified 5 factors: Academic advisor team, Extracurricular activities, Library and learning materials, Corresponding information channel, Cooperation, and Financial Assistance. Financial support is the most important of overall training support services, followed by Library and learning materials, Interactive information channels, Extra-curricular activities, and Team capacity. In addition, the overall quality of training support services is positively related to student satisfaction. On that basis, the study proposes some managerial implications to improve student satisfaction with the quality of training support services.</p>

*Corresponding author:

Email: ngocduongx@ufm.edu.vn



SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN VỚI CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ HỖ TRỢ ĐÀO TẠO TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING

Huỳnh Thế Nguyễn¹, Phạm Ngọc Dương^{1*}, Trương Thị Thúy Vị¹, Bùi Thị Tố Loan¹

¹Trường Đại học Tài chính – Marketing

THÔNG TIN	TÓM TẮT
<p>DOI: 10.52932/jfm.vi3.408</p> <p>Ngày nhận: 28/06/2023</p> <p>Ngày nhận lại: 26/02/2024</p> <p>Ngày đăng: 25/04/2024</p> <p>Từ khóa: Chất lượng dịch vụ; Dịch vụ hỗ trợ đào tạo; Sinh viên; Sự hài lòng.</p> <p>Mã JEL: D12, M11, M13</p>	<p>Những năm gần đây việc cung cấp các dịch vụ hỗ trợ đào tạo tại trường đại học đã trở thành nhân tố quan trọng quyết định đến sự hài lòng của sinh viên và ảnh hưởng không nhỏ tới thu hút người học đến với các trường. Để tìm hiểu các nhân tố này tác động như thế nào đến sự hài lòng của sinh viên đang theo học tại trường Đại học Tài chính – Marketing, nhóm nghiên cứu đã khảo sát 601 sinh viên hệ chính quy đang học tập tại các chương trình đào tạo chuẩn, chương trình đào tạo tích hợp của trường. Xử lý dữ liệu thu thập được bằng phân tích hồi quy đa biến cho thấy, có 5 nhân tố thuộc dịch vụ hỗ trợ đào tạo tác động đến sự hài lòng của sinh viên đang học tập tại trường gồm đội ngũ cố vấn học tập, hoạt động ngoại khóa, thư viện và học liệu, kênh thông tin tương tác, và hỗ trợ về tài chính. Trong đó, hỗ trợ về tài chính tác động mạnh nhất, kế tiếp là nhân tố thư viện và học liệu, kênh thông tin tương tác, hoạt động ngoại khóa, và cuối cùng là năng lực của đội ngũ cố vấn học tập. Trên cơ sở kết quả này nhóm nghiên cứu đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm nâng cao chất lượng các dịch vụ hỗ trợ đào tạo của trường qua đó nâng cao sự hài lòng của sinh viên, gia tăng sự thu hút sinh viên đến học tập và nghiên cứu tại trường.</p>

1. Giới thiệu

Thực hiện Nghị Quyết số 04-NQ/HNTW ngày 14/01/1993 của Ban chấp hành Trung ương về tiếp tục đổi mới sự nghiệp giáo dục và đào tạo, với chủ trương “Tiếp tục hoàn chỉnh cơ cấu mới của hệ thống giáo dục quốc dân. Cùng cố các trường công, chuyển một số trường công

sang bán công. Khuyến khích mở các trường lớp dân lập. Cho phép mở trường lớp tư thục ở giáo dục mầm non, giáo dục chuyên nghiệp (bao gồm dạy nghề và trung học chuyên nghiệp), giáo dục đại học”. Đến nay, Việt Nam có 237 trường đại học trong đó 172 là trường công lập và 65 là trường ngoài công lập, đang đào tạo trên 2 triệu sinh viên theo học (Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2023). Để thu hút người học đến ghi danh xét tuyển và học tập tại trường, các trường đại học đã không chỉ cung cấp các dịch vụ giáo

*Tác giả liên hệ:

Email: ngocduongx@ufm.edu.vn

dục đại học như chương trình đào tạo, cơ sở vật chất và trang thiết bị giảng dạy hiện đại, đội ngũ giảng viên cơ hữu có chất lượng, mà còn phát triển các dịch vụ hỗ trợ sinh viên trong suốt quá trình đào tạo của Nhà trường.

Trường Đại học Tài chính – Marketing là trường đại học công lập thuộc Bộ Tài chính, hiện có khoảng 15.000 sinh viên hệ chính quy đang theo học. Trong những năm qua trường đã tích cực đầu tư cơ sở vật chất hiện đại, phòng học được trang bị máy điều hòa nhiệt độ, máy chiếu, nâng cấp trang thiết bị hiện đại cho thư viện, tuyển dụng giảng viên tốt nghiệp từ các trường đại học danh tiếng ở trong và ngoài nước. Nghiên cứu về sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo tại các trường đã có một số tác giả thực hiện như: Hà Nam Khánh Giao và Nguyễn Phạm Hạnh Phúc (2015), nghiên cứu về sự hài lòng của sinh viên về các dịch vụ đào tạo của Khoa Du lịch trường Đại học Tài chính – Marketing giai đoạn 2020-2013; Hà Nam Khánh Giao và Nguyễn Thanh Tiên (2016), nghiên cứu về sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo hệ vừa học vừa làm tại UFM. Nhưng cho đến nay vẫn chưa có nghiên cứu nào về sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo mà Nhà trường đang cung cấp, do đó với nghiên cứu này nhằm mục đích xác định các nhân tố chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo tác động đến sự hài lòng của sinh viên và đề xuất các hàm ý giúp Nhà trường nâng cao chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo, nâng cao sự hài lòng của sinh viên nhằm thu hút thêm người học đến học tập tại Trường.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Dịch vụ hỗ trợ đào tạo và sự hài lòng

Theo Hiệp định chung về thương mại và dịch vụ (GATS – General Agreement on Trade in Services) mà Việt Nam đã ký kết khi tham gia Tổ chức thương mại thế giới (WTO) thì giáo dục bậc cao, giáo dục cho người lớn được xếp vào ngành dịch vụ. Trường đại học là một đơn vị cung cấp dịch vụ đặc biệt cho đa dạng các đối

tượng khách hàng như: Chính phủ, các doanh nghiệp, sinh viên, phụ huynh và cộng đồng xã hội, trong đó đối tượng sinh viên vừa là người thụ hưởng vừa là khách hàng quan trọng nhất (Weerasinghe & Fernando, 2017). Dịch vụ giáo dục đại học được thực hiện với sự tham gia của rất nhiều thành phần, yếu tố và quá trình khác nhau, có thể là vật chất (như cơ sở vật chất, trang thiết bị,...), có thể là phi vật chất (như quá trình truyền thụ tri thức, giảng dạy trực tiếp,...), có thể là chứa đựng cả hai yếu tố trên. Về dịch vụ hỗ trợ đào tạo, tại Việt Nam hiện nay vẫn chưa có khái niệm chính thức được ban hành, tuy nhiên tại Điều 12, tiêu chuẩn 8 Thông tư 04/2016/TT-BGDĐT ban hành ngày 14 tháng 03 năm 2016 của Bộ Giáo dục và Đào tạo quy định về tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học có đề cập đến người học và hoạt động hỗ trợ người học để chương trình đào tạo đạt chuẩn, theo đó các hoạt động tư vấn học tập, hoạt động ngoại khóa, hoạt động thi đua và các dịch vụ hỗ trợ khác để giúp cải thiện việc học tập và khả năng có việc làm của người học. Môi trường tâm lý, xã hội và cảnh quan tạo thuận lợi cho hoạt động đào tạo, nghiên cứu và sự thoải mái cho cá nhân người học. Nhưng năm gần đây, để thu hút người học, các trường đại học không chỉ cung cấp cho người học những dịch vụ giáo dục đào tạo như truyền thụ kiến thức chuyên môn nghề nghiệp, cơ sở vật chất, chương trình đào tạo mà còn cung cấp các dịch vụ hỗ trợ người học như: dịch vụ tư vấn pháp lý, rèn luyện kỹ năng mềm, dịch vụ thể dục thể thao, dịch vụ tư vấn hướng nghiệp, dịch vụ liên kết thực tập, dịch vụ làm hồ sơ xin việc và phỏng vấn,... (Lượng & Thông, 2021). Như vậy, có thể thấy dù chưa có khái niệm chính thức thể hiện trên các văn bản pháp luật nào về dịch vụ hỗ trợ đào tạo nhưng những dịch vụ hỗ trợ người học mà các trường đại học đang cung cấp cho sinh viên chính là dịch vụ hỗ trợ cho hoạt động đào tạo của Nhà trường đồng thời mang đến sự hài lòng cho người học.

Sự hài lòng với chất lượng dịch vụ, theo Kotler (2012), sự hài lòng là mức độ của trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc

so sánh kết quả thu được từ sản phẩm/dịch vụ với những kỳ vọng của người sử dụng. Kỳ vọng ở đây được xem là ước mong hay mong đợi của con người. Nó bắt nguồn từ nhu cầu cá nhân, kinh nghiệm trước đó và thông tin bên ngoài như quảng cáo, thông tin truyền miệng của bạn bè, gia đình. Trước đây, các nghiên cứu về sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ trong giáo dục đại học thường đo lường thông qua mô hình SERVQUAL gồm 10 nhân tố chất lượng dịch vụ (tin cậy, đáp ứng, năng lực phục vụ, tiếp cận, lịch sự, thông tin, tín nhiệm, an toàn, hiểu biết khách hàng, phương tiện hữu hình) của Parasuraman và cộng sự (1988), hoặc mô hình cảm nhận chất lượng dịch vụ SERVPERF 5 nhân tố (sự tin cậy, sự đáp ứng, độ đảm bảo, sự cảm thông, phương tiện hữu hình) của Cronin và Taylor (1992). Đến năm 1996, Cuthbert. P đã chứng minh rằng, mô hình SERVQUAL không hoàn toàn phù hợp với đo lường chất lượng dịch vụ tại các trường đại học bởi trải nghiệm của sinh viên về chất lượng dịch vụ tại các trường đại học khác xa với trải nghiệm khách hàng đối với chất lượng dịch vụ tại ngân hàng, nhà hàng hoặc dịch vụ viễn thông,... Theo đó, ngoài các nhân tố thuộc thang đo SERVQUAL thì cảm nhận chất lượng dịch vụ của sinh viên trong môi trường giáo dục đại học còn bao hàm cả các nhân tố khác như hành chính, chỗ ở, dịch vụ ăn uống, sao chép và các dịch vụ liên quan, dịch vụ máy tính, thư viện và khu vực thể thao. Abdullah (2006) đã khảo sát 680 sinh viên đến từ sáu trường Đại học ở Malaysia. Kết quả nghiên cứu là ông đã đưa ra mô hình HEDPERF với 5 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên là: (1) phương diện phi học thuật (non – academic aspects), (2) phương diện học thuật (academic aspects), (3) danh tiếng (reputation), (4) sự tiếp cận (access), (5) chương trình đào tạo (programmes issues).

Tại Việt Nam nghiên cứu về sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ tại các trường đại học cũng đã có một số tác giả thực hiện như: nghiên cứu của Hà Nam Khánh Giao và Nguyễn Phạm Hạnh Phúc (2013) về sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ

đào tạo của Khoa Du lịch Trường Đại học Tài chính – Marketing. Nghiên cứu này đề xuất 4 nhân tố trong mô hình HEDPERF của Abdllahn (2006) là hoạt động chuyên môn, hoạt động ngoài chuyên môn, chương trình đào tạo, uy tín, và 3 nhân tố mới là cơ sở vật chất, hoạt động ngoại khóa và cung cấp thông tin. Kết quả nghiên cứu cho thấy cả 7 nhân tố trong mô hình đều tác động đến đến sự hài lòng của sinh viên đang học tập tại Khoa Du lịch của trường; Nguyễn Thanh Vũ và Bùi Quang Tâm (2020) kế thừa mô hình thang đo SURVPERF của Parasurman đo lường sự hài lòng của sinh viên đối với các dịch vụ hỗ trợ đào tạo tại trường Đại học Nguyễn Tất Thành. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 6 nhân tố tác động đến sự hài lòng của sinh viên về dịch vụ hỗ trợ là: quy trình tổ chức thực hiện, đội ngũ cán bộ hỗ trợ, cơ sở vật chất và trang thiết bị, kênh thông tin tương tác, khả năng tiếp cận dịch vụ, và các hoạt động phong trào; Nguyễn Tấn Lượng và Nguyễn Ngọc Thông (2021) nghiên cứu về sự khác biệt dịch vụ hỗ trợ đào tạo giữa các trường Đại học Việt Nam, với mô hình nghiên cứu đề xuất gồm 5 nhân tố như: thư viện, căng tin/dịch vụ ăn uống, hỗ trợ tài chính, hỗ trợ từ phòng ban và hoạt động ngoại. Kết quả nghiên cứu cho thấy 5 các nhân tố tác động trực tiếp đến sự hài lòng của sinh viên đang theo học tại các trường đại học. Bên cạnh đó kết quả nghiên cứu cũng cho thấy sinh viên trường đại học ngoài công lập có sự hài lòng bình quân cao hơn so với các sinh viên trường công lập.

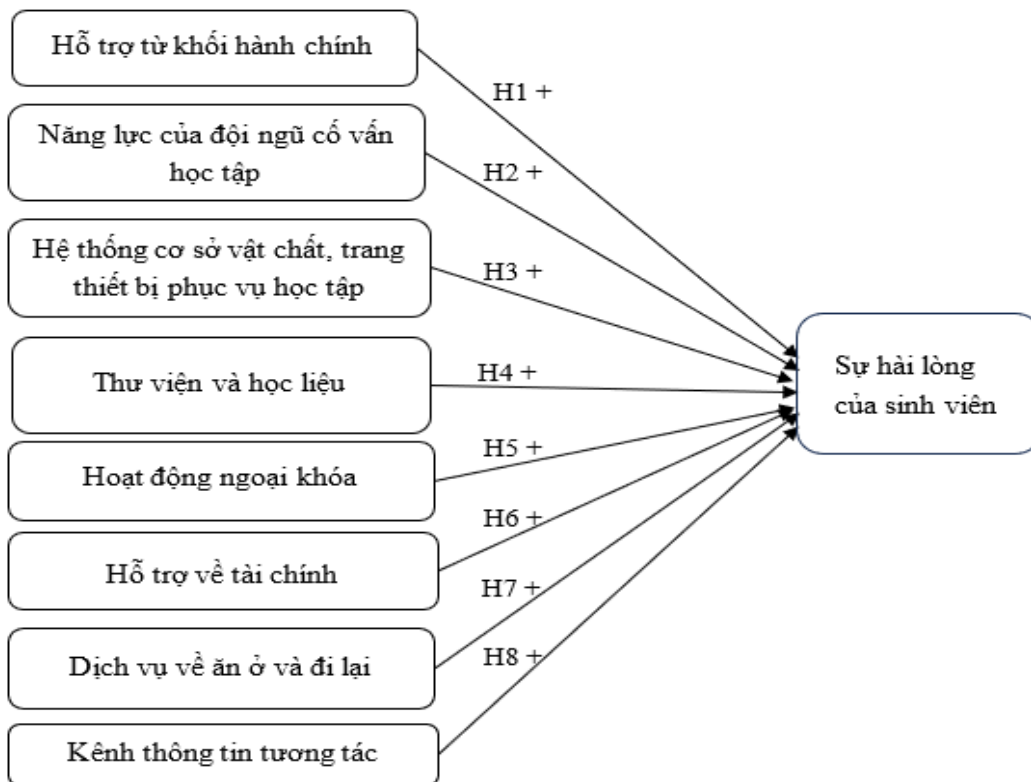
Thực tế cho thấy nghiên cứu về sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo tại các trường đại học trong những năm qua đã có nhiều thay đổi, từ đo lường sự hài lòng của sinh viên dựa trên thang đo 10 nhân tố chất lượng dịch vụ theo mô hình của Parasurman (1988), đến 5 nhân tố cảm nhận chất lượng dịch vụ của Cronin và Taylor (1992), và gần đây các nghiên cứu về chất lượng dịch vụ đào tạo trong các trường đại học dần hình thành 2 nhóm nhân tố chính, trong đó nhóm nhân tố liên quan đến phương diện học thuật như: chương trình đào tạo, đội ngũ giảng viên và

nhóm các nhân tố liên quan đến phương diện phi học thuật như: dịch vụ vụ hỗ trợ đào tạo, sự tiếp cận, danh tiếng của Nhà trường.

2.2. Mô hình nghiên cứu và giải thuyết

Trường Đại học Tài chính – Marketing là một trong những trường đại học công lập lớn tại Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam, mỗi năm Nhà trường tuyển sinh khoảng 4500 đến 4600 học sinh vừa tốt nghiệp phổ thông trung học trên phạm vi cả nước vào học hệ đào tạo đại học chính quy tại trường, hiện có khoảng 81,2% sinh viên học tập tại trường đến từ các tỉnh bên ngoài Thành phố Hồ Chí Minh. Việc phần lớn sinh viên của trường học tập và sinh hoạt trong điều kiện xa gia đình, trong đó nhiều sinh viên lần đầu tiên sống xa ba mẹ đã đặt Nhà trường vào tình huống không chỉ cung cấp các dịch vụ thuộc phương diện học thuật như đội ngũ giảng viên giỏi, chương trình đào tạo tiến tiến mà còn phải cung cấp các dịch vụ thuộc phương tiện phi học thuật, hỗ trợ cho

sinh viên an tâm học tập trong suốt quá trình đào tạo của Nhà trường, có như vậy sinh viên mới đạt kết quả cao trong học tập, đáp ứng được kỳ vọng của gia đình cũng như các đơn vị sử dụng sinh viên của Nhà trường sau khi tốt nghiệp. Để nâng cao sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch đào tạo trong giáo dục đại học nói chung và dịch vụ hỗ trợ sinh viên trong học tập nói riêng. Từ kết quả nghiên cứu của Abdullah (2006), Nguyễn Thanh Vũ & Bùi Quang Tâm (2020), Lương và Thông (2021) nhóm nghiên cứu đề xuất mô hình 8 nhân tố thuộc phương diện phi học thuật tác động đến sự hài lòng của sinh viên là: hỗ trợ từ khối hành chính (HTHC), năng lực của đội ngũ cố vấn học tập (CVHT), cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ học tập (CSVCT), thư viện và học liệu (TVHL), các hoạt động ngoại khóa (HDNK), hỗ trợ tài chính (HTTC), dịch vụ về ăn ở đi lại (DVAO), kênh thông tin tương tác (TTTT), và 01 biến phụ thuộc là sự hài lòng của sinh viên về chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo tại trường Đại học Tài chính – Marketing.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Hỗ trợ từ khối hành chính (HTHC): là sự hỗ trợ từ các phòng ban chức năng trong trường, đây là bộ phận giải quyết những vấn đề phát sinh trong quá trình học tập của sinh viên kịp thời, chính xác giúp cho sinh viên an tâm học tập, dành toàn bộ thời gian cho học tập và nghiên cứu sẽ đạt được kết quả học tập cao, mang lại sự hài lòng cho người học. Trong nghiên cứu sự khác biệt về dịch vụ hỗ trợ giữa các trường đại học Nguyễn Tấn Lương và Nguyễn Ngọc Thông (2021) đã chứng minh yếu tố này có tác động tích cực đến sự hài lòng của sinh viên về dịch vụ hỗ trợ. Trong nghiên cứu này kỳ vọng hỗ trợ từ khối hành chính cũng tác động tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

Giả thuyết H1: Hỗ trợ từ khối hành chính có tác động dương tới sự hài lòng của sinh viên.

Năng lực đội ngũ cố vấn học tập (CVHT): Cố vấn học tập chính là cầu nối giữa lãnh đạo Nhà trường với sinh viên suốt quá trình học tập tại trường. Cố vấn học tập là những giảng viên đang giảng dạy tại các khoa chuyên môn thực hiện nhiệm vụ tư vấn cho sinh viên về đăng ký học phần, giải đáp các thắc mắc về chế độ chính sách đối với sinh viên, hỗ trợ sinh viên học tập và định hướng nghề cho tương lai. Trong các nghiên cứu trước đây Nguyễn Thanh Vũ & Bùi Quang Tâm (2020) cũng đã đề cập đến sự hỗ trợ của đội ngũ cán bộ hỗ trợ. Trong nghiên cứu này kỳ vọng năng lực đội ngũ cố vấn học có tác động tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

Giải thuyết H2: Năng lực đội ngũ cố vấn học tập có tác động dương tới sự hài lòng của sinh viên.

Hệ thống cơ sở vật chất và trang thiết bị học tập (CSVCT): Hệ thống cơ sở vật chất và trang thiết bị học tập là các trang thiết bị phục vụ cho giảng dạy và học tập của sinh viên tại phòng học, giảng đường (máy chiếu bài giảng, Micro, máy cassette, máy lạnh, wifi) được trang bị đầy đủ, vận hành tốt, khu nhà vệ sinh luôn sạch sẽ, thoáng mát, khu thể thao (sân bóng đá, bóng chuyền, sân đa năng...) đáp ứng tốt nhu cầu học tập, rèn luyện sức khỏe của sinh viên. Trong các nghiên cứu trước đây Hà Nam Khánh Giao và Nguyễn

Phạm Hạnh Phúc (2015), Nguyễn Thanh Vũ và Bùi Quang Tâm (2020) cũng đã đưa yếu tố này vào mô hình nghiên cứu của mình.

Giả thuyết H3: Hệ thống cơ sở vật chất và trang thiết bị học tập có tác động dương tới sự hài lòng của sinh viên.

Thư viện và học liệu (TVHL): là nơi lưu trữ tài liệu học tập, nơi sinh viên tự học tập và tự nghiên cứu. Một hệ thống thư viện và học liệu hiện đại, nhiều đầu sách hoặc có khả năng truy cập vào các thư viện điện tử của các trường đại học hoặc các trung tâm lưu trữ uy tín trên thế giới sẽ giúp sinh viên dễ dàng tìm được tài liệu mong muốn sẽ tác động tích cực đến sự hài lòng của sinh viên. Trong các nghiên cứu trước đây Nguyễn Tấn Lương và Nguyễn Ngọc Thông (2021) đưa yếu tố này vào mô hình nghiên cứu của mình.

Giả thuyết H4: Thư viện và học liệu có tác động dương tới sự hài lòng của sinh viên.

Hoạt động ngoại khóa (HĐNK): là các hoạt động giúp sinh viên rèn luyện kỹ năng bên cạnh việc học trên giảng đường, các hoạt động ngoại khóa được tổ chức dưới dạng các câu lạc bộ học thuật, các chương trình rèn luyện kỹ năng cho người học thông qua các buổi kiến tập tại doanh nghiệp để sinh viên được cập nhật thực tế các nghiệp vụ đang diễn ra tại các doanh nghiệp. Trong các nghiên cứu trước đây Giao Phúc (2015), Nguyễn Thanh Vũ & Bùi Quang Tâm (2020), Nguyễn Tấn Lương và Nguyễn Ngọc Thông (2021) cũng sử dụng yếu tố này trong mô hình nghiên cứu. Trong nghiên cứu này kỳ vọng hoạt động ngoại khóa có tác động tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

Giả thuyết H5: Hoạt động ngoại khóa có tác động dương tới sự hài lòng của sinh viên.

Hỗ trợ về mặt tài chính (HTTC): Việc học tập và sinh hoạt xa nhà, độc lập với gia đình trong mọi sinh hoạt của cuộc sống, sinh viên rất cần hỗ trợ về mặt tài chính từ Nhà trường. Các chính sách học bổng, khen thưởng, miễn giảm học phí tác động trực tiếp đến sự hài lòng của sinh viên. Trong nghiên cứu trước đây Nguyễn

Tấn Lượng và Nguyễn Ngọc Thông (2021) cũng đưa yếu tố này vào trong mô hình nghiên cứu của mình. Trong nghiên cứu này kỳ vọng hỗ trợ về mặt tài chính có tác động tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

Giả thuyết H6: Hỗ trợ tài chính có tác động dương tới sự hài lòng của sinh viên.

Dịch vụ ăn ở và đi lại (DVAO): Các dịch vụ hỗ trợ sinh viên trong sinh hoạt hàng ngày để sinh viên dành toàn bộ thời gian cho học tập, nghiên cứu như căng tin phục vụ thức ăn đồ uống phòng phú, có các tuyến xe bus phục vụ sinh viên đi lại dễ dàng từ nơi ở đến nơi học. Trong nghiên cứu trước đây Nguyễn Tấn Lượng và Nguyễn Ngọc Thông (2021) đã đưa yếu tố dịch vụ ăn uống vào trong mô hình nghiên cứu của mình. Trong nghiên cứu này kỳ vọng yếu tố dịch vụ ăn uống đi lại có tác động tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

Giả thuyết H7: Dịch vụ ăn ở và đi lại có tác động dương tới sự hài lòng của sinh viên.

Kênh thông tin tương tác (TTTT): là các kênh thông tin Nhà trường thiết lập để phổ biến cũng như tiếp nhận thông tin liên quan đến học tập của sinh viên một cách nhanh chóng, kịp thời và hiệu quả; các kênh thông tin tương tác mà Nhà trường đang triển khai đến sinh viên như Website, fanpage của trường và khoa, email cá nhân, đường dây nóng, gặp mặt trực tiếp tại văn phòng và các đơn vị cung cấp dịch vụ hỗ trợ. Các nghiên cứu trước đây của Hà Nam Khánh Giao và Nguyễn Phạm Hạnh Phúc (2015), Nguyễn Thanh Vũ & Bùi Quang Tâm (2020) cũng đã đưa yếu tố này vào trong mô hình nghiên cứu của mình. Trong nghiên cứu này kỳ vọng kênh thông tin tương tác có tác động tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

Giả thuyết H8: Kênh thông tin tương tác có tác động dương tới sự hài lòng của sinh viên.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Nghiên cứu định tính

Từ quan sát thực tiễn, trao đổi với sinh viên hệ chính quy đang học tập tại trường và kế thừa

các thang đo, các biến quan sát của các nghiên cứu trước, nhóm nghiên cứu đề xuất mô hình nghiên cứu, xây dựng bảng câu hỏi nháp để thảo luận tay đôi với các chuyên gia là lãnh đạo các phòng, ban, trung tâm như Phòng Công tác sinh viên, Phòng Quản lý đào tạo, Trung tâm Dịch vụ ký túc xá, Phòng Tài chính – Kế toán, Trung tâm Tuyển sinh và quan hệ doanh nghiệp, Trung tâm Thư viện và dữ liệu. Ngoài những góp ý về điều chỉnh ngữ nghĩa của các phát biểu trong các thang đo của bảng khảo sát, thì các chuyên gia đều đồng ý 8 yếu tố dịch vụ hỗ trợ đào tạo như: hỗ trợ từ khối hành chính, năng lực của đội ngũ cố vấn, hệ thống cơ sở vật chất và trang thiết bị phục vụ học tập, thư viện và học liệu, hoạt động ngoại khóa, hỗ trợ về tài chính, dịch vụ ăn ở và đi lại, kênh thông tin tương tác có tác động đến sự hài lòng của sinh viên. Trên cơ sở tiếp thu ý kiến của các chuyên gia nhóm nghiên cứu đã điều chỉnh các phát biểu đã đề xuất trước đó và xây dựng bảng câu hỏi chính thức với thang đo Likert năm bậc từ 1 ÷ 5 (mức 1 là hoàn toàn không đồng ý và mức 5 là hoàn toàn đồng ý) và tiến hành khảo sát sinh viên đang học hệ chính quy tại trường bằng Google form thông qua các cố vấn học tập, các giảng viên đang giảng dạy các lớp học phần của học kỳ 2 năm 2023.

3.2. Nghiên cứu định lượng

Theo Hair và cộng sự (2019), đối với phân tích nhân tố khám phá EFA, kích thước mẫu tối thiểu là 50, tốt hơn là 100 và tỉ lệ số quan sát/biến đo lường là 5/1, nghĩa là cứ mỗi biến đo lường cần tối thiểu 5 quan sát. Như vậy, với nghiên cứu có 38 biến đo lường, kích thước mẫu được xác định tối thiểu là $5 \times 38 = 190$ quan sát. Để đáp ứng được yêu cầu của mỗi tối thiểu và mẫu khảo sát đại diện cho sinh viên hệ chính quy đang học tập tại trường, nhóm nghiên cứu đã chuyển link khảo sát bằng Google Form đến các giảng viên đang giảng dạy và giảng viên là cố vấn học tập các lớp ở các Khoa Thương mại, Khoa Marketing, Khoa Quản trị kinh doanh, Khoa Tài chính – Ngân hàng để gửi bảng khảo sát đến sinh viên học tập. Các khoa chọn nghiên cứu là do đang chủ

trì triển khai các chương trình đào tạo tích hợp, chương trình chuẩn và chương trình đào tạo tiếng Anh toàn phần của trường.

Số liệu khảo sát được làm sạch và tiến hành phân tích bằng phần mềm SPSS 26.0 thông qua các bước kiểm định độ tin cậy của thang đo là hệ số Cronbach's Alpha với hệ số tin cậy $> 0,7$ và hệ số tương quan biến tổng lớn hơn $0,3$ (Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, 2011). Tiếp theo là phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để rút gọn các biến, tiêu chuẩn lựa chọn biến quan sát là hệ số KMO $> 0,5$; Kiểm định Barlett có p-value $< 0,05$; Hệ số tải nhân tố $> 0,6$; Tổng phương sai giải thích $> 50\%$ (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008). Và cuối cùng là phân tích tương quan và hồi quy đa biến để xác định các nhân tố chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo tác động đến sự hài lòng của sinh viên đang học tập tại trường.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Sau 30 ngày thu thập ý kiến của sinh viên, nhóm nghiên cứu nhận được 601 bảng trả lời. Trong đó 70 bảng trả lời của sinh viên năm nhất (11,6%), 234 bảng trả lời của sinh viên năm hai (38,9%), 227 bảng trả lời của sinh viên năm ba (37,8%), và 70 bảng trả lời của sinh viên năm bốn (11,6%). Tỷ lệ sinh viên trả lời bảng khảo sát nhiều nhất là sinh viên năm hai và năm ba chiếm 76,7%, đây là số sinh viên đang học tập và nghiên cứu các học phần chuyên ngành, có thời gian học tập và sinh hoạt ở trường gần như toàn thời gian do vậy cần nhiều dịch vụ hỗ trợ từ Nhà trường. Tỷ lệ sinh viên năm nhất và năm bốn trả lời bản câu hỏi chỉ có 11,6% là rất thấp, sở dĩ tỷ lệ này thấp có thể là do sinh viên năm nhất vừa mới trúng tuyển vào trường đại học còn háo hức, thời gian học tập ngắn, chưa quan tâm đến dịch vụ hỗ trợ đào tạo, e dè trong việc đánh giá chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo của Nhà trường trường. Trong khi đối với sinh viên năm bốn đang trong học học kỳ cuối cùng, đang thực hiện khóa luận tốt nghiệp, thời gian

ở doanh nghiệp nhiều hơn ở trường nên cũng ít quan tâm đến dịch vụ hỗ trợ đào tạo, do vậy ít trả lời bảng câu hỏi khảo sát (*xem Phụ lục 2 online*).

4.2. Đánh giá độ tin cậy của các thang đo trong mô hình

Các thành phần của 8 thang đo biến độc lập và 01 thang đo biến phụ thuộc trong mô hình (*xem Phụ lục 1 online*) đề xuất đều có hệ số Cronbach's Alpha $> 0,6$ nhỏ nhất là HTTC = 0,804 và cao nhất là CVHT = 0,949; Hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất là 0,491 $> 0,3$ (*xem Phụ lục 3 online*). Như vậy, theo Hair và cộng sự (2019) các biến quan sát trong các thang đo biến độc lập và biến phụ thuộc trong mô hình đủ điều kiện để đưa vào phân tích nhân tố khám phá (EFA).

4.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Sau khi kiểm định độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha của các biến độc lập và biến phụ thuộc của mô hình, từ 8 nhân tố độc lập với 37 quan sát đưa vào phân tích EFA với phương pháp trích "Principle Component" và phép quay "Varimax" với hệ số tải nhân tố Factor loading $\geq 0,5$; Hệ số KMO chấp nhận khi $0,5 \leq KMO \leq 1$; Giá trị kiểm định Bartlett có ý nghĩa với Sig. = 0,000, tổng phương sai trích $> 50\%$ và hệ số Eigenvalue > 1 . Phép quay Varimax đã dừng lại ở lần quay nhân tố thứ 04 với chỉ số KMO bằng 0,959 và giá trị kiểm định Bartlett có ý nghĩa với Sig. = 0,000, tổng phương sai trích 72,975 và giá trị Eigenvalue = 1,058 > 1 (*xem Phụ lục 3 online*). Theo Hair và cộng sự (2019) kết quả này chứng tỏ, các biến quan sát của các thang đo biến độc lập xét trên phạm vi tổng số quan sát trong mô hình có mối tương quan chặt chẽ với nhau.

Sau khi loại bỏ các biến quan sát có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5 thì từ 8 nhân tố độc lập ban đầu với 37 biến quan sát đã hội tụ thành 5 nhóm nhân tố với 28 biến quan sát trong đó các nhóm nhân tố hoạt động ngoại khóa (HDNK) và thư viện và học liệu (TVHL) không bị xáo trộn nên những nhân tố này vẫn giữ nguyên tên

gọi là “hoạt động ngoại khóa – HDNK”, “thư viện và học liệu – TVHL”. Nhóm các biến quan sát gồm CVHT4, CVHT5, CVHT3, CVHT2, CVHT6, CVHT1, HTHC1 và nhóm TTTT1, TTTT2, TTTT4, TTTT3, HTTC3 được đặt tên theo biến quan sát xuất hiện nhiều nhất trong nhóm là “cổ vấn học tập – CVHT” và “thông tin tương tác – TTTT”; Nhóm biến quan sát HTTC2, HTTC4, DVAO2, DVAO1, DVAO4, HTTC1, HTHC3 được hình thành từ 3 nhóm nhân tố là hỗ trợ về tài chính, dịch vụ ăn ở, và hỗ trợ hành chính trong đó nhân tố HTTC và DVAO đều có 3 quan sát trong nhóm, xem xét nội dung của từng biến quan sát thấy rằng, nội dung các biến DVAO2, DVAO1, DVAO4 và HTHC3 đều đề cập đến chi phí ăn ở, đi lại, giải quyết học bổng cho sinh viên, các quan sát này đều liên quan đến vấn đề về tài chính của sinh

viên do vậy nhóm biến quan sát này được đặt tên là “hỗ trợ tài chính – HTTC”;

Thực hiện phép xoay phân tích nhân tố khám phá các biến quan sát phụ thuộc là sự hài lòng chung của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo tại trường cho kết quả (xem Phụ lục 4 online). Với chỉ số KMO bằng 0,921 và giá trị kiểm định Bartlett có ý nghĩa với Sig. = 0,000, tổng phương sai trích 63,767 và giá trị Eigenvalue = 4,464 > 1 chứng tỏ, các biến quan sát của thang đo sự hài lòng chung có mối quan hệ tương quan chặt chẽ, đạt yêu cầu cho các bước phân tích tiếp theo

4.4. Phân tích hồi quy tuyến tính bội

Sau khi kiểm định độ tin cậy thang đo và phân tích nhân tố khám phá, tiến hành tiến hành kiểm định hệ số tương quan.

Bảng 1. Hệ số tương quan giữa các biến nghiên cứu

	CVHT	HDNK	TVHL	TTTT	HTTC
CVHT	1				
HDNK	0,609**	1			
TVHL	0,465**	0,615**	1		
TTTT	0,640**	0,718**	0,565**	1	
HTTC	0,653**	0,746**	0,619**	0,734**	1
SHL	0,707**	0,795**	0,709**	0,787**	0,815**

Ghi chú: Ký hiệu ** thể hiện mức tương quan ở mức 0,01.

Kết quả tại Bảng 1 cho thấy, tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc có mối quan hệ cùng chiều và rất chặt chẽ với nhau, hệ số tương quan thấp nhất cũng đạt mức 0,707 và hệ số tương quan cao nhất đạt mức 0,815. Như vậy, các biến quan sát trong mô hình đủ điều kiện để thực hiện ước lượng mô hình hồi quy bằng phương pháp bình quân nhỏ nhất OLS. Với các các kết quả như sau.

Với R² hiệu chỉnh = 0,819 tại Bảng 2 cho thấy, sự biến thiên của 5 biến độc lập trong mô hình có tác động trực tiếp đến sự hài lòng của sinh viên về chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo tại

trường. Với hệ số Durbin – Watson bằng 1,852 < 2 có thể kết luận, các biến quan sát trong mô hình không có hiện tượng tự tương quan (Hair và cộng sự, 2019). Kết quả kiểm định tính phù hợp của mô hình tại Bảng 4 dưới đây cho thấy, hệ số F = 545,191 và Sig. = 0.000 cho thấy, mối quan hệ tuyến tính là rất lớn. Như vậy, tập dữ liệu trong mô hình là phù hợp với thực tế.

Kết quả phân tích hồi quy tại Bảng 2 bên dưới cho thấy, hệ phóng đại phương sai VIF lớn nhất cũng chỉ bằng 3,116 < 10. Như vậy, theo Hair và cộng sự (2019) mô hình không bị vi phạm hiện tượng đa cộng tuyến.

Bảng 2. Kết quả ước lượng mô hình hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn				Tolerance	VIF
CVHT	0,165	0,023	0,175	7,188	0,000	0,507	1,971
HDNK	0,197	0,027	0,213	7,294	0,000	0,352	2,838
TVHL	0,174	0,018	0,223	9,595	0,000	0,557	1,796
TTTT	0,226	0,030	0,215	7,519	0,000	0,367	2,722
HTTC	0,239	0,030	0,245	8,014	0,000	0,321	3,116
Hằng số	-0,021	0,078		-,275	0,783		
Kiểm định							
	R ²			0,821			
	R ² hiệu chỉnh			0,819			
	Hệ số Durbin – Watson			1,852			
	Thống kê F (sig)			545.191 (0,000)			

Kết quả tại Bảng 2 cho thấy, cả 5 nhân tố độc lập trong mô hình đều có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95% (Sig. = 0,000 < 0,05) và có tác động dương (các hệ số B > 0) đến sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo tại trường Đại học Tài chính – Marketing. Cụ thể, công tác cố vấn học tập (CVHT), hoạt động ngoại khóa (HDNK), thư viện và học liệu (TVHL), thông tin tương tác (TTTT), và hỗ trợ tài chính (HTTC) có quan hệ tuyến tính tác động trực tiếp dương đến sự hài lòng của sinh viên về chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo do Nhà trường cung cấp.

4.5. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Từ số liệu tại Bảng 2 ở trên ta có hàm hồi quy như sau:

$$SHL = - 0,021 + 0,165CVHT + 0,197HDNK + 0,174TVHL + 0,226TTTT + 0,239 HTTC$$

Như vậy, cả 5 nhân tố có ý nghĩa thống kê trong mô hình đều có tác động dương đến sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ tại trường. Trong đó: nhân tố cố vấn học tập (CVHT) có hệ số B = 0,165 thể hiện rằng, khi các nhân tố khác không thay đổi khi sinh viên

đánh giá chất lượng công tác cố vấn học tập tăng lên 1 điểm trong thang đo Likert 5 điểm thì sự hài lòng của sinh viên sẽ tăng lên 0,165 điểm; nhân tố hoạt động ngoại khóa (HDNK) có hệ số B = 0,197 thể hiện rằng, khi các nhân tố khác không thay đổi khi sinh viên đánh giá chất lượng các hoạt động ngoại khóa tăng lên 1 điểm trong thang đo Likert 5 điểm thì sự hài lòng của sinh viên sẽ tăng lên 0,197 điểm; nhân tố thư viện và tư liệu (TVHL) có hệ số B = 0,174 thể hiện rằng, khi các nhân tố khác không thay đổi khi sinh viên đánh giá chất lượng thư viện và học liệu tăng lên 1 điểm trong thang đo Likert 5 điểm thì sự hài lòng của sinh viên sẽ tăng lên 0,174 điểm; nhân tố thông tin tương tác (TTTT) có hệ số B = 0,226 thể hiện rằng, khi các nhân tố khác không thay đổi khi sinh viên đánh giá chất lượng thông tin tương tác tăng lên 1 điểm trong thang đo Likert 5 điểm thì sự hài lòng của sinh viên sẽ tăng lên 0,226 điểm; nhân tố hỗ trợ tài chính (HTTC) có hệ số B = 0,239 thể hiện rằng, khi các nhân tố khác không thay đổi khi sinh viên đánh giá chất lượng công tác cố vấn học tập tăng lên 1 điểm trong thang đo Likert 5 điểm thì sự hài lòng của sinh viên sẽ tăng lên 0,239 điểm.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

5.1. Kết luận

Từ mục tiêu nghiên cứu ban đầu, kết quả xử lý số liệu cho thấy sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo của trường Đại học Tài chính – Marketing tác động bởi các nhân tố cổ vấn học tập, hoạt động ngoại khóa, thư viện và học liệu, kênh thông tin tương tác và hỗ trợ về tài chính. Căn cứ vào hệ số Beta đã chuẩn hóa thấy rằng, nhân tố tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng hỗ trợ đào tạo tại trường là hỗ trợ về tài chính; thứ hai là kênh thông tin tương tác; thứ ba là hoạt động ngoại khóa; thứ tư là thư viện và học liệu và cuối cùng là cổ vấn học tập. Như vậy, để nâng cao sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo, Nhà trường cần quan tâm cải thiện chất lượng dịch vụ hỗ trợ dưới đây.

5.2. Hàm ý quản trị

Để nâng cao sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo do Nhà trường cung cấp, qua đó lan tỏa uy tín của trường, thu hút học sinh sau khi tốt nghiệp Trung học phổ thông đăng ký xét tuyển vào Trường Đại học Tài chính – Marketing, Nhà trường cần quan tâm đến các nhân tố sau:

Đối với nhân tố hỗ trợ về tài chính. Nhà trường cần đặc biệt chú trọng hơn nữa đến các chính sách hỗ trợ tài chính cho sinh viên vì đây là nhân tố có mức độ ảnh hưởng cao nhất đến sự hài lòng của sinh viên đối với các dịch vụ hỗ trợ đào tạo do Nhà trường cung cấp. Theo đó, cần xây dựng chính sách học phí, học bổng theo nhiều cấp độ khác nhau cho đa dạng đối tượng sinh viên; ngoài các học bổng do Nhà trường cung cấp cần vận động các tổ chức, doanh nghiệp cung cấp các học bổng cho những em sinh viên có hoàn cảnh khó khăn nhưng có tinh thần vượt khó, có thành tích xuất sắc trong học tập và nghiên cứu khoa học. Bên cạnh chính sách hỗ trợ tài chính trực tiếp thì cần có những chính sách hỗ trợ gián tiếp cho sinh viên như

xây dựng hệ thống căng tin cung cấp cho sinh viên những bữa ăn ngon rẻ; cần làm việc với sở Giao thông và vận tải Thành phố Hồ Chí Minh để thiết lập các tuyến xe buýt kết nối các cơ sở của trường, kết nối các cơ sở của trường với trung tâm thành phố để sinh viên dễ dàng di chuyển từ nơi ở đến nơi học tập.

Đối với các kênh thông tin tương tác. Đây là nhân tố có ảnh hưởng mạnh thứ hai đến sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo do Nhà trường cung cấp. Theo đó, trong điều kiện Nhà trường đang thực hiện chuyển đổi số, cần quan tâm hơn nữa đến nâng cấp hệ thống hạ tầng công nghệ thông tin, phát triển các ứng dụng hoặc kênh giao tiếp trực tuyến thông qua mạng xã hội (fanpage, facebook, zalo, message...) để thông tin từ Nhà trường đến sinh viên kịp thời, hiệu quả. Tiếp nhận và giải quyết các thắc mắc về chế độ chính sách, học phí, quy định về thực hành, thực tập tại doanh nghiệp.... một cách nhanh chóng, chính xác.

Đối với hoạt động ngoại khóa. Đây là nhân tố tác động mạnh thứ ba đến sự hài lòng của sinh viên về chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo. Kết quả khảo sát cho thấy sinh viên cho rằng, chưa được thường xuyên tham gia các hoạt động tham quan doanh nghiệp. Với chương trình đào tạo định hướng ứng dụng nghề nghiệp được thực hiện từ năm 2022 thì các hoạt động ngoại khóa tham quan doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng. Theo đó, Nhà trường cần nâng cao chất lượng liên kết, hợp tác với các doanh nghiệp để sinh viên có thể thực hành, thực tập tại doanh nghiệp đóng góp cho sự phát triển của doanh nghiệp cũng như củng cố vững chắc mối quan hệ chặt chẽ giữa Nhà trường và doanh nghiệp....

Đối với hệ thống thư viện và học liệu. Đây là nhân tố tác động mạnh thứ tư đến sự hài lòng của sinh viên về chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo tại trường. Trong những năm qua, hệ thống thư viện của Nhà trường đã được nâng cấp khang trang, sạch đẹp với trang thiết bị hiện đại. Tuy nhiên, Nhà trường vẫn cần tiếp tục liên

kết với hệ thống thư viện điện tử của các trường đại học trong và ngoài nước để dùng chung tài liệu hình ảnh, tài liệu âm thanh, tài liệu video giúp việc học tập nghiên cứu của sinh viên được thuận tiện và hiệu quả hơn; bên cạnh liên kết với các trường đại học trong ngoài nước cần thiết lập liên kết với các trung tâm lưu trữ dữ liệu lớn, uy tín của thế giới để sinh viên tiếp cận với nguồn dữ liệu mới phục vụ cho học tập và nghiên cứu.

Đối với đội ngũ cố vấn học tập. Đây là nhân tố tác động yếu nhất đến sự hài lòng của sinh viên về chất lượng dịch vụ hỗ trợ đào tạo tại trường. Đối với đào tạo theo hệ thống tín chỉ, đội ngũ cố vấn đóng vai trò quan trọng, tuy nhiên trong kết quả nghiên cứu này sinh viên cho rằng, đội ngũ cố vấn học tập tác động yếu nhất đến sự hài lòng của sinh viên. Có sự đánh giá thấp công tác cố vấn học tập như hiện nay có thể là do trong cùng một thời điểm cố vấn học tập đảm nhận nhiều lớp sinh viên dẫn tới chưa dành thời gian đủ để quan tâm đến từng sinh viên. Từ kết quả này, Nhà trường cần quan

tâm hơn nữa đến chất lượng công tác cố vấn học tập, theo đó cần giảm số lớp sinh viên đối với mỗi cố vấn học tập, dành nhiều thời gian hơn cho cố vấn học tập sinh hoạt với sinh viên và bố trí thời gian sinh hoạt cố vấn học tập với sinh viên vào các thời điểm như đăng ký học phần, lựa chọn lĩnh vực thực hành nghề nghiệp, thực tập tốt nghiệp.

5.3. Hạn chế của đề tài

Kết quả nghiên cứu thể hiện nhóm nghiên cứu đã đạt được mục tiêu nghiên cứu ban đầu đặt ra. Tuy nhiên, đề tài cũng có những hạn chế nhất định. *Thứ nhất*, mẫu nghiên cứu được thu thập theo phương pháp phi xác suất nên tính đại diện chưa cao. *Thứ hai*, việc xem xét, đánh giá các yếu tố trong mô hình nghiên cứu chỉ được thực hiện với góc nhìn của sinh viên. Chưa khảo sát các đối tượng khác liên quan đến hình ảnh của trường như giảng viên, cựu sinh viên, đối tác, các bậc cha mẹ của sinh viên. Hy vọng các hạn chế này sẽ được bổ sung trong các nghiên cứu tiếp theo.

Tài liệu tham khảo

- Abdullah. F. (2006). Measuring service quality in higher education: HEDPERF versus SERVPER. *Marketing Intelligence & Planning*, 24, 31-47.
- Ban chấp hành Trung ương (1993). *Nghị quyết 04-NQ/HNTW về tiếp tục đổi mới sự nghiệp giáo dục và đào tạo*. Tổng bí thư Ban Chấp hành Trung ương Đảng ban hành, ngày 14 tháng 01 năm 1993.
- Bộ Giáo dục và Đào tạo (2016). *Thông tư 04/2016/TT-BGDĐT ban hành Quy định tiêu chuẩn đánh giá chất lượng chương trình đào tạo các trình độ của giáo dục đại học*. Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo, ngày 14 tháng 3 năm 2016.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: Reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 66(2), 55-68.
- Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. NXB Thống kê.
- Hà Nam Khánh Giao & Nguyễn Phạm Hạnh Phúc (2015). Sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo của Khoa Du lịch trường Đại học Tài chính – Marketing giai đoạn 2010-2013. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*, 28, 67-74. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3691437>
- Hà Nam Khánh Giao và Nguyễn Thanh Tiên (2016). Sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo hệ vừa làm vừa học tại Trường Đại học Tài chính – Marketing. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*, 32, 61-67. <https://doi.org/10.31219/osf.io/2nkxr>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing* (14th Edition). Global Edition, Pearson Prentice Hall.

- Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2011). *Nghiên cứu khoa học Marketing – Ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM*. NXB Lao Động, Hà Nội.
- Nguyễn Tấn Lượng và Nguyễn Ngọc Thông (2021). Sự khác biệt về dịch vụ hỗ trợ giữa các trường Đại học Việt Nam. *Tạp chí khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh – Khoa học xã hội*, 17(1), 100-122. <https://doi.org/10.46223/HCMCOUJS.soci.vi.17.1.2059.2022>
- Nguyễn Thanh Vũ và Bùi Quang Tâm (2020). Các yếu tố tác động đến sự hài lòng của sinh viên về các dịch vụ hỗ trợ đào tạo tại Trường Đại học Nguyễn Tất Thành. *Tạp chí Công Thương*, 22. <https://tapchicongthuong.vn/cac-yeu-to-tac-dong-den-su-hai-long-cua-sinh-vien-ve-cac-dich-vu-ho-tro-dao-tao-tai-truong-dai-hoc-nguyen-tat-thanh-77658.htm>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Weerasinghe, I. S., & Fernando, R. L. (2017). Students' satisfaction in higher education. *American Journal of Educational Research*, 5(5), 533-539. <https://ssrn.com/abstract=2976013>