

# ASSESSMENT OF STUDENTS' SATISFACTION THROUGH THE COVID -19 PANDEMIC ABOUT EDUCATION SERVICE QUALITY AT HO CHI MINH CITY UNIVERSITY OF PHYSICAL EDUCATION AND SPORTS

**Nguyen Minh Quang<sup>a</sup>**

**Huynh Trung Hieu<sup>b</sup>**

<sup>a</sup>Ho Chi Minh City University of Physical Education and Sport

Email: [quangmn@upes.edu.vn](mailto:quangmn@upes.edu.vn)

<sup>b</sup>Ho Chi Minh City University of Physical Education and Sport

Email: [hieuth@upes.edu.vn](mailto:hieuth@upes.edu.vn)

Received: 28/7/2022

Reviewed: 26/8/2022

Revised: 08/9/2022

Accepted: 25/10/2022

Released: 30/10/2022

*This paper provides a theoretical foundation for research, concepts and tools in service quality theory in order to clarify the position of products and services, service quality, combining measurement of service quality and service quality, considering the relationship between service quality and satisfaction, the relationship between students and education quality... Research results will show that educational quality factors play an important role, affecting student satisfaction; This will be the initial reference base for the school in looking at the quality of education from a different perspective, thereby giving appropriate and appropriate measures to improve the quality of education.*

**Keywords:** Quality of Oeducational services; Student satisfaction; Covid-19 Pandemic; Ho Chi Minh City University of Physical Education and Training.

## 1. Giới thiệu

Trước diễn biến phức tạp của đại dịch COVID -19, thực hiện Nghị quyết số 128/NQ - CP ngày 11/10/2021 của Chính phủ ban hành quy định tạm thời “Thích ứng an toàn, linh hoạt, kiểm soát hiệu quả dịch COVID - 19”, theo hướng dẫn của cơ quan có thẩm quyền, các cơ sở đào tạo xây dựng, tổ chức thực hiện kế hoạch hoạt động thích ứng, linh hoạt, an toàn, hiệu quả với lộ trình cụ thể, khả thi, bảo đảm an toàn cho người học, giảng viên, cán bộ quản lý và người lao động trong trạng thái bình thường mới.

Phản hồi tình hình giáo dục trong mùa COVID - 19 là một kênh quan trọng để đánh giá chất lượng giáo dục. Sinh viên là lực lượng đông đảo, trẻ khỏe, năng động, nhiều ý tưởng táo bạo và nhiệt huyết... tính mục đích trong hành động rất cao, có khả năng tiếp cận, xử lý và phát tán thông tin mạnh mẽ, linh hoạt. Sinh viên vừa là nguyên liệu đầu vào vừa là sản phẩm

đầu ra và là yếu tố tham gia trực tiếp, xuyên suốt quá trình giáo dục. Thu thập phản hồi từ sinh viên là một cách để nhà trường hiểu rõ hơn nhu cầu của xã hội, xác định vị trí của mình dưới con mắt xã hội, nhằm có biện pháp cải tiến chất lượng phù hợp, nâng cao hình ảnh, uy tín nhà trường.

Giáo dục bị chi phối không chỉ bởi qui luật sư phạm mà còn bởi qui luật kinh tế, xã hội. Giáo dục mang tính chất của một sản phẩm dịch vụ. Nhà trường là người cung cấp dịch vụ giáo dục, sinh viên là “khách hàng” sử dụng dịch vụ. Đứng dưới góc nhìn của sinh viên đánh giá về chất lượng giáo dục có thể xem như khách hàng đánh giá nhà cung cấp dịch vụ. Những người sử dụng dịch vụ của nhà trường sẽ hiểu rõ và nắm được những tác dụng trực tiếp của các chương trình mà trường cung cấp, do vậy, những đánh giá của họ, mức độ hài lòng sẽ cho phép đánh giá chất lượng đào tạo của cơ sở giáo dục đại học.

Một đóng góp quan trọng từ lý thuyết chất lượng dịch vụ là các khái niệm chất lượng cảm nhận, sự thỏa mãn, kỳ vọng và các công cụ đo được sử dụng rộng rãi như SERVQUAL của Parasuraman (1988), SERVPERF của Cronin và Taylor (1992). Mỗi loại dịch vụ có tính chất khác nhau, các yếu tố của chất lượng tác động lên sự cảm nhận của khách hàng cũng thay đổi, ảnh hưởng khác nhau đến chất lượng cảm nhận. Sử dụng các công cụ đánh giá chất lượng dịch vụ trong giáo dục cần được điều chỉnh. Đây cũng là một cơ sở khoa học giúp nhà trường hiểu rõ hơn về chất lượng, nhằm có biện pháp đảm bảo, cải thiện hình ảnh của mình.

## **2. Tổng quan nghiên cứu vấn đề**

### **2.1. Dịch vụ và chất lượng dịch vụ**

#### *2.1.1. Sản phẩm dịch vụ*

Theo Zeithaml và Bitner (2000), dịch vụ là những công việc (deeds), những quy trình (process) hay sự thực hiện (performances). Khác với những sản phẩm vật chất hữu hình, dịch vụ có đặc tính vô hình (intangible), tính không thể tách rời (inseparable) (sản xuất và tiêu thụ đồng thời), tính không đồng nhất (heterogenous) và tính không thể tồn trữ (unstoreable).

Gronroos (1990) cho rằng dịch vụ là một hoạt động hoặc chuỗi các hoạt động ít nhiều có tính chất vô hình trong đó diễn ra sự tương tác giữa khách hàng và các nhân viên tiếp xúc với khách hàng, các nguồn lực vật chất, hàng hóa hay hệ thống cung cấp dịch vụ - nơi giải quyết những vấn đề của khách hàng.

Giáo dục đại học cao đẳng đáp ứng tất cả các tiêu chuẩn trên. Giáo dục là vô hình, không đồng nhất, không thể tách rời, có thể biến đổi, không tồn kho và khách hàng (sinh viên) tham gia vào trong quá trình (Shank, 1995). Đối với trường đại học, các tiện ích vật chất bao gồm bài giảng, trình chiếu, tài liệu, tư liệu cũng như giảng đường, phòng học, nhà ăn, trang trí, bố trí...; dịch vụ “hiện” gồm trình độ giáo viên, khả năng giảng dạy, mức độ khó của nội dung môn học, mức độ khối lượng công việc...; dịch vụ “ẩn” gồm cách đối xử với sinh viên, khả năng tiếp cận thân thiện, quan tâm đến các vấn đề khó khăn của sinh viên, tôn trọng ý kiến...

#### *2.1.2. Chất lượng dịch vụ*

Lewis & Booms (1983) chỉ ra rằng, chất lượng dịch vụ là sự đo lường mức độ cung cấp một dịch vụ hợp với mong đợi của khách hàng tốt đến đâu. Lập luận này được ủng hộ bởi nhiều nhà nghiên cứu. Berry (1985) và Gronroos (1982) giải thích rằng cảm nhận về chất

lượng dịch vụ của khách hàng là kết quả của việc so sánh giữa kỳ vọng trước khi sử dụng dịch vụ và thực tế trải nghiệm dịch vụ đó. Nếu dịch vụ cung cấp đúng với kỳ vọng hay mong đợi thì khách hàng thỏa mãn. Nếu dịch vụ vượt mong đợi thì khách hàng có ấn tượng rằng dịch vụ tốt. Chất lượng dịch vụ là sự sai lệch giữa cảm nhận với kỳ vọng.

Parasuraman (1988) xác định kỳ vọng như là khao khát, muốn, mong đợi và những tiêu chuẩn lý tưởng. Zeitham (1993) đề nghị 3 mức độ kỳ vọng có thể được định nghĩa:

- Mức độ ham muốn: phản ánh điều mà khách hàng muốn dịch vụ ở mức có thể và nên đạt tới.
- Mức thích hợp: mức chuẩn mà khách hàng sẵn sàng chấp nhận
- Mức đã đoán trước: khách hàng tin là giống như hầu hết thực tế xảy ra

Zeitham xác định một số nhân tố ảnh hưởng tới kỳ vọng của khách hàng:

- Lời đồn đại
- Nhu cầu cá nhân
- Trải nghiệm trong quá khứ đối với dịch vụ
- Thông tin bên ngoài về nhà cung cấp dịch vụ

Lehtinen (1982) biểu thị cái nhìn 3 chiều về chất lượng dịch vụ: sự tương tác, tính vật chất và chất lượng tổ hợp. Gronroos (1982) trình bày 2 loại chất lượng dịch vụ. Chất lượng kỹ thuật (technical) là các kết quả làm thế nào khách hàng nhận được dịch vụ, thường là các khía cạnh định lượng. Chất lượng chức năng (functional) là về khách hàng thích quá trình cung cấp dịch vụ như thế nào. Gronroos và Lehtinen mô tả hình ảnh tổ hợp (corporate image) là một biểu thị chất lượng quan trọng cho khách hàng, và hình ảnh này dựa trên cả chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng. Hình ảnh tổ hợp liên quan tới danh tiếng, truyền thống, nhãn hiệu, tư tưởng...

Chất lượng toàn diện của dịch vụ được định nghĩa như là nhận thức của khách hàng về 4P:

1. Sản phẩm (những đặc tính dịch vụ được cung cấp).
2. Thủ tục phục vụ (những thủ tục trong quá trình phục vụ khách hàng đơn giản hay phức tạp).
3. Người phục vụ (phẩm chất của người trực tiếp cung cấp dịch vụ).
4. Khả năng đối phó, xử lý các tình huống bất ngờ xảy ra trong quá trình phục vụ (Cách giải quyết tình huống bất thường).

Parasuraman & ctg (1985:1988, dẫn theo Nguyễn Đình Thọ, 2003) được xem là những người đầu tiên nghiên cứu chất lượng dịch vụ một cách cụ thể và chi tiết trong lĩnh vực tiếp thị với việc đưa ra mô hình 5 khoảng cách trong chất lượng dịch vụ.

- Khoảng cách [1] giữa kỳ vọng của khách hàng và cảm nhận của nhà quản trị. Nhà quản trị không nắm bắt được nhu cầu của khách hàng.
- Khoảng cách [2] giữa cảm nhận của nhà quản trị và đặc tính chất lượng dịch vụ.
- Khoảng cách [3] giữa các tiêu chí chất lượng dịch vụ và sự cung cấp dịch vụ. Nhân viên chuyển giao dịch vụ cho khách hàng không đúng các tiêu chí đã định.
- Khoảng cách [4] giữa việc cung cấp dịch vụ và thông tin bên ngoài. Sự khác biệt giữa dịch vụ được chuyển giao và thông tin mà khách hàng nhận được.

- Khoảng cách [5] giữa dịch vụ mong đợi và dịch vụ cảm nhận.

Parasuraman et al. (1985) (dẫn theo Nguyễn Đình Thọ et al, 2003) cho rằng chất lượng dịch vụ chính là khoảng cách [5]. Khoảng cách này lại phụ thuộc vào 4 khoảng cách trước.

### 2.1.3. Thang đo chất lượng dịch vụ

Dựa vào mô hình này, Parasuraman đã xây dựng thang đo SERVQUAL gồm 5 yếu tố với 22 biến quan sát. 5 yếu tố của chất lượng dịch vụ bao gồm:

- Độ tin cậy (Reliability): Khả năng thực hiện một dịch vụ đúng như đã hứa và chính xác.
- Sự đáp ứng (Response): sự sẵn sàng giúp đỡ khách hàng và nhanh chóng cung cấp dịch vụ như đã hứa.
- Sự đảm bảo (Assurance): những phẩm chất của nhân viên mang lại lòng tin cho khách hàng: tính chuyên nghiệp, lịch sự, khả năng giao tiếp...
- Sự cảm thông (Empathy): nhân viên phục vụ quan tâm đến khách hàng, tạo cho khách hàng cảm giác an tâm...
- Sự hữu hình (Tangibility): trang phục, ngoại hình của nhân viên và trang thiết bị phục vụ cho dịch vụ...

Trên thực tế, đo lường SERVQUAL gồm ba phân đoạn. Hai phân đoạn đầu, mỗi phân đoạn là 22 biến quan sát đo lường chất lượng dịch vụ mà khách hàng kỳ vọng và thực tế cảm nhận được. Các biến dùng thang Likert 7 điểm. Sai biệt (cảm nhận trừ kỳ vọng) của đánh giá biểu thị chất lượng dịch vụ. Mô hình đo lường này được gọi là phi khẳng định (disconfirmation model). Phân đoạn thứ ba yêu cầu khách hàng đánh giá mức độ quan trọng của 5 thành phần.

Trong thực nghiệm, rất phức tạp khi đo lường kỳ vọng của khách hàng. Một cách lý tưởng, kỳ vọng phải được đo trước khi sử dụng dịch vụ. Thường thì kỳ vọng và cảm nhận đo đồng thời và sau khi sử dụng dịch vụ, lúc này, kỳ vọng của khách hàng bị ảnh hưởng bởi các biểu hiện của dịch vụ và người trả lời sẽ đưa kỳ vọng cao hơn cảm nhận về dịch vụ. Và đôi khi khách hàng không có kỳ vọng hay không đủ rõ về dịch vụ. Nhiều tranh luận, phê phán, đặt vấn đề về thang đo này, nhất là về tính tổng quát và hiệu lực đo lường chất lượng. Một điều nữa có thể thấy là thủ tục đo lường SERVQUAL khá dài.

Do vậy, đã xuất hiện một biến thể của SERVQUAL là SERVPERF. Thang đo SERVPERF được sử dụng để đo lường cảm nhận của khách hàng từ đó xác định chất lượng dịch vụ thay vì đo lường cả chất lượng cảm nhận lẫn kỳ vọng như thang đo SERVQUAL. Thang đo này được Cronin & Taylor (1992, dẫn theo Thongsamak, 2001) giới thiệu. Hai ông cho rằng chất lượng dịch vụ được phản ánh tốt nhất bởi chất lượng cảm nhận mà không cần có chất lượng kỳ vọng cũng như đánh giá trọng số của 5 yếu tố, vẫn dùng 22 biến quan sát đánh giá 5 yếu tố của chất lượng dịch vụ. Các mô hình chất lượng dịch vụ trên đều có thể áp dụng cho dịch vụ giáo dục.

## 2.2. Sự thỏa mãn của khách hàng và chất lượng dịch vụ

Trong mô hình phi khẳng định, 3 khả năng xảy ra là:

- Khoảng cách bằng 0 (zero disconfirmation): sản phẩm thể hiện đúng như mong muốn
- Khoảng cách dương: sản phẩm thể hiện tốt hơn mong muốn
- Khoảng cách âm: sản phẩm thể hiện dưới mong đợi, xuất hiện sự không thỏa mãn

(Churchill and Surprenant 1982, Oliver 1980, 1981, Oliver and DeSarbo 1988, Tse and Wilton 1988, Yi 1990).

### **2.3. Chất lượng giáo dục**

Trong bối cảnh của giáo dục Việt Nam hiện nay, “Chất lượng” được xem là “phù hợp với mục tiêu” - đáp ứng hoặc xác nhận các tiêu chuẩn đã được công nhận nói chung theo định nghĩa của một cơ quan kiểm định chất lượng hoặc một cơ quan đảm bảo chất lượng. Theo Quy định về tiêu chuẩn đánh giá chất lượng giáo dục của Bộ Giáo dục và Đào tạo (2007):

*“Chất lượng giáo dục trường đại học là sự đáp ứng mục tiêu do nhà trường đề ra, đảm bảo các yêu cầu về mục tiêu giáo dục đại học của Luật Giáo dục, phù hợp với yêu cầu đào tạo nguồn nhân lực cho sự phát triển kinh tế - xã hội của địa phương và của ngành”.*

### **2.4. Thu thập phản hồi từ sinh viên**

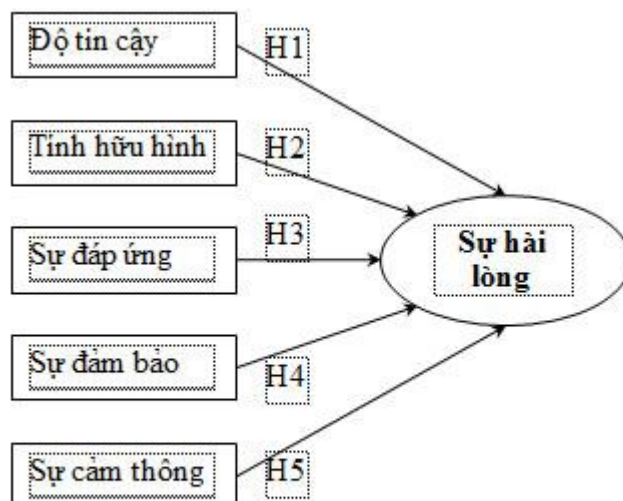
Một khía cạnh đặc biệt khác của dịch vụ là khách hàng thường là một phần của quá trình cung cấp và sản phẩm. Khách hàng đóng góp trực tiếp vào chất lượng cung cấp dịch vụ và đến chính sự thỏa mãn của mình. Bitner, Faranda, Hubbert, and Zeithaml (1997) trong nghiên cứu của mình đã chỉ ra 3 mức độ tham gia của khách hàng vào dịch vụ:

- Thấp: chỉ cần sự có mặt của khách hàng trong khi cung cấp dịch vụ.
- Vừa: yêu cầu một số đầu vào từ khách hàng để hình thành dịch vụ. Khách hàng cần cung cấp như thông tin, nỗ lực, hay tài sản vật chất để nhà cung cấp có thể cung ứng dịch vụ thay đổi theo ý muốn khách hàng.
- Cao: khách hàng cùng phối hợp tạo ra sản phẩm dịch vụ.

So với ở các mức độ khác, nhà cung cấp dịch vụ ở mức cao cần có khả năng xác định nhu cầu khách hàng, nhằm cung cấp đúng dịch vụ cần cho khách hàng trong quá trình tương tác, giá trị không thể được tạo ra mà không có sự tham gia đáng kể của khách hàng. Giáo dục đại học thuộc dịch vụ ở bậc cuối cùng này, mức độ tham gia của sinh viên vào quá trình giáo dục ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng dịch vụ giáo dục. Rowley (2003) đưa ra lý do cho việc thu thập phản hồi từ sinh viên: cung cấp chứng cứ có thể kiểm tra được rằng sinh viên có cơ hội đưa ra nhận xét về các khóa học, thông tin này được sử dụng để cải tiến, cung cấp cho sinh viên cơ hội bày tỏ mức độ thỏa mãn với trải nghiệm học tập của mình, cho phép nhà trường kiểm chuẩn, cung cấp những dấu hiệu đóng góp vào danh tiếng của nhà trường. Nhà trường cần tăng cường tương tác với sinh viên, điều này có thể ảnh hưởng tới sự thỏa mãn và cảm nhận chất lượng dịch vụ của sinh viên.

### **2.5. Mô hình nghiên cứu**

Trong đo lường dịch vụ đào tạo đại học, các nghiên cứu còn chưa nhiều và chưa quan tâm đáng kể đến khái niệm sự hài lòng của khách hàng. Để thực hiện mục tiêu đã đặt ra, nghiên cứu này sẽ sử dụng thang đo SERVPERF đo lường mức độ hài lòng của sinh viên thông qua các yếu tố chất lượng dịch vụ giáo dục đại học tại Trường Đại học Sư phạm Thể dục Thể thao Thành phố Hồ Chí Minh. Mô hình lý thuyết ban đầu như sau:



**Hình 2.5: Mô hình nghiên cứu**

Các giả thuyết về quan hệ giữa các yếu tố chất lượng cảm nhận của dịch vụ với sự hài lòng của sinh viên:

- H1: độ tin cậy quan hệ dương với sự hài lòng
- H2: tính hữu hình quan hệ dương với sự hài lòng
- H3: sự đáp ứng quan hệ dương với sự hài lòng
- H4: sự đảm bảo quan hệ dương với sự hài lòng
- H5: sự cảm thông quan hệ dương với sự hài lòng

### **3. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu**

#### **3.1. Nghiên cứu định tính**

Thảo luận nhóm, lấy ý kiến chuyên gia. Năm yếu tố của mô hình SERVQUAL sự thật là không thể hoàn toàn trùng với các đặc tính liên quan đến chất lượng của trường đại học, cho nên có thể là không thích hợp nếu dùng mô hình gốc. Cần có nghiên cứu định tính để so sánh, hiệu chỉnh, bổ sung các biến quan sát nhằm đảm bảo độ giá trị và độ tin cậy. Sử dụng phương pháp thảo luận nhóm, một số câu hỏi được lập sẵn định hướng cho 2 hoặc 3 cuộc thảo luận nhóm, dự kiến có từ 5 đến 7 thành viên là sinh viên được mời tham dự. Nội dung thảo luận sẽ được ghi nhận, tổng hợp và là cơ sở cho hiệu chỉnh thang đo. Tiếp theo, bảng câu hỏi cũng được hiệu chỉnh, lấy ý kiến chuyên gia, phát hành thử, ghi nhận các phản hồi, rồi hoàn chỉnh lần cuối. Như vậy, kết quả cụ thể của bước nghiên cứu định tính này là thang đo, mô hình nghiên cứu đã hiệu chỉnh và bảng câu hỏi chuẩn bị cho nghiên cứu chính thức.

#### **3.2. Nghiên cứu định lượng**

Chọn mẫu, thu thập dữ liệu bằng google biểu mẫu câu hỏi phản hồi qua mail, xử lý dữ liệu bằng SPSS22.

Đánh giá độ tin cậy thang đo qua hệ số Cronbach Alpha. Hệ số Cronbach Alpha được dùng để đo lường tính nhất quán nội tại của thang đo, có giá trị từ 0 đến 1. Giá trị càng gần 1 thể hiện tính nhất quán của các biến càng cao, nghĩa là các biến cùng đo lường một thuộc tính cần đo. Theo Nunnally & Bernstein (1994), Alpha > 0.7 được xem là phù hợp trong các bước đầu của nghiên cứu thuộc lĩnh vực xã hội, tâm lý. Thang đo chất lượng dịch vụ gồm 5 nhân

tổ, từng nhân tố một được tiến hành kiểm định Cronbach Alpha, nếu Alpha > 0.7 các biến quan sát đo lường cho nhân tố đó được giữ nguyên, nếu Alpha < 0.7, xem xét loại bỏ bớt biến quan sát có ảnh hưởng xấu đến độ tin cậy của thang đo. Xét hệ số tương quan tổng biến (corrected item total correlation), nếu < 0.3 thì biến quan sát đó bị loại. Thang đo sự thỏa mãn được kiểm định tương tự.

Đánh giá độ giá trị của thang đo qua phân tích nhân tố.

Khi phân tích nhân tố cần quan tâm đến các tiêu chí: kết quả của KMO và kiểm định Bartlett, hệ số tải nhân tố (factor loading), phương sai trích (% biến thiên được giải thích bởi các nhân tố). KMO là một chỉ tiêu dùng để xem xét sự thích hợp của EFA.  $0.5 \leq KMO \leq 1$  thì phân tích nhân tố là thích hợp. Để áp dụng phân tích nhân tố, các biến quan sát cần tương quan với nhau. Kiểm định Bartlett xem xét giả thuyết: độ tương quan giữa các biến quan sát bằng không trong tổng thể. Nếu kiểm định này có ý nghĩa thống kê ( $Sig \leq 0.05$ ) thì các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể (Trọng & Ngọc, 2005, 262). Hệ số tải nhân tố là hệ số tương quan đơn giữa các biến và nhân tố. Để thang đo đạt giá trị hội tụ các biến thường phải có hệ số tải nhân tố > 0.5. Theo Hair & ctg (1998,111), hệ số tải nhân tố là chỉ tiêu để đảm bảo mức ý nghĩa thiết thực của EFA (ensuring practical significance). Factor loading > 0.3 được xem là đạt được mức tối thiểu, factor loading > 0.4 được xem là quan trọng, factor loading > 0.5 được xem là có ý nghĩa thực tiễn. Các biến có hệ số thấp (factor loading < 0,4) sẽ bị loại và thang đo chỉ được chấp nhận khi tổng phương sai trích > 50%. Sau khi phân tích nhân tố, kết quả thu được là sự rút gọn các biến quan sát thành các nhóm biến, hay các nhân tố. Các nhân tố mới hình thành này có thể giống hoặc khác biệt so với mô hình lý thuyết ban đầu. Cần xem xét ý nghĩa thực tiễn của các biến quan sát trong từng nhân tố mới hình thành để đặt tên cho nhân tố, chấp nhận nó trong thang đo hiệu chỉnh hoặc loại bỏ nó.

**4. Kết quả nghiên cứu**

**4.1. Kết quả thống kê mô tả nghiên cứu thực trạng sự hài lòng của 726 sinh viên**

**4.1.1. Đánh giá kết quả nghiên cứu thực trạng sự hài lòng của sinh viên về Sự tin cậy**

*Bảng 4.1.1. Kết quả nghiên cứu thực trạng sự hài lòng của sinh viên về Sự tin cậy*

<i>Sự tin cậy</i> <i>N =726 sinh viên</i>		<i>Hoàn</i>	<i>Không</i>	<i>Không</i>	<i>Đồng ý</i> <i>(+4)</i>	<i>Hoàn</i>	<i>Mean</i>	<i>Err</i>	$\sigma$
		<i>toàn</i> <i>không</i> <i>đồng ý</i> <i>(+1)</i>	<i>đồng ý</i> <i>(+2)</i>	<i>ý kiến</i> <i>(+3)</i>		<i>toàn</i> <i>đồng ý</i> <i>(+5)</i>			
1	Giảng viên làm việc đúng theo thỏa thuận đã công bố với bạn	20sv 2.7%	62sv 8.5%	146sv 20.2%	385sv 53.1%	112sv 15.5%	3.70	.044	.923
	Nhân viên thực hiện đúng tất cả cam kết của họ đối với bạn	51sv 6.9%	101sv 13.9%	206sv 28.4%	292sv 40.3%	76sv 10.5%	3.34	.050	1.063

**NGHIÊN CỨU - TRAO ĐỔI**

3	Nhân viên giải quyết công việc đúng hạn	41sv 5.6%	139sv 19.2%	212sv 29.1%	261sv 36.0%	73sv 10.1%	3.26	.050	1.056
4	Thông tin cần thiết đến với bạn luôn chính xác	43sv 6.0%	142sv 19.5%	184sv 25.3%	237sv 32.7%	120sv 16.6%	3.34	.054	1.145
5	Thông tin cần thiết đến với bạn luôn kịp thời	52sv 7.2%	203sv 28.0%	181sv 24.9%	214sv 29.4%	76sv 10.5%	3.08	.054	1.131
6	Nhà trường quan tâm giải quyết các vướng mắc của bạn	59sv 8.1%	180sv 24.8%	209sv 28.8%	197sv 27.1%	81sv 11.2%	3.09	.054	1.133

Đánh giá **Độ tin cậy**: Độ tin cậy được xem là một trong những khía cạnh có ảnh hưởng cao nhất tới cảm nhận của sinh viên về chất lượng dịch vụ. Đó chính là khả năng thực hiện dịch vụ mà nhà trường đã hứa một cách đáng tin cậy và chính xác. Sinh viên có xu hướng muốn học tập, nghiên cứu đối với nhà trường giữ được lời hứa, đặc biệt là các lời hứa liên quan tới kết quả của dịch vụ. Thông tin cần thiết đến với sinh viên luôn kịp thời và chính xác, tuy nhiên theo biến số 6, nhà trường có quan tâm giải quyết các vướng mắc của sinh viên nhưng chưa thỏa đáng (mean 3.09) mặc dù có những tiết chủ nhiệm để giải quyết vấn đề.

Nhận xét chung: các giá trị mean, độ lệch chuẩn ( $\sigma$ ) ở mức độ trung bình, nhà trường cần có những biện pháp tích cực hơn nữa để đáp ứng sự hài lòng thỏa mãn cho sinh viên.

*4.1.2. Đánh giá kết quả nghiên cứu thực trạng sự hài lòng của sinh viên về **Sự đảm bảo***

*Bảng 4.1.2. Kết quả nghiên cứu thực trạng sự hài lòng của sinh viên về Sự đảm bảo*

	<b>Sự đảm bảo</b> <i>N = 726 sinh viên</i>	<b>Hoàn toàn không đồng ý +1</b>	<b>Không đồng ý +2</b>	<b>Không ý kiến +3</b>	<b>Đồng ý +4</b>	<b>Hoàn toàn đồng ý +5</b>	<b>Mean</b>	<b>Err</b>	<b><math>\sigma</math></b>
1	Giảng viên giải đáp thỏa đáng các câu hỏi của bạn về môn học	20sv 2.7%	71sv 9.8%	172sv 23.7%	338sv 46.5%	125sv 17.2%	3.66	.046	.964
2	Nhân viên có trình độ chuyên môn nghiệp vụ cao	34sv 4.7%	112sv 15.4%	279sv 38.5%	236sv 32.4%	65sv 8.9%	3.26	.046	.981
3	Giảng viên giảng giải bài học dễ hiểu	50sv 6.9%	172sv 23.7%	320sv 44.1%	155sv 21.3%	29sv 4.0%	2.92	.044	.940
4	Giảng viên có phương pháp	34sv 4.7%	167sv 23.0%	324sv 44.5%	180sv 24.8%	21sv 2.9%	2.98	.042	.886



	giảng dạy phù hợp với bạn								
5	Giảng viên công bằng, minh bạch trong đánh giá kết quả học tập của bạn	47sv 6.5%	101sv 13.9%	185sv 25.4%	282sv 38.9%	111sv 15.3%	3.42	.052	1.106
6	Nhân viên, giảng viên có thái độ lịch sự, hòa nhã với bạn	34sv 4.7%	114sv 15.7%	170sv 23.5%	325sv 44.7%	83sv 11.4%	3.43	.049	1.034
7	Cơ sở vật chất của nhà trường phục vụ tốt cho việc học tập và giảng dạy	73sv 11.2%	165sv 22.6%	173sv 23.8%	224sv 30.9%	83sv 11.4%	3.09	.057	1.199
8	Trường học là nơi an toàn, an ninh	16sv 2.2%	39sv 5.4%	106sv 14.6%	350sv 48.2%	215sv 29.6%	3.98	.044	.927
9	Trường có danh tiếng tốt trong cộng đồng	16sv 2.2%	14sv 1.8%	81sv 11.2%	318sv 43.8%	297sv 40.9%	4.19	.041	.871

Đánh giá **Sự đảm bảo**: mùa dịch COVID - 19 còn đang diễn biến nghiêm trọng, để đảm bảo an toàn cho sinh viên, các giảng viên giảng dạy online cả lý thuyết lẫn thực hành. Vì vậy, theo biến số 10, giảng viên có phương pháp giảng dạy phù hợp với sinh viên (mean 2.98) và giảng viên giảng giải bài học dễ hiểu với giá trị trung bình (mean 2.92) nhưng đội ngũ giảng viên rất nhiệt tình, giảng viên giải đáp thỏa đáng các câu hỏi về môn học (mean 3.66), trường học là nơi an toàn, an ninh (mean 3.98) và trường có danh tiếng tốt trong cộng đồng (mean 4.19), dựa vào danh tiếng tốt và lâu đời, trường cần tìm nguồn tài chính bổ sung từ bên ngoài thông qua liên kết với các doanh nghiệp, thực hiện các dự án hợp tác đào tạo nâng cao chất lượng giáo dục.

4.1.3. Đánh giá kết quả nghiên cứu thực trạng sự hài lòng của sinh viên về **Sự đáp ứng**

Bảng 4.1.3: Kết quả nghiên cứu thực trạng sự hài lòng của sinh viên về Sự đáp ứng

	Sự đáp ứng N= 726 sinh viên	Hoàn toàn không đồng ý +1	Không đồng ý +2	Không ý kiến +3	Đồng ý +4	Hoàn toàn đồng ý +5	Mean	Err	$\sigma$
1	Nhân viên luôn sẵn lòng giúp bạn	55sv 7.6%	174sv 23.9%	271sv 37.4%	179sv 24.6%	47sv 6.5%	2.98	.048	1.025
2	Giảng viên luôn sẵn lòng giúp bạn	15sv 2.0%	34sv 4.7%	182sv 25.1%	383sv 52.8%	112sv 15.4%	3.75	.040	.844

3	Bạn được thông báo đầy đủ lịch học tập, thi cử	9sv 1.3%	23sv 3.1%	52sv 7.0%	378sv 52.1%	264sv 36.4%	4.19	.038	.804
4	Nhân viên tỏ ra quá bận rộn để trả lời yêu cầu của bạn	59sv 8.1%	163sv 22.4%	277sv 38.3%	180sv 24.8%	47sv 6.5%	2.99	.049	1.028
5	Các thủ tục hành chính (đóng học phí, cấp giấy chứng nhận, bảng điểm, học bổng...) được thực hiện nhanh chóng	84sv 11.4%	143sv 19.7%	140sv 19.3%	124sv 30.9%	135sv 18.6%	3.26	.061	1.283

Đánh giá **Khả năng đáp ứng**: Nhân viên, giảng viên của nhà trường sẵn sàng giúp đỡ cho sinh viên và cung cấp dịch vụ cho sinh viên một cách nhanh chóng nhất. Sinh viên được thông báo đầy đủ lịch học tập, thi cử chiếm tỷ lệ cao với giá trị mean 4.19. Mỗi sinh viên sẽ có các vấn đề, thắc mắc, yêu cầu và khiếu nại riêng. Khả năng đáp ứng chính là sự sẵn sàng giúp đỡ sinh viên giải quyết những vấn đề đó. Tuy nhiên, nhân viên tỏ ra quá bận rộn để trả lời yêu cầu của sinh viên, giá trị trung bình mean 2.99 và nhân viên luôn sẵn lòng giúp (mean 2.98) - điều này cho thấy cảm nhận tiêu cực về sự hài lòng của sinh viên. Vì vậy, nhà trường cần có sự cải tiến các khâu tổ chức quản lý hơn nữa.

4.1.4. Đánh giá kết quả nghiên cứu thực trạng sự hài lòng của sinh viên về **Sự cảm thông**

Bảng 4.1.4: Kết quả nghiên cứu thực trạng sự hài lòng của sinh viên về Sự cảm thông

	<b>Sự cảm thông</b> N=726 sinh viên	<b>Hoàn toàn không đồng ý +1</b>	<b>Không đồng ý +2</b>	<b>Không ý kiến +3</b>	<b>Đồng ý +4</b>	<b>Hoàn toàn đồng ý +5</b>	<b>Mean</b>	<b>Err</b>	<b><math>\sigma</math></b>
1	Thời gian học tập, sinh hoạt trong trường thuận tiện đối với bạn	28sv 3.8%	123sv 17.0%	171sv 23.5%	303sv 41.7%	101sv 13.9%	3.45	.050	1.048
2	Bạn thường nhận được lời khuyên từ một giảng viên như một người anh, người chị	39sv 5.4%	86sv 11.9%	189sv 26.0%	295sv 40.6%	117sv 16.1%	3.50	.050	1.066
3	Nhà trường thường xuyên tìm hiểu tâm	114sv 15.7%	227sv 31.3%	258sv 35.6%	102sv 14.1%	25sv 3.4%	2.58	.048	1.021

	tư nguyện vọng của bạn								
4	Nhà trường thường tổ chức các hoạt động xã hội, hoạt động phong trào phù hợp với bạn	54sv 7.4%	122sv 16.8%	193sv 26.6%	284sv 39.1%	73sv 10.1%	3.28	.051	1.088
5	Giảng viên rất quan tâm đến việc học của bạn	42sv 5.8%	127sv 17.4%	250sv 34.5%	250sv 34.5%	57sv 7.8%	3.21	.048	1.011

**Đánh giá Sự cảm thông:** Sự cảm thông sẽ giúp tạo nên sự tin tưởng và sự tín nhiệm trong sinh viên, đồng thời có thể biến sinh viên bình thường trở thành sinh viên xuất sắc, tuy nhiên nhận xét của sinh viên về sự cảm thông ngược lại trong bảng điều tra, theo biến số 23: Nhà trường thường xuyên tìm hiểu tâm tư nguyện vọng lại thấp nhất (mean 2.58) dưới mức trung bình, thấp nhất trong tất cả các biến quan sát. Như vậy, có thể nhận thấy, sinh viên cảm thấy mình chưa được nhà trường quan tâm đúng mức và điều này ảnh hưởng xấu đến cảm nhận của sinh viên về chất lượng nhà trường. Cần có cuộc khảo sát định kỳ thu thập ý kiến từ sinh viên, những diễn đàn để sinh viên có thể thảo luận với đại diện của nhà trường bày tỏ những ý kiến, những bức xúc trong các hoạt động liên quan đến nhà trường.

4.1.5. *Đánh giá kết quả nghiên cứu thực trạng sự hài lòng của sinh viên về Tính hữu hình*

*Bảng 4.1.5: Kết quả nghiên cứu thực trạng sự hài lòng của sinh viên về Tính hữu hình*

	<b>Tính hữu hình</b> <i>N= 726sv</i>	<b>Hoàn toàn không đồng ý +1</b>	<b>Không đồng ý +2</b>	<b>Không ý kiến +3</b>	<b>Đồng ý +4</b>	<b>Hoàn toàn đồng ý +5</b>	<b>Mean</b>	<b>Err</b>	<b>σ</b>
1	Nhân viên, giảng viên có trang phục gọn gàng, tươm tất	9sv 1.3%	26sv 3.6%	93sv 12.8%	372sv 51.2%	226sv 31.1%	4.07	.040	.836
2	Website trường phong phú, hấp dẫn	122sv 16.8%	202sv 27.8%	200sv 27.6%	156sv 21.5%	46sv 6.3%	2.79	.055	1.160
3	Trang thiết bị phục vụ đào tạo rất hiện đại	78sv 10.7%	219sv 30.2%	252sv 34.7%	133sv 18.3%	44sv 6.0%	2.73	.050	1.055
4	Thư viện đầy đủ sách tham khảo	91sv 12.5%	199sv 27.5%	225sv 30.9%	174sv 23.9%	37sv 5.1%	2.82	.052	1.091
5	Các cơ sở vật chất phụ trợ nhìn chung (căng tin,	88sv 12.1%	168sv 23.1%	170sv 23.5%	246sv 34.1%	52sv 7.2%	3.01	.055	1.160

	bãi giữ xe, nhà vệ sinh...) rộng rãi, tiện nghi								
6	Phòng học nhìn chung (lý thuyết, thực hành, thí nghiệm...) khang trang	41sv 5.6%	112sv 15.4%	158sv 21.7%	332sv 45.9%	83sv 11.4%	3.42	.050	1.058

Đánh giá kết quả nghiên cứu thực trạng sự hài lòng của sinh viên về **Tính hữu hình**: Thành phần Tính hữu hình có mức độ ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên là lớn nhất. Nhân viên, giảng viên có trang phục gọn gàng, tươm tất (mean 4.07), đánh giá thấp nhất và dưới mức trung bình là Trang thiết bị phục vụ đào tạo (mean 2.93). Vậy để nâng cao chất lượng, trước hết cần cải thiện các mặt thuộc Tính hữu hình đã khảo sát qua các biến đo lường (điểm trung bình tương ứng). Cụ thể là cải thiện cơ sở vật chất phục vụ chung cho toàn trường như: cải thiện website thêm phong phú hấp dẫn, tăng cường chất lượng các cơ sở vật chất phụ trợ (căng tin, nhà vệ sinh, chỗ để xe...), nâng cấp thư viện, đảm bảo đầy đủ hơn sách tham khảo cho sinh viên, mặc dù đã và vẫn được nhà trường tiến hành nâng cấp hàng năm nhưng chưa đáp ứng được nhu cầu hiện tại của sinh viên.

**4.2. Kiểm định thang đo chất lượng dịch vụ (Cronbach Alpha)**

Kiểm định Cronbach Alpha cho từng nhân tố trong thang đo chất lượng dịch vụ, kết quả cho thấy thang đo Sự tin cậy, Sự đảm bảo và Tính hữu hình đạt độ tin cậy với hệ số alpha > 0.7, độ tin cậy thang đo Sự cảm thông có thể được chấp nhận với alpha > 0.65, các biến đều có hệ số tương quan tổng biến > 0.3. Riêng thang đo Sự đáp ứng có độ tin cậy không cao (< 0.6), cần xem xét loại bỏ biến quan sát.

Các nhân tố	Cronbach Alpha
Sự tin cậy	0.751
Sự đảm bảo	0.778
Sự đáp ứng	0.593
Sự cảm thông	0.664
Tính hữu hình	0.762

Bảng 4.2: Cronbach Alpha của thang đo chất lượng dịch vụ

Thang đo *Sự hài lòng* của sinh viên với 5 biến được chấp nhận sau khi kiểm định độ tin cậy qua hệ số Cronbach Alpha và độ giá trị qua phân tích nhân tố. Thang đo cho từng nhân tố chất lượng đều đạt độ tin cậy và độ giá trị.

Từ sự thay đổi trong thang đo chất lượng, mô hình được hiệu chỉnh. Kiểm định bằng hồi quy đa biến cho kết quả *Sự hài lòng* chịu tác động dương của cả 5 nhân tố chất lượng, phù hợp với giả thuyết. Các nhân tố có mức độ ảnh hưởng từ cao đến thấp là: Tính hữu hình ( $\beta_1=0.426$ ), Sự cảm thông giúp đỡ ( $\beta_4=0.346$ ), Sự đảm bảo ( $\beta_2=0.343$ ), Về bề ngoài ( $\beta_5=0.283$ ), Sự tin cậy ( $\beta_3=0.199$ ). Kiểm định hồi quy theo các biến phân loại như Khóa học, Giới

tính cũng được thực hiện nhằm làm rõ thêm mức độ ảnh hưởng của các nhân tố theo các nhóm khác nhau. Sau cùng, kiểm định one-way Anova xác định có sự khác biệt, có ý nghĩa trong cảm nhận về chất lượng cũng như sự hài lòng của sinh viên nữ cao hơn so với sinh viên nam.

### 5. Thảo luận

Trong tình hình hiện nay, đảm bảo chất lượng dịch vụ giáo dục ảnh hưởng đến toàn bộ mô hình dạy và học đặc biệt là học trực tuyến đã trở thành một nhu cầu cần thiết để thích ứng với dịch COVID-19, cũng như xu thế của một nền giáo dục mở, linh hoạt trong bối cảnh cuộc cách mạng số. Nhà trường đã kịp thời có hướng điều chỉnh hình thức đào tạo nhằm đảm bảo kế hoạch giảng dạy và học tập không bị gián đoạn bởi tình hình dịch bệnh kéo dài. Tuy nhiên, việc học tập trực tuyến vẫn đang phải đối mặt với nhiều thách thức, bao gồm nhu cầu chưa được đáp ứng về năng lực và kỹ năng công nghệ thông tin tiên tiến mà giảng viên và người học phải đảm bảo. Vì vậy, trong thời gian tới với tinh thần tự học tập, bồi dưỡng, không ngừng vận dụng sáng tạo các kiến thức, kỹ năng số của đội ngũ giảng viên và sinh viên trong dạy và học trực tuyến sẽ tạo cho việc học trực tuyến trở thành công cụ hữu hiệu góp phần nâng cao chất lượng đào tạo.

### 6. Kết luận

Kết quả nghiên cứu một lần nữa khẳng định sự phù hợp của việc áp dụng thang đo SERVPERF trong đo lường mức độ hài lòng của sinh viên thông qua các yếu tố chất lượng dịch vụ giáo dục đại học tại Trường Đại học Sư phạm Thể dục Thể thao Thành phố Hồ Chí Minh.

Qua nghiên cứu, việc áp dụng đo lường chất lượng giáo dục trên quan điểm tiếp thị đã cho nhà trường các thông tin hữu ích và đáng tin cậy nhằm cải thiện chất lượng giáo dục.

Cải tiến và đảm bảo chất lượng là một quá trình liên tục, lặp đi lặp lại. Hiện tại, các mặt được phát hiện là yếu kém nhất cần được cải thiện, ưu tiên cải thiện trước. Sau khi có những hành động cụ thể được tiến hành nhằm loại bỏ yếu kém, cần thực hiện khảo sát đo lường lại, tìm ra những yếu kém mới và tiếp tục cải tiến nâng cao chất lượng.

### Tài liệu tham khảo

- [1]. Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2003), *Nguyên lý Marketing*, NXB Đại học Quốc gia TP.HCM.
- [2]. Nguyễn Đình Thọ et al (2003), *Đo lường chất lượng dịch vụ vui chơi giải trí ngoài trời tại Thành phố Hồ Chí Minh*, Đề tài nghiên cứu khoa học, Đại học Kinh tế TP.HCM.
- [3]. Nunnally, J.C. & Bernstein, I.H. (1994), *Psychometric theory (3<sup>rd</sup> Edition)*, McGraw-Hill Series in Psychology, McGraw-Hill Inc., New York: NY, 264-265.
- [4]. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry L.L. (1990), *Delivering service quality: Balancing customer perceptions and expectations*, Free Press, New York, NY.
- [5]. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry L.L. (1988), *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*, Journal of retailing, Vol.64 No. 1, Spring, pp. 12-40.
- [6] 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 (Fall): 41-50.

## ĐÁNH GIÁ SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN TRONG MÙA DỊCH COVID - 19 VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ GIÁO DỤC TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM THỂ DỤC THỂ THAO THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Nguyễn Minh Quang<sup>a</sup>

Huỳnh Trung Hiếu<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Trường Đại học Sư phạm Thể dục Thể thao Thành phố Hồ Chí Minh

Email: [quangmn@upes.edu.vn](mailto:quangmn@upes.edu.vn)

<sup>b</sup>Trường Đại học Sư phạm Thể dục Thể thao Thành phố Hồ Chí Minh

Email: [hieuth@upes.edu.vn](mailto:hieuth@upes.edu.vn)

Ngày nhận bài: 28/7/2022

Ngày phản biện: 26/8/2022

Ngày tác giả sửa: 08/9/2022

Ngày duyệt đăng: 25/10/2022

Ngày phát hành: 30/10/2022

*Bài viết cung cấp nền tảng lý thuyết cho nghiên cứu, các khái niệm và công cụ trong lý thuyết chất lượng dịch vụ nhằm làm rõ thế nào là sản phẩm dịch vụ, chất lượng dịch vụ, kết hợp đo lường chất lượng dịch vụ và giáo dục đào tạo, xem xét mối quan hệ chất lượng dịch vụ và sự hài lòng thỏa mãn, sự liên quan giữa sinh viên và chất lượng giáo dục... Kết quả nghiên cứu sẽ cho thấy các yếu tố chất lượng giáo dục có vai trò quan trọng, ảnh hưởng đến sự thỏa mãn của sinh viên; đây sẽ là cơ sở tham khảo ban đầu cho nhà trường trong việc nhìn nhận chất lượng giáo dục dưới góc độ khác để từ đó đưa ra các biện pháp nâng cao chất lượng giáo dục thích ứng và phù hợp.*

**Từ khóa:** Chất lượng dịch vụ giáo dục; Sự hài lòng của sinh viên; mùa dịch Covid - 19; Trường Đại học Sư phạm Thể dục Thể thao Thành phố Hồ Chí Minh.