

# Sự khác biệt về dịch vụ hỗ trợ giữa các trường Đại học Việt Nam

## The difference in support services among Vietnamese universities

Nguyễn Tấn Lượng<sup>1\*</sup>, Nguyễn Ngọc Thông<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

\*Tác giả liên hệ, Email: luong.nt@ou.edu.vn

### THÔNG TIN

DOI:10.46223/HCMCOUJS.  
soci.vi.17.1.2059.2022

Ngày nhận: 24/09/2021

Ngày nhận lại: 05/10/2021

Duyệt đăng: 17/10/2021

*Từ khóa:*

dịch vụ hỗ trợ; sự hài lòng; sinh viên; trường đại học; phân tích phương sai

*Keywords:*

support services; satisfaction; students; higher education; one-way Anova

### TÓM TẮT

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm so sánh sự khác biệt về mức độ hài lòng giữa sinh viên các trường đại học tại Việt Nam đối với các thành phần thuộc dịch vụ hỗ trợ do nhà trường cung cấp. Kết quả nghiên cứu cho thấy có sự khác biệt về mức độ hài lòng của các thành phần như: dịch vụ thư viện, căng tin/dịch vụ ăn uống, hỗ trợ tài chính, hỗ trợ từ phòng ban và hoạt động ngoại khóa. Các phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong nghiên cứu này là kiểm định t-test, phân tích phương sai một chiều. Những người tham gia bảng câu hỏi bao gồm 1,687 sinh viên đang học tại các trường đại học ở thành phố lớn như Hà Nội, Đà Nẵng, Khánh Hòa và Hồ Chí Minh. Kết quả kiểm định cho thấy sự khác biệt do đặc điểm loại hình trường học (công lập và tư thục) và khu vực địa lý (miền Bắc, miền Trung và miền Nam) trong mức độ hài lòng về dịch vụ hỗ trợ.

### ABSTRACT

This research was implemented to compare the difference in the level of satisfaction between university students in Vietnam for the components of the support service provided by the universities. Research results show a difference in the level of satisfaction of components such as library services, catering services, financial support, support from departments, and extracurricular activities. Research methods used in this study are T-Test inspection, one-way ANOVA. Participants of questionnaires include 1,687 students studying at universities in big cities (Hanoi, Da Nang, Khanh Hoa, and Ho Chi Minh) in Vietnam. The research results show the difference due to the type of university (public, private) and geographic area (northern, central, and southern areas) in the satisfaction level of support services.

### 1. Giới thiệu

Trong bối cảnh hiện nay, khi áp lực cạnh tranh trong giáo dục đại học ngày càng trở nên khốc liệt, các trường đại học ngày nay cần tập trung nhiều hơn vào sự hài lòng của sinh viên (De Jager & Gbadamosi, 2013). Có thể nói, sinh viên đóng vai trò đặc biệt đối với các trường đại học, đây là khách hàng quan trọng vì sinh viên là đối tượng trực tiếp của quá trình đào tạo. Ý kiến phản hồi của sinh viên về sự hài lòng đối với việc dịch vụ mà họ được cung cấp khi học tập tại trường

là một tiêu chuẩn quan trọng khi đánh giá lợi thế cạnh tranh của một trường đại học (L. T. Pham, 2016). Theo tác giả P. T. L. Pham và Pham (2019), ý kiến phản hồi của sinh viên là một kênh thông tin quan trọng và khách quan, góp phần đánh giá được chất lượng dịch vụ hiện tại, giúp cho giảng viên, khoa và nhà trường có những sự điều chỉnh hợp lý theo hướng đáp ứng tốt hơn nhu cầu của người học và nhu cầu xã hội. Thực tế cho thấy, tại Việt Nam, các trường đại học đang ngày càng quan tâm hơn đến nhu cầu cũng như sự hài lòng của sinh viên. Ngoài chức năng tổ chức đào tạo, các dịch vụ hỗ trợ cũng được xem là những tiêu chuẩn quan trọng góp phần thu hút và duy trì sinh viên cho nhà trường (Levitz, 2019). Cho đến nay vẫn chưa có nghiên cứu mang tính so sánh về loại hình trường đại học (công lập và tư thục) hay khu vực địa lý (miền Bắc, miền Trung và miền Nam) của mối quan hệ giữa sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ hỗ trợ của trường đại học. Có hay không tồn tại sự khác biệt giữa mức độ hài lòng của sinh viên đối với các thành phần của dịch vụ hỗ trợ tại các trường đại học ở Việt Nam? Các trường đại học cần giải quyết những vấn đề cốt yếu nào để nâng cao chất lượng dịch vụ hỗ trợ của tổ chức?

## 2. Cơ sở lý thuyết

### 2.1. Chất lượng dịch vụ và đo lường chất lượng dịch vụ

Căn cứ theo nghiên cứu của Feigenbaum (1991), chất lượng dịch vụ được hiểu là nhận định của khách hàng trên cơ sở kinh nghiệm thực tế của bản thân đối với sản phẩm hoặc dịch vụ. Chất lượng dịch vụ được đo lường, đánh giá dựa theo những yêu cầu của khách hàng (có thể được hoặc không được nêu ra). Chất lượng dịch vụ còn được hiểu là mức độ mà một dịch vụ đáp ứng được nhu cầu và sự mong đợi của khách hàng (Asubonteng, Mcclary, & Swan, 1996; Lewis & Mitchell, 1990; Wisniewski, 2001). Tương tự, Edvardsson, Thomasson, và Ovretveit (1994) cho rằng chất lượng dịch vụ là dịch vụ đáp ứng được sự mong đợi và làm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Parasuraman, Zeithaml, và Berry (1985) và Nguyen và Nguyen (2003) cho rằng chất lượng dịch vụ chính là sự khác biệt giữa chất lượng cảm nhận và chất lượng kỳ vọng khi khách hàng tiêu thụ dịch vụ. Như vậy, cốt lõi của việc đảm bảo và nâng cao chất lượng dịch vụ là giảm và dần xóa bỏ các khoảng cách theo mô hình chất lượng dịch vụ. Nhiều mô hình đo lường chất lượng dịch vụ đã được hình thành và áp dụng rộng rãi trong nghiên cứu, tác giả Gronroos (1984) đã giới thiệu về mô hình để nghiên cứu cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ trong đó cảm nhận toàn bộ về chất lượng là một tập hợp của những cảm nhận đánh giá của khách hàng liên quan đến dịch vụ và sự khác biệt giữa những đánh giá này với những mong đợi về dịch vụ của họ. Dựa trên cơ sở của mô hình Gronroos (1984), Parasuraman và cộng sự (1985) đã xây dựng nên thang đo SERVQUAL bao gồm: (1) Phương tiện hữu hình: sự thể hiện bên ngoài của cơ sở vật chất, thiết bị, nhân viên và vật liệu, công cụ thông tin; (2) Tin cậy: khả năng thực hiện dịch vụ phù hợp và chính xác với những gì đã cam kết, hứa hẹn; (3) Đáp ứng: mức độ mong muốn và sẵn sàng phục vụ khách hàng một cách kịp thời; (4) Năng lực phục vụ: kiến thức, chuyên môn và phong cách lịch lãm của nhân viên phục vụ; khả năng làm cho khách hàng tin tưởng; (5) Cảm thông: thể hiện sự ân cần, quan tâm đến từng cá nhân khách hàng. Kết quả về mức độ sai biệt (giá trị thực tế cảm nhận trừ đi giá trị kỳ vọng) của đánh giá thể hiện giá trị chất lượng dịch vụ. Ngoài ra, trong quá trình áp dụng, nhiều nghiên cứu đã đề xuất một biến thể của SERVQUAL là thang đo SERVPERF. Theo cơ sở lý luận của mô hình SERVPERF, chất lượng dịch vụ tương đương mức độ cảm nhận (thay vì đo cả thực tế cảm nhận lẫn kỳ vọng như SERVQUAL). Các tác giả đã cho rằng chất lượng dịch vụ được phản ánh tốt nhất bởi chất lượng cảm nhận mà không cần tính đến chất lượng kỳ vọng, cũng như đánh giá trọng số của 05 thành phần trong mô hình. Kết luận này đã nhận được sự đồng tình bởi các nghiên cứu của Brady (2002), Lee, Lee, và Feick (2011). Các mô hình đo lường chất lượng dịch vụ của Gronroos, mô hình SERVQUAL và mô hình SERVPERF thường được sử dụng nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ, đánh giá sự hài lòng của khách hàng trong lĩnh vực

kinh tế xã hội. Tuy nhiên, các mô hình này có thể không phù hợp nếu áp dụng để đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên liên quan đến dịch vụ hỗ trợ sinh viên trong trường đại học.

## **2.2. Dịch vụ hỗ trợ dành cho sinh viên**

Khi giáo dục đại học được xem là dịch vụ giáo dục đại học, trường đại học được xem như là đơn vị cung cấp dịch vụ cho các đối tượng khách hàng khác nhau: 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). Cụ thể, đối với đối tượng khách hàng là sinh viên, nhà trường cung cấp cho họ các gói dịch vụ gồm: dịch vụ đào tạo, dịch vụ hỗ trợ sinh viên học tập, dịch vụ tư vấn tâm 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, ... Trong công tác tuyển sinh, nhằm thu hút sinh viên tham gia học tập tại trường, ngày càng nhiều các trường đại học chú ý tới nâng cao chất lượng dịch vụ dành cho sinh viên và cải thiện sự hài lòng của sinh viên về nhà trường (De Jager & Gbadamosi, 2013). Có thể nói, sinh viên đóng vai trò đặc biệt đối với các trường đại học, đây là khách hàng quan trọng vì sinh viên là đối tượng trực tiếp của quá trình đào tạo. Ý kiến phản hồi của sinh viên về sự hài lòng đối với việc dịch vụ mà họ được cung cấp khi học tập tại trường là một tiêu chuẩn quan trọng khi đánh giá lợi thế cạnh tranh của một trường đại học (L. T. Pham, 2016). Theo tác giả P. T. L. Pham và Pham (2019), ý kiến phản hồi của sinh viên là một kênh thông tin quan trọng và khách quan, góp phần đánh giá được chất lượng dịch vụ hiện tại, giúp cho giảng viên, khoa và nhà trường có những sự điều chỉnh hợp lý theo hướng đáp ứng tốt hơn nhu cầu của người học và nhu cầu xã hội. Vì vậy, trong lĩnh vực giáo dục, việc đánh giá chất lượng các dịch vụ thông qua ý kiến của sinh viên đang trở nên hết sức cần thiết. Thực tế cho thấy, tại Việt Nam, các trường đại học đang ngày càng quan tâm hơn đến nhu cầu cũng như sự hài lòng của sinh viên. Ngoài chức năng tổ chức đào tạo, các dịch vụ hỗ trợ cũng được xem là những tiêu chuẩn quan trọng góp phần thu hút và duy trì sinh viên cho nhà trường.

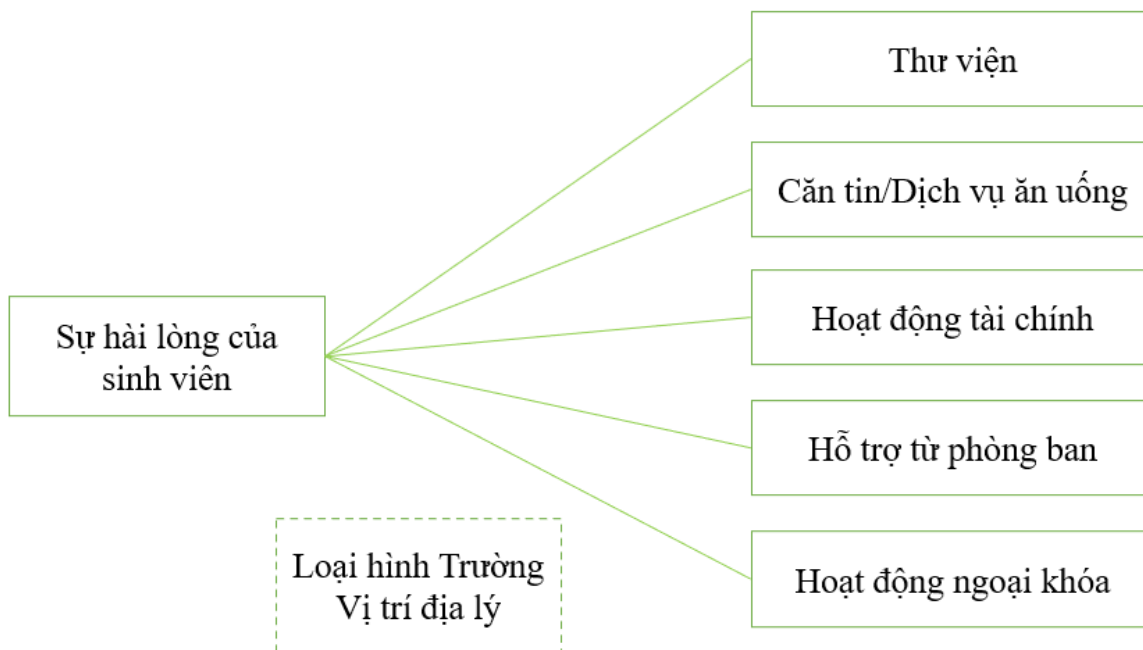
Theo báo cáo của UNESCO (2009), các trường đại học thường có những đơn vị chuyên trách về dịch vụ sinh viên với mục đích cung cấp những trải nghiệm học tập toàn diện cho sinh viên. Báo cáo này cho rằng những đơn vị chuyên trách dịch vụ sinh viên trong trường đại học thực hiện những nhiệm vụ như sau: Tư vấn học tập (hệ thống cung cấp thông tin về tiến bộ học tập và yêu cầu bằng cấp); Trung tâm hỗ trợ học tập (văn phòng đặt tại mỗi khuôn viên của trường); Tuyển sinh (nộp hồ sơ, thông báo trúng tuyển/từ chối và những lưu ý nhập học); Mạng lưới cựu sinh viên; Thư viện, nhà sách; Các hoạt động xã hội; Hiệp hội và câu lạc bộ sinh viên; Hỗ trợ tài chính; Phát triển nghề nghiệp; dịch vụ ăn uống; khu thể thao và giải trí, dịch vụ y tế. Nhằm đo lường và đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ hỗ trợ do nhà trường cung cấp, De Jager và Gbadamosi (2013) đã đề xuất một thang đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên khi trải nghiệm các dịch vụ hỗ trợ do nhà trường cung cấp, thang đo gồm 04 yếu tố: (1) Thư viện - Học liệu; (2) Căn tin/Dịch vụ ăn uống; (3) Hoạt động tài chính; (4) Hỗ trợ từ phòng ban. Thang đo đã được kiểm nghiệm là phù hợp ở phạm vi nghiên cứu là các trường đại học tại khu vực Nam Phi. Kết quả nghiên cứu cũng đã khẳng định sự phù hợp của thang đo này. Weerasinghe và Fernando (2017) cùng với Levitz (2019) đã tiếp tục phát triển thang đo khảo sát kết hợp với kinh nghiệm đo lường mức độ hài lòng về dịch vụ hỗ trợ của sinh viên tại các trường đại học ở Mỹ, Anh và Canada. Các câu hỏi để đo lường sự hài lòng của sinh viên khi sử dụng dịch vụ hỗ trợ được chia thành 05 nhóm, bao gồm: (1) Dịch vụ thư viện; (2) Căn tin/Dịch vụ ăn uống; (3) Hoạt động tài chính; (4) Hỗ trợ từ phòng ban; (5) Hoạt động ngoại khóa.

## **2.3. Đo lường sự hài lòng của sinh viên về dịch vụ hỗ trợ của trường đại học**

Sự hài lòng là một trạng thái cảm xúc tích cực khi một người được thỏa mãn nhu cầu. Sự hài

lòng của sinh viên thường được chấp nhận như một thái độ ngắn hạn và là kết quả của việc đánh giá trải nghiệm giáo dục của sinh viên (Elliot & Healy, 2001). Weerasinghe và Fernando (2017) xem xét tất cả các tài liệu có sẵn về sự hài lòng sinh viên đối với giáo dục đại học và không thấy nhiều thay đổi trong định nghĩa của khái niệm này. Trong kết quả nghiên cứu của Wiers-Jenssen, Stensaker, và Groggaard (2002), cho tới những năm 1990, hoạt động sử dụng khảo sát để đo lường sự hài lòng của sinh viên vẫn là một công cụ đánh giá mới mẻ ở các trường đại học tại châu Âu. Theo đó, các nhà quản lý tại trường đại học quan tâm nhiều hơn đến quan điểm của người tiêu dùng và thường đặt ưu tiên cho những yếu tố mà nhà trường có thể kiểm soát để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của sinh viên. Các nghiên cứu về sự hài lòng của sinh viên chỉ ra rằng có 03 nhóm yếu tố chính tác động tới sự hài lòng của sinh viên đó là: (1) chất lượng giáo dục liên quan đến chương trình dạy học và đội ngũ giảng viên, (2) môi trường xã hội, và (3) cơ sở vật chất và các nguồn lực của nhà trường (Kane, Williams, & Cappuccini-Ansfield, 2008; Wiers-Jenssen & ctg., 2002). Hemsley-Brown và Oplatka (2006) và Senthilkumar và Arulraj (2011) chỉ ra vai trò quan trọng của quản lý giáo dục đại học, dựa trên cơ sở của các tư tưởng và thực tiễn quản lý giáo dục đại học hiện nay trong hệ thống giáo dục đại học theo cơ chế thị trường. Mức độ cạnh tranh gia tăng trong môi trường giáo dục đã dẫn đến việc các cơ sở giáo dục đại học áp dụng các kỹ thuật quản lý để nâng cao hiệu quả và chất lượng dịch vụ mà họ cung cấp (Telford & Masson, 2005; Yeo, 2008) và chuyển từ phương pháp tiếp cận thị trường thụ động sang tích cực hơn (Ivy, 2008). Nếu các trường đại học muốn đáp ứng các yêu cầu của sinh viên, họ phải nhận thức được việc cung cấp sản phẩm của chính họ và cách chúng được nhìn nhận trên thị trường. Các nhà hoạch định chiến lược cần phải nhận thức được các yếu tố ảnh hưởng và tác động liên quan đến sinh viên tiềm năng (Moogan, Baron, & Bainbridge, 2001). Theo đó, Munteanu, Ceobanu, Bobalca, và Anton (2010) cũng phát biểu trong nghiên cứu của mình rằng trong một thị trường cạnh tranh, nơi các tổ chức tranh giành khách hàng, sự hài lòng của khách hàng trở thành một yếu tố khác biệt quan trọng của chiến lược tiếp thị. Có ý kiến cho rằng sự hài lòng của khách hàng phần lớn phụ thuộc vào mức độ sản phẩm do một tổ chức cung cấp đáp ứng hoặc vượt qua sự mong đợi của khách hàng (Khan & Matley, 2009; Telford & Masson, 2005). Senthilkumar và Arulraj (2011) cho rằng sinh viên là khách hàng chính của các cơ sở giáo dục đại học và thường có những vai trò khác nhau. Họ vừa là sản phẩm của quá trình đào tạo, vừa là khách hàng nội bộ của nhiều cơ sở trong khuôn viên trường, vừa là những người lao động trong quá trình học tập và khách hàng nội bộ của việc sử dụng dịch vụ do nhà trường cung cấp. Điều này thể hiện tầm quan trọng của mối quan hệ tương tác giữa các thành phần vì việc cung cấp dịch vụ giáo dục tại các cơ sở giáo dục đại học đòi hỏi sự tương tác giữa sinh viên, giảng viên, phụ huynh, cựu sinh viên, nhà tuyển dụng, cộng đồng và chính phủ và mối quan hệ này sẽ ảnh hưởng đến sự hài lòng chung của các bên liên quan khác nhau (Nicolescu, 2009). Senthilkumar và Arulraj (2011) tuyên bố rằng trong số tất cả các bên liên quan, sinh viên của trường được coi là bên liên quan quan trọng nhất vì họ là khách hàng quan trọng nhất của các cơ sở giáo dục đại học so với các bên liên quan khác. Brochado (2009) chỉ ra rằng khi sinh viên được coi là khách hàng chính của một cơ sở giáo dục đại học, là người trực tiếp nhận dịch vụ được cung cấp, thì cảm nhận về chất lượng dịch vụ của sinh viên trở nên cực kỳ quan trọng đối với các cơ sở giáo dục đại học và ban quản lý của nó. Yeo (2008) đặt giáo dục đại học trong ngành dịch vụ làm trọng tâm chính của các cơ sở giáo dục đại học là cung cấp trải nghiệm học tập chất lượng cho sinh viên. Quan điểm về sự hài lòng của sinh viên đối với các trường đại học đã được thể hiện rõ ràng (Astin, 1993; Wright & O'Neill, 2002). Sinh viên tại các trường đại học ngày nay đã có yêu cầu cao hơn trong việc sử dụng dịch vụ hỗ trợ từ nhà trường (Wright & O'Neill, 2002; Weerasinghe & Fernando, 2017). Mô hình nghiên cứu được đề xuất trong đề tài này sẽ kế thừa kết quả nghiên cứu của De Jager và Gbadamosi (2013), Weerasinghe và Fernando (2017), Levitz (2019) với năm thang đo: (1) Thư viện; (2) Căn tin/Dịch vụ ăn uống; (3) Hoạt động tài chính; (4) Hỗ trợ từ phòng ban; (5) Hoạt động ngoại khóa nhằm đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ hỗ trợ từ trường đại học. Mô hình nghiên cứu này cũng kế thừa

thành quả của những mô hình thông dụng như SERVQUAL và SERVPREF. Tuy nhiên nội dung các thang đo đã được điều chỉnh để phù hợp hơn trong việc đo lường chất lượng dịch vụ của trường đại học. Ngoài ra, nghiên cứu còn áp dụng hai biến kiểm soát là: loại hình trường học (công lập, tư thục) và khu vực địa lý (miền Bắc, miền Trung và miền Nam). Cơ sở lựa chọn các biến soát này căn cứ vào đề xuất của Senthilkumar và Arulraj (2011), De Jager và Gbadamosi (2013), Weerasinghe và Fernando (2017). Kết quả nghiên cứu được kì vọng sẽ giúp khám phá được sự khác biệt giữa các đặc điểm của biến điều tiết đối với các thành phần trong mô hình nghiên cứu.



**Hình 1.** Mô hình nghiên cứu

### 3. Phương pháp nghiên cứu

#### 3.1. Thang đo nghiên cứu

Thang đo nghiên cứu được xây dựng dựa trên kết quả nghiên cứu Senthilkumar và Arulraj (2011), De Jager và Gbadamosi (2013), Weerasinghe và Fernando (2017) và Levitz (2019). Thang đo gồm năm nhóm khái niệm với số lượng 25 câu hỏi, bao gồm: thư viện, căng tin/dịch vụ ăn uống, hỗ trợ tài chính, hỗ trợ từ phòng ban, hoạt động ngoại khóa (Bảng 1).

**Bảng 1**

Thang đo sử dụng cho mô hình nghiên cứu

Kí hiệu	Các thang đo chất lượng dịch vụ tại trường đại học
<b>Dịch vụ thư viện</b>	
TV1	Thư viện cung cấp các dịch vụ đúng cam kết
TV2	Thư viện có đủ tài liệu cho nhu cầu học tập, nghiên cứu
TV3	Nhân viên thư viện cung ứng dịch vụ nhanh chóng, giải đáp thắc mắc đúng hẹn
TV4	Thư viện có nhiều không gian học tập, là nơi học tập lí tưởng cho sinh viên
TV5	Thư viện trang bị đủ máy vi tính được kết nối mạng, dễ dàng sử dụng

<b>Kí hiệu</b>	<b>Các thang đo chất lượng dịch vụ tại trường đại học</b>
<b>Căng tín/Dịch vụ ăn uống</b>	
CT1	Địa điểm phục vụ ăn uống thuận tiện
CT2	Nhân viên phục vụ vui vẻ, nhiệt tình
CT3	Chỗ ngồi đủ, không gian thoải mái
CT4	Đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm
CT5	Thức ăn, đồ uống đa dạng
<b>Hỗ trợ tài chính</b>	
TC1	Nhà trường có đa dạng chính sách học bổng
TC2	Chính sách học bổng của trường phù hợp với sinh viên
TC3	Sinh viên dễ dàng nhận học bổng của trường
TC4	Việc đóng học phí rất dễ dàng
TC5	Việc nhận hoàn học phí từ nhà trường dễ dàng
<b>Hỗ trợ từ phòng ban</b>	
PB1	Dễ dàng trong việc tìm kiếm thông tin khi cần hỗ trợ
PB2	Công tác hỗ trợ được thực hiện nhanh chóng
PB3	Nhân viên hỗ trợ nhiệt tình, lịch sự
PB4	Nhân viên hỗ trợ giải đáp được các thắc mắc (hoặc vấn đề) của sinh viên
PB5	Địa điểm liên hệ hỗ trợ thuận tiện
<b>Hoạt động ngoại khóa</b>	
NK1	Hoạt động ngoại khóa tại trường đa dạng, nhiều lựa chọn
NK2	Hoạt động ngoại khóa bổ ích và hiệu quả
NK3	Trang thiết bị phục vụ hoạt động ngoại khóa đáp ứng được nhu cầu sinh viên
NK4	Dễ dàng tham gia các hoạt động ngoại khóa của nhà trường
NK5	Sân trường (hoặc cơ sở) thuận tiện tổ chức hoạt động ngoại khóa

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Ngoài ra, sự hài lòng chung của sinh viên đối với từng thành phần được đo lường bằng nhóm 05 câu hỏi tương ứng.

Phương pháp nghiên cứu định lượng được sử dụng để xử lý và phân tích dữ liệu nghiên cứu. Các sinh viên đang học tập tại các trường đại học tại Việt Nam là đối tượng tham gia trả lời bảng hỏi. Nghiên cứu được tiến hành với tại 10 trường đại học trên phạm vi mở rộng ở cả ba khu vực (Bắc, Trung, Nam) và còn đa dạng ở loại hình trường (công lập hay tư thục). Khảo sát định lượng chính thức được thực hiện trong khoảng thời gian từ tháng 06/2020 đến tháng 12/2020. Phương pháp kiểm định t-test hai mẫu độc lập được áp dụng nhằm đánh giá sự khác biệt giữa loại hình trường học về giá trị bình quân của thang đo nghiên cứu. Còn đối với đặc điểm khu vực địa lý, phương pháp phân tích phương sai một chiều được tiến hành nhằm phân tích sự khác biệt giữa các trường đại học thuộc ba khu vực miền Bắc, miền Trung và miền Nam.

### **3.2. Mẫu nghiên cứu và phương pháp thu thập dữ liệu**

Thang đo Likert 5 mức độ được áp dụng để đo lường các biến trong mô hình, trong đó giá trị 1 (Hoàn toàn không đồng ý) và giá trị 5 (Hoàn toàn đồng ý). Mẫu được chọn theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện và bảng hỏi được gửi qua Email. Đáp viên là những sinh viên đang theo học tại các trường đại học Việt Nam (Phụ lục 1). Số lượng bảng câu hỏi phát ra là 2,400, sau khi thu thập và kiểm tra thì 713 bảng bị loại (chiếm tỷ lệ 30.21%) do thông tin trả lời không chính xác hoặc bị bỏ trống nhiều. Cuối cùng 1,687 (chiếm tỷ lệ 69.79%) bảng câu hỏi hoàn tất được sử dụng. Dữ liệu được nhập và làm sạch thông qua phần mềm SPSS. Trong tổng số đáp viên, cơ cấu giới tính khá đồng đều khi có 55.7% người tham gia là nữ. Ngoài ra, sinh viên trả lời bảng hỏi khảo sát trong đó có 28% là sinh viên năm nhất, 24% là sinh viên năm thứ hai, 31% là sinh viên năm thứ ba và 17% là sinh viên năm thứ tư.

## **4. Kết quả nghiên cứu**

### **4.1. Thống kê mô tả**

Kết quả xác định mức độ tập trung và khoản biến thiên các thang đo trong mô hình nghiên cứu được thể hiện qua những giá trị: trung bình, độ lệch chuẩn (Phụ lục 2). Giá trị trung bình gần giá trị 4 (trên thang đo điểm từ 1 đến 5). Điều này phản ánh mức độ đồng thuận (lệch phải) của giá trị các thang đo của từng nhóm khái niệm. Còn độ lệch chuẩn - thước đo sự khác biệt của giá trị từng quan sát so với giá trị bình quân - cũng nằm trong khoảng từ 0.71 - 1.22. Như vậy, khoản biến thiên của các thang đo không lớn hay nói cách khác là giá trị khảo sát có tính ổn định.

### **4.2. Kết quả kiểm định sự khác biệt**

Những kết quả liên quan đến đánh giá sự khác biệt về nhận thức của sinh viên về chất lượng dịch vụ hỗ trợ giữa các trường căn cứ theo hai đặc điểm là loại hình trường (công lập, tư thục) và vùng địa lý (Bắc, Trung, Nam). Đối với việc so sánh mức độ hài lòng bình quân của các khái niệm của hai nhóm đặc điểm loại hình trường học, kiểm định trung bình hai mẫu độc lập (Independent samples t-tests) được áp dụng để đánh giá xem có hay không sự khác biệt về nhận thức của sinh viên giữa trường đại học công lập và trường đại học tư thục (Phụ lục 3).

Kết quả cho thấy có tồn tại sự khác biệt về mức độ hài lòng giữa hai loại hình trường đại học (công lập và tư thục) ở ba nhóm khái niệm về: Căng tin/Dịch vụ ăn uống (Sig = 0.007 < 0.05), Hoạt động ngoại khóa (Sig = 0.036 < 0.05) và Sự hài lòng chung của sinh viên (Sig = 0.008 < 0.05). So sánh giữa hai nhóm đối tượng này thì sinh viên tại các trường đại học loại hình tư thục có mức độ hài lòng bình quân cao hơn so với các sinh viên thuộc trường đại học công lập ở vấn đề về Căng tin/Dịch vụ ăn uống. Trong khi đó ở khía cạnh đánh giá về chất lượng của hoạt động ngoại khóa thì kết quả ngược lại, sinh viên các trường đại học công lập có mức độ hài lòng cao hơn so với sinh viên ở các trường đại học tư thục. Cuối cùng, sinh viên của các trường đại học tư thục có mức độ hài lòng chung đối với dịch vụ hỗ trợ cao hơn so với sinh viên của các trường đại học công lập.

Phương pháp phân tích phương sai (One-way Anova) được thực hiện nhằm đánh giá sự khác biệt về mức độ hài lòng của sinh viên ở từng thang đo thuộc mô hình nghiên cứu có tính đến đặc điểm phân biệt vùng miền (Miền Bắc, miền Trung và miền Nam) (Phụ lục 4). Kết quả kiểm định Levene cho ta thấy tất cả các thang đo trong mô hình nghiên cứu đều có ý nghĩa thống kê (Sig > 0.05) như vậy là không có sự khác biệt phương sai giữa các nhóm giá trị của biến vị trí địa lý. Dựa trên cơ sở này, chúng ta có thể tiếp tục thực hiện phân tích sâu với kiểm định Bonferroni (mức ý nghĩa 5%). Kết quả phân tích cho thấy có tồn tại sự khác biệt về mức độ hài lòng của sinh viên giữa các trường đại học thuộc vùng địa lý khác nhau (Sig. < 0.05). Về mức độ hài lòng bình

quân của 25 thang đo thì sinh viên tại các trường đại học khu vực miền Nam có sự hài lòng cao hơn so với sinh viên tại các trường đại học thuộc khu vực miền Trung và miền Bắc. Trong đó, sinh viên ở khu vực miền Bắc có mức độ hài lòng thấp nhất ở đa số thang đo thuộc mô hình nghiên cứu.

Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố thuộc dịch vụ thư viện (cung cấp dịch vụ đúng cam kết, tài liệu đáp ứng nhu cầu học tập nghiên cứu, không gian học tập lý tưởng, đáp ứng đủ trang thiết bị kết nối mạng) sẽ có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ hỗ trợ. Đối với trường đại học tư thục, sinh viên có mức độ hài lòng về dịch vụ thư viện cao hơn sinh viên tại các trường đại học công lập. Ngoài ra, mức độ hài lòng về dịch vụ thư viện giữa các trường đại học thuộc ba miền (Bắc, Trung, Nam) cũng có sự khác biệt. Trong đó, sinh viên tại các trường đại học ở khu vực phía Bắc có mức độ hài lòng cao hơn so với sinh viên tại hai khu vực còn lại. Các yếu tố thuộc về căng tin/dịch vụ ăn uống có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên, cụ thể như: thái độ nhân viên phục vụ, không gian phục vụ, sự đa dạng và vấn đề đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm. Kết quả kiểm định cho thấy đây là nhóm yếu tố cốt lõi có mức độ ảnh hưởng cao nhất đến sự hài lòng về dịch vụ hỗ trợ của sinh viên. Sinh viên tại các trường đại học tư thục, hoặc các trường đại học thuộc miền Trung có mức độ hài lòng cao hơn ở nhóm yếu tố này so với các đối tượng sinh viên khác.

Nhóm yếu tố thuộc dịch vụ hỗ trợ tài chính cũng được đánh giá là có ảnh hưởng tích cực đối với sự hài lòng của sinh viên. Nhóm yếu tố này có liên quan đến các nội dung như: đa dạng chính sách học bổng, chính sách học bổng phù hợp, dễ dàng tiếp cận, đúng và hoàn học phí dễ dàng. Mức độ ảnh hưởng của nhóm hỗ trợ tài chính có tầm quan trọng đứng thứ hai trong mô hình nghiên cứu. Khi thực hiện so sánh, mức độ ảnh hưởng của dịch vụ hỗ trợ tài chính đối với sự hài lòng của sinh viên tại các trường đại học công lập sẽ cao hơn so với trường đại học tư thục. Ngoài ra, mối quan hệ này cũng có giá trị cao nhất ở các trường đại học khu vực miền Nam so với các trường thuộc hai khu vực còn lại.

Hai nhóm yếu tố còn lại theo mô hình nghiên cứu là hỗ trợ từ phòng ban (dễ dàng tìm kiếm thông tin hỗ trợ, thái độ của nhân viên phòng ban, địa điểm liên hệ) và hoạt động ngoại khóa (đa dạng, bổ ích, trang thiết bị, cơ sở phục vụ, dễ dàng tiếp cận) đều có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ hỗ trợ. Ở loại hình trường học thì sinh viên tại trường đại học công lập hay tư thục đều không có sự khác biệt nhiều về mức độ hài lòng ở hai nhóm yếu tố này. Tuy nhiên khi xét đến yếu tố vùng địa lý, mối quan hệ giữa nhóm yếu tố sự hỗ trợ từ phòng ban đối với sự hài lòng của sinh viên không có ý nghĩa tại đối tượng là sinh viên thuộc các trường đại học miền Bắc. Tương tự, mối quan hệ giữa nhóm yếu tố hoạt động ngoại khóa đối với sự hài lòng của sinh viên không có ý nghĩa tại đối tượng là sinh viên thuộc các trường đại học miền Trung. Như vậy việc phân tích so sánh các đặc điểm đã nêu ra được kết quả khác biệt do sự ảnh hưởng của vùng miền đối với hai mối quan hệ này trong mô hình nghiên cứu.

## 5. Kết luận

Dịch vụ hỗ trợ là cơ sở góp phần giúp thu hút và duy trì mức độ hài lòng của sinh viên trong quá trình học tập tại trường. Tác giả tiến hành khảo sát để đánh giá về các thành phần của dịch vụ hỗ trợ của sinh viên. Các thành phần bao gồm: dịch vụ thư viện, căng tin/dịch vụ ăn uống, dịch vụ hỗ trợ tài chính, hỗ trợ từ phòng ban và hoạt động ngoại khóa. Khi so sánh giữa các loại hình trường đại học công lập và tư thục, dịch vụ thư viện và căng tin/dịch vụ ăn uống là thế mạnh của các trường đại học tư thục. Dịch vụ ngoại khóa tại các trường đại học công lập được sinh viên đánh giá cao hơn, còn hỗ trợ tài chính và phòng ban thì không có sự khác biệt nhiều giữa hai loại hình trường học. Khi xét đến các đặc điểm về khu vực địa lý, sự khác biệt trong đánh giá các thành phần của thang đo nghiên cứu chủ yếu tập trung ở dịch vụ thư viện, căng tin/dịch vụ ăn uống và

hỗ trợ tài chính. Kết quả nghiên cứu cũng là cơ sở tham khảo dành cho các cấp lãnh đạo tại các trường đại học để cải thiện chất lượng cung cấp dịch vụ hỗ trợ cho sinh viên qua đó nâng cao lợi thế cạnh tranh tại các trường đại học trong bối cảnh hiện nay.

## LỜI CẢM ƠN

Kết quả nghiên cứu này là một phần trong đề tài nghiên cứu do Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh tài trợ (mã số: T2019.14.3).

## Tài liệu tham khảo

- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Astin, A. (1993). *What matters in college? Four critical years revisited*. San Francisco, CA: Jossey Bass.
- Asubonteng, P., McCleary, K., & Swan, J. (1996). SERVQUAL revisited: A critical review of service quality. *The Journal of Service Marketing*, 10(6), 62-81.
- Benedict, E. M., Hans, S., & Van Trijp, C. M. (1991). The use of lisrel in validating marketing constructs. *International Journal of Research in Marketing*, 8(4), 283-299.
- Brady, M. (2002). Performance only measurement of service quality: A replication and extension. *Journal of Business Research*, 55(1), 17-31.
- Brochado, A. (2009). Comparing alternative instruments to measure service quality in higher education. *Quality Assurance in Education*, 17(2), 174-190.
- Churchill, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73.
- De Jager, J., & Gbadamosi, G. (2013). Predicting students' satisfaction through service quality in higher education. *The International Journal of Management Education*, 11(3), 107-118.
- Edvardsson, B., Thomasson, B., & Ovreteit, J. (1994). *Quality of service*. Philadelphia, PA: McGraw Hill.
- Elliot, K. M., & Healy, M. A. (2001). Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention. *Journal of Marketing for Higher Education*, 10(4), 1-11.
- Feigenbaum, A. V. (1991). *Total quality control*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Gronroos, C. A. (1984). Service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Hair, J. F., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2009). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Hoboken, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Hemsley-Brown, J., & Oplatka, I. (2006). Universities in a competitive global marketplace. *International Journal of Public Sector Management*, 19(4), 316-338.
- Hoang, P., Bui, V. K., Chu, T. B., Dao, T., Hoang, T., Hoang, H. V., ... Vuong, L. (2003). *Vietnamese dictionary*. Da Nang, Vietnam: NXB Đà Nẵng.
- Hulland, J., You, H. C., & Shunyin L. (1996). Use of causal models in marketing research: A review. *International Journal of Research in Marketing*, 13(2), 181-197.

- Ivy, J. (2008). A new higher education marketing mix: The 7 P's for MBA marketing. *International Journal of Educational Management*, 22(4), 288-299.
- Joreskog, K. G., & Sorbom D. (1984). *Lisrel Vi: Analysis of linear structural relationships by maximum likelihood, instrumental variables, and least squares methods*. Mooresville, NC: Scientific Software.
- Kane, D., Williams J., & Cappuccini-Ansfield, G. (2008). Student satisfaction surveys: The value in taking an historical perspective. *Quality in Higher Education*, 14(2), 135-155.
- Khan, H., & Matley, H. (2009). Implementing service excellence in higher education. *Education and Training*, 51(8/9), 769-780.
- Lee, J., Lee, J., & Feick, L. (2011). The Impact of switching costs on the customer satisfaction loyalty link: Mobile phone service in France. *The Journal of Services Marketing*, 15(1), 35-48
- Lewis, B., & Mitchell, V. (1990). Defining and measuring the quality of customer. *Marketing Intelligence & Planning*, 8(6), 11-17.
- Moogan, Y. J., Baron, S., & Bainbridge, S. (2001). Timings and trade-offs in the marketing of higher education courses: A conjoint approach. *Marketing Intelligence & Planning*, 19(3), 179-187.
- Moore, J. L., & Constantine, M. G. (2005). Development and initial validation of the collectivistic coping styles measure with African, Asian, and Latin American international students. *Journal of Mental Health Counseling*, 27(4), 329-347.
- Munteanu, C., Ceobanu, C., Bobalca, C., & Anton, O. (2010). An analyses of customer satisfaction in a higher education context. *International Journal of Public Sector Management*, 23(2), 124-140.
- Muthen, B., & Kaplan, D. (1985). A comparison of some methodologies for the factor analysis of non-normal Likert variable. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 38(2), 171-189.
- Nguyen, T. D., & Nguyen, T. T. M. (2003). *Marketing principles*. Ho Chi Minh City Vietnam: NXB Đại học Quốc Gia TP.HCM.
- Nicolescu, L. (2009). Applying marketing to higher education: Scope and limits. *Management & Marketing*, 4(2), 35-44.
- Levitz, R. N. (2019). *2019 National student satisfaction and priorities report*. Truy cập ngày 10/05/2021 tại [https://learn.ruffalonl.com/rs/395-EOG-977/images/2019\\_National\\_Student\\_Satisfaction\\_Report\\_RNL-005.pdf](https://learn.ruffalonl.com/rs/395-EOG-977/images/2019_National_Student_Satisfaction_Report_RNL-005.pdf)
- Nunnally, J. C. (1994). The assessment of reliability. *Psychometric Theory*, 3(1), 248-292.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.

- Park, D., & Mi, S. (2015). *Services, characteristics, and definitions*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Pham, L. T. (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 [Training service quality and learner satisfaction: The case of University of Economics, Vietnam National University, Hanoi]. *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Kinh tế và Kinh doanh*, 32(4), 81-89.
- Pham, P. T. L., & Pham, H. T. (2019). Student satisfaction of service quality at universities in Ho Chi Minh city. *Ho Chi Minh University of Education - Journal of science*, 16(4), 101-103.
- Russell, D. W. (2002). In search of underlying dimensions: The use (and abuse) of factor analysis in personality and social psychology bulletin. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(1), 1629-1646.
- Senthilkumar, N., & Arulraj, A. (2011). SQM-HEI-determination of service quality measurement of higher education in India. *Journal of Modelling in Management*, 6(1), 60-78.
- Shah, R., & Goldstein, S. M. (2006). Use of structural equation modeling in operations management research: Looking back and forward. *Journal of Operations Management*, 24(2), 148-169.
- Telford, R., & Masson, R. (2005). The congruence of quality values in higher education. *Quality Assurance in Education*, 13(2), 107-119.
- UNESCO. (2009). *Student affairs and services in higher education: Global foundations, issues and best practices*. World Heritage Centre, Paris: UNESCO.
- Weerasinghe, I., & Fernando, R. L. (2017). Students' satisfaction in higher education. *American Journal of Educational Research*, 5(5), 533-539.
- Wiers-Jenssen, J., Stensaker, B., & Groggaard, J. B. (2002) Student satisfaction: Towards an empirical deconstruction of the concept. *Quality in Higher Education*, 8(2), 183-195.
- Wisniewski, M. (2001). Using SERVQUAL to assess customer satisfaction with public sector services. *Managing Service Quality*, 11(6), 380-388.
- Wright, C., & O'Neil, M. (2002). Service quality evaluation in the higher education sector: An empirical investigation of students' perceptions. *Higher Education Research & Development*, 21(1), 23-39.
- Yeo, R. K. (2008). Brewing service quality in higher education. *Quality Assurance in Education*, 16(3), 266-286.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2000), *Services marketing: Integrating customer focus across the firm*. New York, NY: McGraw-Hill.

## PHỤ LỤC NGHIÊN CỨU

### Phụ lục 1. Thông tin Trường tham gia nghiên cứu

Tên trường	Loại hình trường	Khu vực	Số lượng và tỷ lệ tham gia khảo sát
Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh	Công lập	Miền Nam	251 (15%)
Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh	Công lập	Miền Nam	184 (11%)
Trường Đại học Hoa Sen	Tư thực	Miền Nam	201 (12%)
Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng	Tư thực	Miền Nam	134 (8%)
Trường Đại học FPT Đà Nẵng	Tư thực	Miền Trung	134 (8%)
Trường Đại học Đà Lạt	Công lập	Miền Trung	168 (10%)
Trường Đại học Nha Trang	Công lập	Miền Trung	168 (10%)
Trường Đại học Thái Bình Dương	Tư thực	Miền Trung	101 (6%)
Trường Đại học Thăng Long	Tư thực	Miền Bắc	168 (10%)
Trường Đại học Mở Hà Nội	Công lập	Miền Bắc	168 (10%)

### Phụ lục 2. Giá trị trung bình và độ lệch chuẩn của các thang đo trong mô hình

Nhóm khái niệm		Mean	SD	Nhóm khái niệm		Mean	SD
Dịch vụ thư viện	TV1	4.08	0.83	Sự hỗ trợ từ phòng ban	PB1	4.09	0.85
	TV2	4.05	0.86		PB2	4.10	0.89
	TV3	4.35	0.78		PB3	4.08	0.83
	TV4	4.34	0.80		PB4	4.08	0.80
	TV5	4.24	0.80		PB5	4.11	0.80
Nhóm khái niệm		Mean	SD	Nhóm khái niệm		Mean	SD
Căng tin/Dịch vụ ăn uống	CT1	4.06	0.81	Hoạt động ngoại khóa	NK1	3.47	0.84
	CT2	4.33	0.76		NK2	4.09	0.90
	CT3	4.35	0.73		NK3	3.69	0.84
	CT4	4.31	0.71		NK4	4.21	0.90
	CT5	3.56	0.94		NK5	4.04	0.87
Nhóm khái niệm		Mean	SD	Nhóm khái niệm		Mean	SD
Hỗ trợ tài chính	TC1	4.31	0.77	Sự hài lòng của sinh viên	HL1	4.08	0.80
	TC2	4.18	0.85		HL2	4.15	0.83
	TC3	4.03	0.88		HL3	4.12	0.85
	TC4	3.92	1.22		HL4	3.84	0.90
	TC5	4.22	0.88		HL5	4.00	0.83

**Phụ lục 3.** Kết quả so sánh giữa loại hình trường đại học công lập và tư thực

	Công lập		Tư thực		Levene's test for equality of variances		t-test for equality of means	
	Mean	SD	Mean	SD	F	Sig	t	Sig (2-tailed)
Dịch vụ thư viện	4.22	0.84	4.21	0.79	.37	.529	-.268	.767
Căng tin/Dịch vụ ăn uống	4.12	0.79	4.39	0.86	1.26	.615	-1.022	<b>.007</b>
Hỗ trợ tài chính	4.13	0.32	4.09	0.41	1.02	.261	1.121	.259
Sự hỗ trợ từ phòng ban	4.1	0.83	4.08	0.77	2.11	.132	-.615	.892
Hoạt động ngoại khóa	3.96	0.87	3.72	0.79	.28	.655	.187	<b>.036</b>
Sự hài lòng của sinh viên	4.04	0.84	4.28	0.92	.06	.851	2.065	<b>.008</b>

N = 1687, n (công lập) = 939, n (tư thực) = 748.

**Phụ lục 4.** Kết quả so sánh giữa vùng miền

Multiple Comparisons							
Bonferroni							
Dependent Variable	(I) Vùng địa lý	(J) Vùng địa lý	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
TV1: Thư viện cung cấp các dịch vụ đúng cam kết	Miền Bắc	Miền Trung	-.00081	.05993	1.000	-.1444	.1428
		Miền Nam	-.19099*	.05685	.002	-.3272	-.0548
	Miền Trung	Miền Bắc	.00081	.05993	1.000	-.1428	.1444
		Miền Nam	-.19017*	.04800	.000	-.3052	-.0751
	Miền Nam	Miền Bắc	.19099*	.05685	.002	.0548	.3272
		Miền Trung	.19017*	.04800	.000	.0751	.3052
TV2: Thư viện có đủ tài liệu cho nhu cầu học tập, nghiên cứu	Miền Bắc	Miền Trung	-.03399	.05967	1.000	-.1770	.1090
		Miền Nam	-.20254*	.05660	.001	-.3382	-.0669
	Miền Trung	Miền Bắc	.03399	.05967	1.000	-.1090	.1770
		Miền Nam	-.16855*	.04779	.001	-.2831	-.0540
	Miền Nam	Miền Bắc	.20254*	.05660	.001	.0669	.3382
		Miền Trung	.16855*	.04779	.001	.0540	.2831
TV3: Nhân viên thư viện cung ứng dịch vụ nhanh chóng, giải đáp thắc mắc đúng hẹn	Miền Bắc	Miền Trung	-.05429	.05872	1.000	-.1950	.0864
		Miền Nam	-.18282*	.05570	.003	-.3163	-.0494
	Miền Trung	Miền Bắc	.05429	.05872	1.000	-.0864	.1950
		Miền Nam	-.12853*	.04703	.019	-.2412	-.0158
	Miền Nam	Miền Bắc	.18282*	.05570	.003	.0494	.3163
		Miền Trung	.12853*	.04703	.019	.0158	.2412

Multiple Comparisons							
Bonferroni							
Dependent Variable	(I) Vùng địa lý	(J) Vùng địa lý	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
TV4: Thư viện có nhiều không gian học tập, là nơi học tập lí tưởng cho sinh viên	Miền Bắc	Miền Trung	-.02751	.05918	1.000	-.1693	.1143
		Miền Nam	-.23542*	.05614	.000	-.3700	-.1009
	Miền Trung	Miền Bắc	.02751	.05918	1.000	-.1143	.1693
		Miền Nam	-.20791*	.04740	.000	-.3215	-.0943
	Miền Nam	Miền Bắc	.23542*	.05614	.000	.1009	.3700
		Miền Trung	.20791*	.04740	.000	.0943	.3215
TV5: Thư viện trang bị đủ máy vi tính được kết nối mạng, dễ dàng sử dụng	Miền Bắc	Miền Trung	-.05169	.05917	1.000	-.1935	.0901
		Miền Nam	-.23324*	.05613	.000	-.3678	-.0987
	Miền Trung	Miền Bắc	.05169	.05917	1.000	-.0901	.1935
		Miền Nam	-.18155*	.04740	.000	-.2951	-.0680
	Miền Nam	Miền Bắc	.23324*	.05613	.000	.0987	.3678
		Miền Trung	.18155*	.04740	.000	.0680	.2951
CT1: Địa điểm phục vụ ăn uống thuận tiện	Miền Bắc	Miền Trung	-.06084	.05964	.923	-.2038	.0821
		Miền Nam	-.17012*	.05657	.008	-.3057	-.0346
	Miền Trung	Miền Bắc	.06084	.05964	.923	-.0821	.2038
		Miền Nam	-.10928	.04777	.067	-.2237	.0052
	Miền Nam	Miền Bắc	.17012*	.05657	.008	.0346	.3057
		Miền Trung	.10928	.04777	.067	-.0052	.2237
CT2: Nhân viên phục vụ vui vẻ, nhiệt tình	Miền Bắc	Miền Trung	-.01391	.05807	1.000	-.1531	.1252
		Miền Nam	-.18479*	.05508	.002	-.3168	-.0528
	Miền Trung	Miền Bắc	.01391	.05807	1.000	-.1252	.1531
		Miền Nam	-.17088*	.04651	.001	-.2823	-.0594
	Miền Nam	Miền Bắc	.18479*	.05508	.002	.0528	.3168
		Miền Trung	.17088*	.04651	.001	.0594	.2823
CT3: Chỗ ngồi đủ, không gian thoải mái	Miền Bắc	Miền Trung	.01808	.05748	1.000	-.1197	.1558
		Miền Nam	-.16153*	.05453	.009	-.2922	-.0309
	Miền Trung	Miền Bắc	-.01808	.05748	1.000	-.1558	.1197
		Miền Nam	-.17961*	.04604	.000	-.2899	-.0693
	Miền Nam	Miền Bắc	.16153*	.05453	.009	.0309	.2922
		Miền Trung	.17961*	.04604	.000	.0693	.2899
CT4: Đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm	Miền Bắc	Miền Trung	-.01466	.05809	1.000	-.1539	.1245
		Miền Nam	-.15074*	.05510	.019	-.2828	-.0187
	Miền Trung	Miền Bắc	.01466	.05809	1.000	-.1245	.1539

Multiple Comparisons							
Bonferroni							
Dependent Variable	(I) Vùng địa lý	(J) Vùng địa lý	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
CT5: Thức ăn, đồ uống đa dạng	Miền Nam	Miền Nam	-.13608*	.04653	.010	-.2476	-.0246
		Miền Bắc	.15074*	.05510	.019	.0187	.2828
	Miền Trung	Miền Bắc	.13608*	.04653	.010	.0246	.2476
		Miền Nam	.01006	.05754	1.000	-.1278	.1479
	Miền Bắc	Miền Nam	-.12388	.05458	.070	-.2547	.0069
		Miền Trung	-.01006	.05754	1.000	-.1479	.1278
TC1: Nhà trường có đa dạng chính sách học bổng	Miền Trung	Miền Bắc	-.13394*	.04608	.011	-.2444	-.0235
		Miền Nam	.12388	.05458	.070	-.0069	.2547
	Miền Bắc	Miền Trung	.13394*	.04608	.011	.0235	.2444
		Miền Nam	-.01635	.05800	1.000	-.1554	.1226
	Miền Nam	Miền Bắc	-.18050*	.05502	.003	-.3124	-.0486
		Miền Trung	.01635	.05800	1.000	-.1226	.1554
TC2: Chính sách học bổng của trường phù hợp với sinh viên	Miền Trung	Miền Bắc	-.16415*	.04646	.001	-.2755	-.0528
		Miền Nam	.16415*	.04646	.001	.0528	.2755
	Miền Bắc	Miền Trung	-.01451	.05771	1.000	-.1528	.1238
		Miền Nam	-.10596	.05474	.159	-.2371	.0252
	Miền Trung	Miền Bắc	.01451	.05771	1.000	-.1238	.1528
		Miền Nam	-.09145	.04622	.144	-.2022	.0193
TC3: Sinh viên dễ dàng nhận học bổng của trường	Miền Nam	Miền Bắc	.10596	.05474	.159	-.0252	.2371
		Miền Trung	.09145	.04622	.144	-.0193	.2022
	Miền Bắc	Miền Trung	-.04185	.05893	1.000	-.1831	.0994
		Miền Nam	-.13932*	.05590	.038	-.2733	-.0054
	Miền Trung	Miền Bắc	.04185	.05893	1.000	-.0994	.1831
		Miền Nam	-.09747	.04720	.117	-.2106	.0157
TC4: Việc đóng học phí rất dễ dàng	Miền Nam	Miền Bắc	.13932*	.05590	.038	.0054	.2733
		Miền Trung	.09747	.04720	.117	-.0157	.2106
	Miền Bắc	Miền Trung	-.05602	.05716	.982	-.1930	.0810
		Miền Nam	-.18351*	.05422	.002	-.3134	-.0536
	Miền Trung	Miền Bắc	.05602	.05716	.982	-.0810	.1930
		Miền Nam	-.12750*	.04578	.016	-.2372	-.0178
Miền Nam	Miền Bắc	.18351*	.05422	.002	.0536	.3134	
	Miền Trung	.12750*	.04578	.016	.0178	.2372	

Multiple Comparisons							
Bonferroni							
Dependent Variable	(I) Vùng địa lý	(J) Vùng địa lý	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
TC5: Việc nhận hoàn học phí từ nhà trường dễ dàng	Miền Bắc	Miền Trung	-.02130	.05654	1.000	-.1568	.1142
		Miền Nam	-.16264*	.05363	.007	-.2912	-.0341
	Miền Trung	Miền Bắc	.02130	.05654	1.000	-.1142	.1568
		Miền Nam	-.14134*	.04529	.005	-.2499	-.0328
	Miền Nam	Miền Bắc	.16264*	.05363	.007	.0341	.2912
		Miền Trung	.14134*	.04529	.005	.0328	.2499
PB1: Dễ dàng trong việc tìm kiếm thông tin khi cần hỗ trợ	Miền Bắc	Miền Trung	-.00558	.05541	1.000	-.1384	.1272
		Miền Nam	-.16489*	.05256	.005	-.2909	-.0389
	Miền Trung	Miền Bắc	.00558	.05541	1.000	-.1272	.1384
		Miền Nam	-.15931*	.04438	.001	-.2657	-.0530
	Miền Nam	Miền Bắc	.16489*	.05256	.005	.0389	.2909
		Miền Trung	.15931*	.04438	.001	.0530	.2657
PB2: Công tác hỗ trợ được thực hiện nhanh chóng	Miền Bắc	Miền Trung	.01457	.05763	1.000	-.1235	.1527
		Miền Nam	-.10648	.05467	.155	-.2375	.0245
	Miền Trung	Miền Bắc	-.01457	.05763	1.000	-.1527	.1235
		Miền Nam	-.12104*	.04616	.026	-.2317	-.0104
	Miền Nam	Miền Bắc	.10648	.05467	.155	-.0245	.2375
		Miền Trung	.12104*	.04616	.026	.0104	.2317
PB3: Nhân viên hỗ trợ nhiệt tình, lịch sự	Miền Bắc	Miền Trung	.02180	.05624	1.000	-.1130	.1566
		Miền Nam	-.11194	.05335	.108	-.2398	.0159
	Miền Trung	Miền Bắc	-.02180	.05624	1.000	-.1566	.1130
		Miền Nam	-.13375*	.04505	.009	-.2417	-.0258
	Miền Nam	Miền Bắc	.11194	.05335	.108	-.0159	.2398
		Miền Trung	.13375*	.04505	.009	.0258	.2417
PB4: Nhân viên hỗ trợ giải đáp được các thắc mắc (hoặc vấn đề) của sinh viên	Miền Bắc	Miền Trung	.00157	.05844	1.000	-.1385	.1416
		Miền Nam	-.11046	.05544	.139	-.2433	.0224
	Miền Trung	Miền Bắc	-.00157	.05844	1.000	-.1416	.1385
		Miền Nam	-.11202	.04681	.050	-.2242	.0001
	Miền Nam	Miền Bắc	.11046	.05544	.139	-.0224	.2433
		Miền Trung	.11202	.04681	.050	-.0001	.2242
PB5: Địa điểm liên hệ hỗ trợ thuận tiện	Miền Bắc	Miền Trung	.04969	.05794	1.000	-.0892	.1885
		Miền Nam	-.01775	.05496	1.000	-.1495	.1140
	Miền Trung	Miền Bắc	-.04969	.05794	1.000	-.1885	.0892

Multiple Comparisons								
Bonferroni								
Dependent Variable	(I) Vùng địa lý	(J) Vùng địa lý	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
		Miền Nam	-.06744	.04641	.439	-.1786	.0438	
		Miền Nam						
	Miền Nam	Miền Bắc	.01775	.05496	1.000	-.1140	.1495	
		Miền Trung	.06744	.04641	.439	-.0438	.1786	
	NK1: Hoạt động ngoại khóa tại trường đa dạng, nhiều lựa chọn	Miền Bắc	Miền Trung	-.01751	.05984	1.000	-.1609	.1259
			Miền Nam	-.03526	.05677	1.000	-.1713	.1008
Miền Trung		Miền Bắc	.01751	.05984	1.000	-.1259	.1609	
		Miền Nam	-.01775	.04793	1.000	-.1326	.0971	
Miền Nam		Miền Bắc	.03526	.05677	1.000	-.1008	.1713	
		Miền Trung	.01775	.04793	1.000	-.0971	.1326	
NK2: Hoạt động ngoại khóa bổ ích và hiệu quả	Miền Bắc	Miền Trung	-.00154	.05649	1.000	-.1369	.1338	
		Miền Nam	-.12049	.05359	.074	-.2489	.0079	
	Miền Trung	Miền Bắc	.00154	.05649	1.000	-.1338	.1369	
		Miền Nam	-.11896*	.04525	.026	-.2274	-.0105	
	Miền Nam	Miền Bắc	.12049	.05359	.074	-.0079	.2489	
		Miền Trung	.11896*	.04525	.026	.0105	.2274	
NK3: Trang thiết bị phục vụ hoạt động ngoại khóa đáp ứng được nhu cầu sinh viên	Miền Bắc	Miền Trung	.04969	.05794	1.000	-.0892	.1885	
		Miền Nam	-.01775	.05496	1.000	-.1495	.1140	
	Miền Trung	Miền Bắc	-.04969	.05794	1.000	-.1885	.0892	
		Miền Nam	-.06744	.04641	.439	-.1786	.0438	
	Miền Nam	Miền Bắc	.01775	.05496	1.000	-.1140	.1495	
		Miền Trung	.06744	.04641	.439	-.0438	.1786	
NK4: Dễ dàng tham gia các hoạt động ngoại khóa của nhà trường	Miền Bắc	Miền Trung	-.01751	.05984	1.000	-.1609	.1259	
		Miền Nam	-.03526	.05677	1.000	-.1713	.1008	
	Miền Trung	Miền Bắc	.01751	.05984	1.000	-.1259	.1609	
		Miền Nam	-.01775	.04793	1.000	-.1326	.0971	
	Miền Nam	Miền Bắc	.03526	.05677	1.000	-.1008	.1713	
		Miền Trung	.01775	.04793	1.000	-.0971	.1326	
NK5: Sân trường (hoặc cơ sở) thuận tiện tổ chức hoạt động ngoại khóa	Miền Bắc	Miền Trung	-.00154	.05649	1.000	-.1369	.1338	
		Miền Nam	-.12049	.05359	.074	-.2489	.0079	
	Miền Trung	Miền Bắc	.00154	.05649	1.000	-.1338	.1369	
		Miền Nam	-.11896*	.04525	.026	-.2274	-.0105	
	Miền Nam	Miền Bắc	.12049	.05359	.074	-.0079	.2489	
		Miền Trung	.11896*	.04525	.026	.0105	.2274	

Multiple Comparisons							
Bonferroni							
Dependent Variable	(I) Vùng địa lý	(J) Vùng địa lý	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
HL1: Tôi hài lòng với dịch vụ thư viện của trường	Miền Bắc	Miền Trung	-.00558	.05541	1.000	-.1384	.1272
		Miền Nam	-.16489*	.05256	.005	-.2909	-.0389
	Miền Trung	Miền Bắc	.00558	.05541	1.000	-.1272	.1384
		Miền Nam	-.15931*	.04438	.001	-.2657	-.0530
	Miền Nam	Miền Bắc	.16489*	.05256	.005	.0389	.2909
		Miền Trung	.15931*	.04438	.001	.0530	.2657
HL2: Tôi hài lòng với căng tin/dịch vụ ăn uống tại trường	Miền Bắc	Miền Trung	.01457	.05763	1.000	-.1235	.1527
		Miền Nam	-.10648	.05467	.155	-.2375	.0245
	Miền Trung	Miền Bắc	-.01457	.05763	1.000	-.1527	.1235
		Miền Nam	-.12104*	.04616	.026	-.2317	-.0104
	Miền Nam	Miền Bắc	.10648	.05467	.155	-.0245	.2375
		Miền Trung	.12104*	.04616	.026	.0104	.2317
HL3: Tôi hài lòng với dịch vụ hỗ trợ tài chính của trường	Miền Bắc	Miền Trung	.02180	.05624	1.000	-.1130	.1566
		Miền Nam	-.11194	.05335	.108	-.2398	.0159
	Miền Trung	Miền Bắc	-.02180	.05624	1.000	-.1566	.1130
		Miền Nam	-.13375*	.04505	.009	-.2417	-.0258
	Miền Nam	Miền Bắc	.11194	.05335	.108	-.0159	.2398
		Miền Trung	.13375*	.04505	.009	.0258	.2417
HL4: Tôi hài lòng với dịch vụ hỗ trợ từ phong ban của trường	Miền Bắc	Miền Trung	.00157	.05844	1.000	-.1385	.1416
		Miền Nam	-.11046	.05544	.139	-.2433	.0224
	Miền Trung	Miền Bắc	-.00157	.05844	1.000	-.1416	.1385
		Miền Nam	-.11202	.04681	.050	-.2242	.0001
	Miền Nam	Miền Bắc	.11046	.05544	.139	-.0224	.2433
		Miền Trung	.11202	.04681	.050	-.0001	.2242
HL5: Tôi hài lòng với hoạt động ngoại khóa của trường	Miền Bắc	Miền Trung	.04969	.05794	1.000	-.0892	.1885
		Miền Nam	-.01775	.05496	1.000	-.1495	.1140
	Miền Trung	Miền Bắc	-.04969	.05794	1.000	-.1885	.0892
		Miền Nam	-.06744	.04641	.439	-.1786	.0438
	Miền Nam	Miền Bắc	.01775	.05496	1.000	-.1140	.1495
		Miền Trung	.06744	.04641	.439	-.0438	.1786

