



TẠP CHÍ KHOA HỌC
PHÁT TRIỂN
NHÂN LỰC

SCIENTIFIC JOURNAL OF
HUMAN RESOURCE
DEVELOPMENT

HOCHIMINH CITY CADRE ACADEMY

02⁽¹⁶⁾

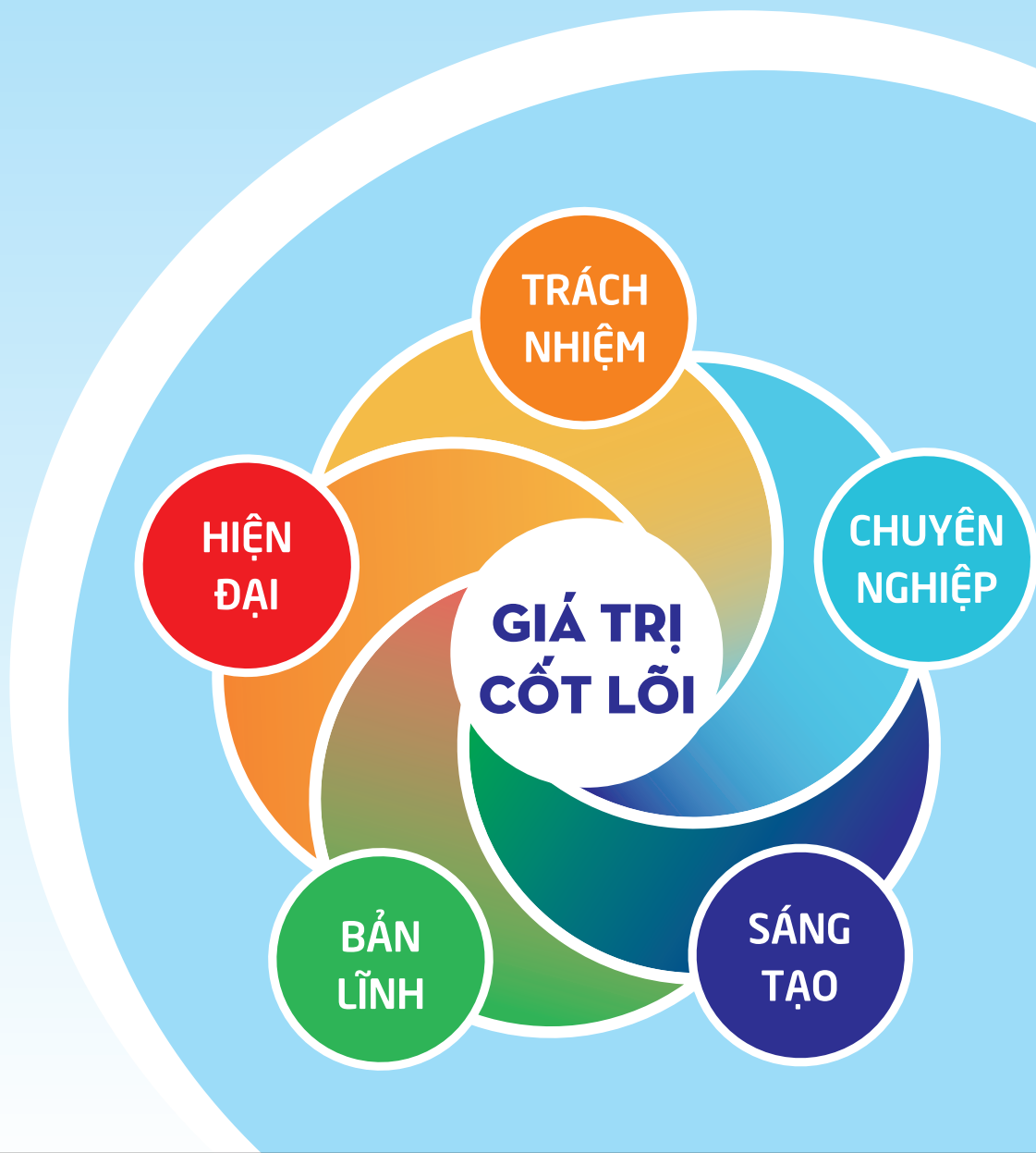
2024

TÂM NHÌN

Học viện là trung tâm đào tạo, bồi dưỡng lãnh đạo cao cấp của Thành phố Hồ Chí Minh góp phần kiến tạo phát triển đất nước và là trường chính trị đạt chuẩn quốc gia.

SỨ MẠNG

Học viện là đơn vị nòng cốt tham gia Chương trình nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; chủ lực tham gia nghiên cứu khoa học, cung cấp cơ sở lý luận, tổng kết thực tiễn, đề xuất về định hướng, chiến lược, chính sách phát triển và là nơi cung cấp những nhà lãnh đạo quản lý ưu tú cho Thành phố Hồ Chí Minh.



Tổng biên tập

TS. Đoàn Nguyễn Thùy Trang

Hội đồng biên tập

PGS.TS. Nguyễn Tấn Phát

(Chủ tịch)

PGS.TS. Nguyễn Văn Y

(Phó Chủ tịch)

TS. Bùi Thị Ngọc Trang

(Phó Chủ tịch)

PGS.TS. Nguyễn Duy Bắc

PGS.TS. Nguyễn Minh Tuấn

PGS.TS. Vũ Tinh

PGS.TS. Vũ Thanh Sơn

PGS.TS. Trần Hoàng Ngân

TS. Bùi Ngọc Hiến

TS. Phan Hải Hồ

TS. Trần Thị Hà Vân

TS. Lê Thị Hồng Hà

TS. Phạm Ngọc Lợi

TS. Trần Tuấn Duy

TS. Đoàn Nguyễn Thùy Trang

TS. Lê Thị Trúc Anh

Giấy phép xuất bản

SỐ 551/GP-BTTTT do

Bộ Thông tin và Truyền thông

cấp ngày 26/11/2020, khổ 19 x 27cm

In tại Công ty TNHH Thiết Kế In Ấn

Phạm Hiến (57 Đường 35,

P. Bình Trưng Tây, TP. Thủ Đức)

Giá: 150.000đ**MỤC LỤC**

TS. Trần Thị Hà Vân	Bác bỏ luận điệu xuyên tạc, chống phá công tác phòng, chống tham nhũng, tiêu cực ở Việt Nam	5
TS. Lê Thị Trúc Anh	Đấu tranh chống các luận điệu sai trái, xuyên tạc bản sắc “ngoại giao cây tre” và đường lối ngoại giao của Đảng và Nhà nước Việt Nam hiện nay	14
ThS. Nguyễn Thị Thu	Những sáng tạo của Hồ Chí Minh trong vận dụng “chính sách kinh tế mới” (NEP) của V.I. Lênin vào Việt Nam	25
TS. Lê Thị Kim Huệ, Phan Thiên Nhung, Nguyễn Thị Hoài Thương, Vy Thị Nguyệt	Phát triển năng lực tự học cho sinh viên tại Học viện Ngân hàng - Phân viện Phú Yên	34
ThS. Nguyễn Thị Thanh Thủy	Phát huy vai trò giám sát của Hội đồng nhân dân đối với chính sách dân tộc tại tỉnh Đắk Nông	46
TS. Nguyễn Trần Như Khuê	Quyền kháng cáo của bị cáo đối với bản án, quyết định sơ thẩm	56
ThS. Lý Ngọc Yến Nhi, Nguyễn Thị Tường Vi, Phạm Yến Linh, Phạm Hoàng Bảo Vy, Phạm Nguyễn Ngọc Thư	Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ hỗ trợ học tập tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh	64
ThS. Châu Minh Tuấn	Thực trạng phát triển làng nghề kết hợp du lịch trên địa bàn tỉnh Trà Vinh	83
ThS. Đinh Hoài Phúc, ThS. Ngô Đức Hồng	Xây dựng đội ngũ cán bộ, công chức người dân tộc thiểu số ở tỉnh Sóc Trăng đáp ứng yêu cầu, nhiệm vụ trong tình hình mới	97
ThS. Bùi Thế Nam, Ngô Xuân Lộc	Pháp luật về cho vay tiêu dùng và thực tiễn áp dụng tại các ngân hàng thương mại tại Việt Nam	110

SCIENTIFIC JOURNAL OF HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT

p-ISSN 3030-4288

No.02 (16) 2024

JUNE/2024

Head office: 324 Chu Van An St., W.12,
Binh Thanh Dist, Ho Chi Minh City
Tel: 0907 232 931
Email: tapchi@hcmca.edu.vn

Editor - In - Chief

PhD. Doan Nguyen Thuy Trang

Editorial Council

Assoc.Prof.PhD. Nguyen Tan Phat

(Chairman)

Assoc.Prof.PhD. Nguyen Van Y

(Vice chairman)

PhD. Bui Thi Ngoc Trang

(Vice chairman)

Assoc.Prof.PhD. Nguyen Duy Bac

Assoc.Prof.PhD. Nguyen Minh Tuan

Assoc.Prof.PhD. Vu Tinh

Assoc.Prof. PhD. Vu Thanh Son

Assoc.Prof.PhD. Tran Hoang Ngan

PhD. Bui Ngoc Hien

PhD. Phan Hai Ho

PhD. Tran Thi Ha Van

PhD. Le Thi Hong Ha

PhD. Pham Ngoc Loi

PhD. Tran Tuan Duy

PhD. Doan Nguyen Thuy Trang

PhD. Le Thi Truc Anh

Issue license

No 551/GP - BTTTT, issued

on 26 November 2020

by Ministry of Information and Media

Printed at:

Pham Hien Printing Design Co., Ltd

(57 street 35, ward Binh Trung Tay,

Thu Duc city)

Price: 150.000 VND

CONTENTS

- PhD. Tran Thi Ha Van** Repudiating the distortions and sabotage of the work of preventing corruption and negativism in Vietnam5
- PhD. Le Thi Truc Anh** Fighting against wrong arguments and distortions of the identity of "Bamboo Diplomacy" and diplomatic path of the Party and State of Vietnam today14
- MA. Nguyen Thi Thu** Ho Chi Minh's creativity and innovations applying "new economic policy" (NEP) by V.I.Lenin to Vietnam's reality25
- PhD. Le Thi Kim Hue, Phan Thien Nhung, Nguyen Thi Hoai Thuong, Vy Thi Nguyet** Developing self-study capability for students at Banking Academy - Phu Yen Campus34
- MA. Nguyen Thi Thanh Thuy** Promoting the supervisory role of the People's Council in ethnic policies in Đắk Nông province46
- PhD. Nguyen Tran Nhu Khue** The defendant's right to appealing against the verdict and decision by the court of first instance56
- MA. Ly Ngoc Yen Nhi, Nguyen Thi Tuong Vi, Pham Yen Linh, Pham Hoang Bao Vy, Pham Nguyen Ngoc Thu** Factors affecting student satisfaction of academic support services at universities in Ho Chi Minh City64
- MA. Chau Minh Tuan** Current situation of developing traditional craft villages in parallel with tourism in Tra Vinh province83
- MA. Dinh Hoai Phuc, MA. Ngo Duc Hong** Building a team of cadres and civil servants from ethnic minorities in Soc Trang province to meet the requirements and tasks posed in the new stage97
- MA. Bui The Nam, Ngo Xuan Loc** Law on consumer lending and the practice of application at commercial banks in Vietnam110

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN ĐỐI VỚI DỊCH VỤ HỖ TRỢ HỌC TẬP TẠI CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC Ở THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Ngày nhận bài: 18/5/2024; ngày nhận lại bài: 26/5/2024; ngày duyệt đăng: 10/6/2024

LÝ NGỌC YẾN NHI (*)

NGUYỄN THỊ TƯỜNG VI, PHẠM YẾN LINH, PHẠM HOÀNG BẢO VY, PHẠM NGUYỄN NGỌC THƯ (**)

TÓM TẮT

Trong giáo dục đại học hiện nay, dịch vụ hỗ trợ học tập ngày càng được quan tâm vì cung cấp thông tin một cách toàn diện hơn cho sinh viên, trang bị các kỹ năng quan trọng và có những hỗ trợ cần thiết để phát triển sinh viên trong học tập và công việc. Tuy nhiên tại Việt Nam, những nghiên cứu hàn lâm tìm hiểu sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ hỗ trợ học tập vẫn còn hạn chế. Với mục đích khám phá và tìm hiểu những nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên với dịch vụ hỗ trợ học tập; từ đó đề xuất một số khuyến nghị, cải tiến cho các trường đại học ở Việt Nam, nhóm tác giả đã tiến hành khảo sát 511 sinh viên từ nhiều trường đại học khác nhau ở Thành phố Hồ Chí Minh. Dữ liệu được phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) và mức độ hài lòng được đo lường dựa trên mô hình SERVQUAL. Kết quả cho thấy sinh viên nhìn chung hài lòng với dịch vụ hỗ trợ học tập cũng như có 4 nhân tố của mô hình SERVQUAL có tác động đáng kể đến sự hài lòng của sinh viên.

Từ khóa: dịch vụ hỗ trợ học tập, đại học, sự hài lòng, sinh viên...

ABSTRACT

In higher education nowadays, academic support service has received increasing attention because they provide more comprehensive information to students, equip them with important skills and have the necessary support to develop students in study and work. However, in Vietnam, academic research deeply on student satisfaction with academic support services is still limited. With the purpose of discovering and understanding the factors that affect student satisfaction with academic support services, thereby proposing a number of recommendations and improvements for universities in Vietnam, the authors conducted a survey of 511 students from many different universities in Ho Chi Minh City. Data were analyzed using structural linear

(*) Thạc sĩ, giảng viên Bộ môn Khoa học cơ bản - Trường Đại học Ngoại thương - Cơ sở 2 tại TP.HCM, lyngocyennhi.cs2@ftu.edu.vn

(**) Sinh viên K61CLC6 - Trường Đại học Ngoại thương - Cơ sở 2 tại TP.HCM

(***) Bài báo này là sản phẩm của đề tài KH&CN cấp cơ sở của Trường Đại học Ngoại thương, mã số: NTCS2023-09.

modeling (SEM) and satisfaction was measured based on the SERVQUAL model. The results show that students are generally satisfied with the academic support service and that the 4 factors of the SERVQUAL model have a significant impact on student satisfaction.

Keywords: *academic support services, university, satisfaction, students...*

1. Đặt vấn đề

Những năm gần đây, vấn đề nâng cao chất lượng giáo dục đại học đang ngày càng được quan tâm nhiều hơn tại Việt Nam, trong đó tập trung nhiều hơn vào việc nâng cao chất lượng của các hoạt động hỗ trợ học tập, tạo thêm nhiều giá trị gia tăng cho sinh viên là giải pháp được nhiều trường đại học sử dụng. Theo công bố của Trương và Nguyễn (2020), các dịch vụ hỗ trợ học tập rất cần thiết cho thành tựu học thuật của sinh viên đại học Việt Nam, đặc biệt là trong bối cảnh quốc tế hóa. Sự hài lòng với các dịch vụ hỗ trợ học tập của sinh viên có thể dẫn đến trải nghiệm đại học thành công và tốt hơn cho sinh viên, điều này có thể mang lại lợi ích lớn cho cả cá nhân và cộng đồng. Song trên thực tế, mặc dù các hoạt động hỗ trợ học tập này đã được triển khai từ lâu nhưng vẫn còn một số thách thức nhất định về chất lượng và khả năng tiếp cận. Thêm vào đó, tại Việt Nam, vẫn chưa có nhiều nghiên cứu hàn lâm đánh giá tổng quan sự hài lòng của sinh viên đối với các dịch vụ này trên phạm vi nhiều trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh nói chung để làm cơ sở cho các giải pháp nâng cao chất lượng hoạt động. Chính vì vậy, nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ hỗ trợ học tập tại các trường đại học ở Thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM) sẽ góp thêm góc nhìn tham chiếu trong quá trình xây dựng và nâng cao hiệu quả các chương trình, hoạt động hỗ trợ học tập, đáp ứng tốt hơn nữa nhu cầu và kỳ vọng, từ đó gia tăng trải nghiệm tích cực của sinh viên trong quá trình học tập bậc đại học.

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng

2.1.1. Cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ

- Chất lượng dịch vụ

Kể từ cuối những năm 1970, các khái niệm về chất lượng dịch vụ xuất hiện và được quan tâm khai thác nhờ kết quả của nhiều công bố khoa học và chiến lược hữu ích của các nhà nghiên cứu và các nhà quản lý. Chất lượng dịch vụ được định nghĩa là sự đánh giá chung của khách hàng về khoảng cách giữa mong đợi về dịch vụ của họ và những gì họ được cung cấp (Zeithaml và cộng sự, 1998). Tương tự, Parasuraman và cộng sự (1985) cũng cho rằng chất lượng dịch vụ được quyết định bởi mức độ đáp ứng mong đợi của người sử dụng dịch vụ. Song, người tiêu dùng ở các quốc gia khác nhau có thể cảm nhận được chất lượng dịch vụ ở các loại dịch vụ khác nhau do bối cảnh văn hóa

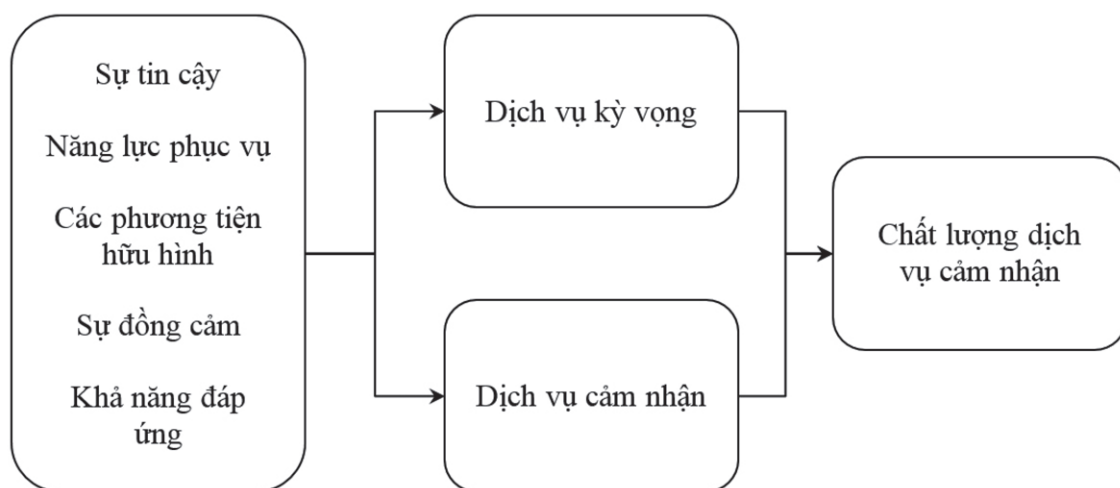
khác nhau (Phan Chí Anh và cộng sự, 2013). Kotler và cộng sự (2005) định nghĩa chi tiết hơn về chất lượng dịch vụ, xem đây là khả năng mà một dịch vụ thực hiện các chức năng của nó, bao gồm độ bền tổng thể, độ tin cậy, độ chính xác, dễ vận hành, dễ bảo trì và các thuộc tính quan trọng khác. Nhiều nhà nghiên cứu thống nhất rằng chất lượng dịch vụ có tác động đáng kể đến hiệu quả kinh doanh, sự hài lòng của khách hàng, lòng trung thành và quan trọng nhất là lợi nhuận của doanh nghiệp (Leonard và Sasser, 1982; Teas, 1993; Cronin và Taylor, 1992; Gitomer, 1998; Lasser và cộng sự, 2000).

Như vậy, chất lượng dịch vụ là mức độ đáp ứng kỳ vọng của người sử dụng dịch vụ dựa trên mức độ thực hiện các chức năng của chính dịch vụ đó trong quá trình đáp ứng nhu cầu của khách hàng và tùy thuộc bối cảnh văn hóa. Chất lượng dịch vụ có mối tương quan mật thiết đến sự hài lòng của khách hàng và là một trong những khía cạnh mà doanh nghiệp cần đầu tư, nâng cao trong quá trình phát triển.

- Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ

Để xác định các nhân tố tác động đến chất lượng dịch vụ, một trong những thang đo được nhiều nhà nghiên cứu sử dụng chính là thang đo SERVQUAL - một công cụ nghiên cứu đa chiều được tạo ra bởi Parasuraman và cộng sự (1985). Thang đo này phản ánh tác động của năm khía cạnh khác nhau của dịch vụ đến kỳ vọng và cảm nhận sau khi trải nghiệm của khách hàng đối với dịch vụ, qua đó phản ánh chất lượng dịch vụ đó theo cảm nhận của khách hàng.

Hình 1: Mô hình thang đo SERVQUAL



Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ Parasuraman và cộng sự (1985)

Theo mô hình này, năm khía cạnh quan trọng dùng để đo lường chất lượng dịch vụ và cũng chính là những nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ gồm: các phương tiện hữu hình, độ tin cậy, khả năng đáp ứng, sự đảm bảo và sự đồng cảm. Cụ thể hơn, tài sản hữu hình bao gồm các yếu tố vật chất của việc cung cấp dịch vụ, chẳng hạn như

cơ sở vật chất và thiết bị. Độ tin cậy tập trung vào tính nhất quán và độ tin cậy của dịch vụ. Sự đáp ứng liên quan đến khả năng hỗ trợ khách hàng kịp thời và hiệu quả. Sự đảm bảo bao gồm việc truyền đạt năng lực, sự nhã nhặn và sự tín nhiệm, xây dựng lòng tin và sự tin cậy ở khách hàng. Khái niệm về sự đồng cảm rất quan trọng trong việc cung cấp dịch vụ khách hàng đặc biệt, vì nó đòi hỏi cả sự hiểu biết và lòng trắc ẩn đối với nhu cầu của khách hàng. Năm nhân tố này tác động tạo nên dịch vụ kỳ vọng và dịch vụ cảm nhận, tương quan giữa dịch vụ kỳ vọng và dịch vụ cảm nhận sẽ tác động tới chất lượng dịch vụ cảm nhận.

- Chất lượng dịch vụ trong giáo dục đại học

Theo Trần Thị Kim Chi (2019), “Giáo dục đại học hội tụ các nhân tố được xem là một ngành dịch vụ, trong đó các trường đại học được xem là đơn vị cung ứng dịch vụ và sinh viên là khách hàng”. Đàm Chí Cường (2016) cho rằng “chất lượng dịch vụ giáo dục là đặc điểm của một bộ các yếu tố liên quan đến đầu vào, quá trình và đầu ra của hệ thống giáo dục trong việc cung cấp dịch vụ thỏa mãn chiến lược nội bộ cũng như chiến lược bên ngoài”, “các yếu tố về chất lượng dịch vụ giáo dục như: Thư viện, trang bị phòng máy, nội dung môn học, nhân viên phòng ban, phương pháp giảng dạy, bài giảng, kí túc xá...”. Ở một hướng tiếp cận khác, chất lượng dịch vụ ở bậc đại học được cho là phụ thuộc vào trải nghiệm của các bên liên quan khác nhau với các dịch vụ khác nhau mà các cơ sở giáo dục đại học cung cấp, trong đó có hoạt động đào tạo và các hoạt động hỗ trợ khác Jancey và Burns (2013). Điều này có nghĩa là, không chỉ liên quan đến việc thỏa mãn chiến lược nội bộ hay chiến lược bên ngoài một cách chung chung, chất lượng dịch vụ trong giáo dục đại học còn được phản ánh bởi sự so sánh của khách hàng là sinh viên giữa kỳ vọng dịch vụ của họ và việc thực hiện dịch vụ trên thực tế.

2.1.2. Cơ sở lý thuyết về sự hài lòng của khách hàng

- Sự hài lòng của khách hàng

Kotler và Clarke (1987) định nghĩa sự hài lòng là cảm giác khi một người nhận được kết quả hoặc thành tích tương ứng với mong đợi của họ. Nó có thể là một trạng thái cảm xúc tích cực xuất phát từ cảm giác đạt được thành tựu, niềm vui hoặc sự hài lòng. Trong các nghiên cứu, lý thuyết “Kỳ vọng - Cảm nhận” thường được sử dụng để đo lường sự hài lòng của khách hàng đối với chất lượng của các dịch vụ hay sản phẩm của một tổ chức. Theo lý thuyết này, hai quá trình có tác động độc lập đến sự hài lòng của khách hàng chính là: kỳ vọng về dịch vụ trước khi mua và cảm nhận về dịch vụ sau khi đã trải nghiệm.

Cụ thể hơn, mô hình Khoảng cách về Chất lượng dịch vụ (the Gap Model of Service Quality), do Parasuraman và cộng sự (1988) đề xuất đã minh họa khoảng cách giữa kỳ vọng của khách hàng và cảm nhận thực tế về chất lượng dịch vụ sau khi trải nghiệm. Khoảng cách này dựa trên Thang đo SERVQUAL đã thể hiện 22 mục mong đợi và 22

mục cảm nhận được ghép thành từng cặp mục tương ứng với bản đồ tinh thần (mental map) của người tiêu dùng về các nhân tố chất lượng dịch vụ. Theo đó, khoảng cách giữa kỳ vọng của khách hàng và cảm nhận thực tế về chất lượng dịch vụ càng ngắn chứng tỏ sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ càng cao. Chính vì vậy, thang đo SERVQUAL cũng như mô hình Khoảng cách về Chất lượng dịch vụ là những khung phân tích được tham khảo khá phổ biến trong các nghiên cứu đo lường sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ.

- Sự hài lòng của sinh viên

Sự hài lòng của sinh viên được đánh giá thông qua chất lượng khóa học, chương trình đào tạo và các yếu tố khác quan liên quan đến trường học (Trần Thị Kim Chi, 2019). Theo Elliot và Healy (2001), sự hài lòng của sinh viên thường được xác định là thái độ ngắn hạn thông qua đánh giá trải nghiệm giáo dục của sinh viên được thực hiện. Sapri và cộng sự (2009) cũng nhấn mạnh vai trò của sự hài lòng của sinh viên vì nó đánh giá tính chính xác và độ tin cậy của các dịch vụ được cung cấp. Điều này cũng được ủng hộ bởi Barnett (2011), tác giả cho rằng sự hài lòng của sinh viên là rất quan trọng vì đây là thước đo hiệu suất duy nhất về chất lượng dịch vụ được các nhà cung cấp dịch vụ giáo dục đại học sử dụng. Vì vậy, các nhà cung cấp dịch vụ giáo dục cần thiết quan tâm đến việc đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên đối với từng khía cạnh của chất lượng dịch vụ giáo dục. Mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ giáo dục trở thành một trong những căn cứ để các trường đại học xây dựng và triển khai kế hoạch hoạt động của mình (Nguyễn Thị Xuân Hương và cộng sự (2016), Hoàng Thái Sơn và cộng sự (2018), Lê Thu Hà & Nguyễn Thị Thảo (2021)...

- Sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ hỗ trợ học tập

Các dịch vụ hỗ trợ trong trường đại học là một loại hình dịch vụ, trong đó nhà trường là nhà cung cấp dịch vụ và sinh viên là khách hàng, cùng phối hợp để thụ hưởng đầy đủ một bộ các nhân tố vật chất và con người bao gồm sinh viên, phụ huynh và doanh nghiệp cấu thành (Trần Thị Kim Chi, 2019). Nó bao gồm nhiều nguồn lực và dịch vụ, chẳng hạn như khai vấn, cố vấn, dạy kèm, hỗ trợ kỹ năng học tập, tư vấn học tập, dịch vụ tiếp cận, dịch vụ thư viện, ... (Kuh và cộng sự, 2006). Trong đó, các dịch vụ hỗ trợ học tập được đánh giá cao hơn bao gồm cố vấn và huấn luyện học tập vì khi được triển khai một cách chủ động, chúng có thể tác động đáng kể và tích cực đến từng cá nhân sinh viên (Mouganie và cộng sự, 2022).

Khi xem xét các hoạt động hỗ trợ học tập trong giáo dục đại học như một loại hình dịch vụ, có thể thấy, sự hài lòng của sinh viên được xác định thông qua việc đo lường mức độ đánh giá của sinh viên - người sử dụng dịch vụ đối với các hoạt động hỗ trợ học tập của trường đại học - người cung ứng dịch vụ trong khi và sau khi sử dụng dịch vụ. Do đó, nâng cao sự hài lòng của sinh viên đối với các dịch vụ hỗ trợ học tập của nhà

trường chính là các nỗ lực nhằm đem đến cho sinh viên sự thỏa mãn hay vượt mức kì vọng của sinh viên trước khi mua và đánh giá sau khi sử dụng các dịch vụ ấy... Có thể thấy rằng, các dịch vụ hỗ trợ học tập như cố vấn (mentoring) hoặc khai vấn học thuật (academic coaching) đã góp phần mang lại sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ của các tổ chức giáo dục (Kashif và cộng sự, 2016; Đinh Thị Hồng Vân và cộng sự, 2021). Điều này rất quan trọng vì mức độ hài lòng cao của sinh viên có thể dẫn đến tăng tỷ lệ giữ chân, kết quả học tập tốt hơn và tiếp thị truyền miệng tích cực cho trường (Chandra và cộng sự, 2018 & Kashif và cộng sự, 2016).

Có thể nói, sự hài lòng của sinh viên và chất lượng dịch vụ hỗ trợ của các trường đại học có mối quan hệ tương hỗ, chặt chẽ với nhau (Trần Thị Kim Chi, 2019). Nhiều kết quả nghiên cứu được công bố cho thấy tương quan mật thiết giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng. Ở đó, chất lượng dịch vụ kéo theo sự hài lòng của khách hàng, chất lượng dịch vụ là tiền đề, là căn cứ để đánh giá sự hài lòng của khách hàng. Chính vì thế để nâng cao sự hài lòng của sinh viên, đòi hỏi các trường đại học phải nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ của mình, đặc biệt là chất lượng các dịch vụ hỗ trợ học tập.

2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ hỗ trợ học tập tại các trường đại học ở TP.HCM

2.3.1. Phương pháp và đối tượng nghiên cứu

Đối tượng của nghiên cứu được xác định là các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ hỗ trợ học tập tại các trường đại học ở TP.HCM. Để thực hiện nghiên cứu này, nhóm tác giả tiến hành thu thập dữ liệu từ phản hồi của sinh viên về các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của họ về các dịch vụ hỗ trợ học tập tại 7 trường đại học ở TP.HCM đại diện cho 4 lĩnh vực (Nghệ thuật, Kỹ thuật - Công nghệ, Giáo dục, Kinh tế - Xã hội) bằng bảng câu hỏi được thiết kế dựa trên mô hình SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1985) và một số nghiên cứu tiền nghiệm. Sau quá trình thu thập, dữ liệu được phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) để đưa ra các nhận định, đánh giá phù hợp. Dữ liệu về mức độ hài lòng của sinh viên đối với hoạt động hỗ trợ học tập được thu thập thông qua bảng hỏi từ 502 sinh viên tham gia khảo sát, dựa trên thang đo Likert 5 mức (Rất không hài lòng - Không hài lòng - Bình thường - Hài lòng - Rất hài lòng).

2.3.2. Tổng quan về dịch vụ hỗ trợ học tập tại các trường đại học ở TP.HCM

Dựa trên các phân tích lý thuyết có thể thấy, dịch vụ hỗ trợ học tập đóng vai trò thiết yếu trong việc giúp sinh viên hoàn thành tốt hơn chương trình đào tạo bậc đại học của mình. Những năm gần đây, nhiều trường đại học tại Việt Nam nói chung, tại TP.HCM nói riêng đã dành sự quan tâm đáng kể đến các dịch vụ hỗ trợ học tập cho sinh viên. Hầu hết các trường đại học tại TP.HCM đều đã cung cấp các dịch vụ hỗ trợ học tập đa

dạng, từ cơ sở vật chất (thư viện, cơ sở dữ liệu trực tuyến,...) đến chăm sóc sức khỏe tinh thần (cố vấn, tư vấn học tập,...) cũng như các hoạt động ngoại khóa phong phú.

Về lĩnh vực Kỹ thuật - Công nghệ, Trường Đại học Công nghiệp TP.HCM (IUH) và Trường Đại học Công nghệ Thông tin - ĐH Quốc gia TP.HCM (UIT) đã cung cấp các nguồn học liệu và tài nguyên đa dạng phục vụ cho nghiên cứu. Ngoài ra, họ còn tập trung vào việc giúp sinh viên vượt qua những trở ngại trong quá trình học bằng các phòng tư vấn học tập luôn hoạt động mỗi ngày để sinh viên có thể dễ dàng ghé thăm. Tương tự, Trường Đại học Sư phạm Tp.HCM (HCMUE) cũng tập trung phát triển dịch vụ tư vấn học tập, định hướng nghề nghiệp cũng như cung cấp các tài nguyên học thuật quan trọng để hỗ trợ sinh viên cả về thành tích học tập và chuẩn bị việc làm.

Đối với khối trường đào tạo lĩnh vực nghệ thuật, bên cạnh sự tăng cường đầu tư cho cơ sở vật chất, Trường Đại học Kiến trúc (UAH) đã có những buổi hỗ trợ trực tiếp cho sinh viên về định hướng và nguồn lực nghề nghiệp cũng như thường xuyên tổ chức các sự kiện kết nối với những công ty và nhà tuyển dụng.

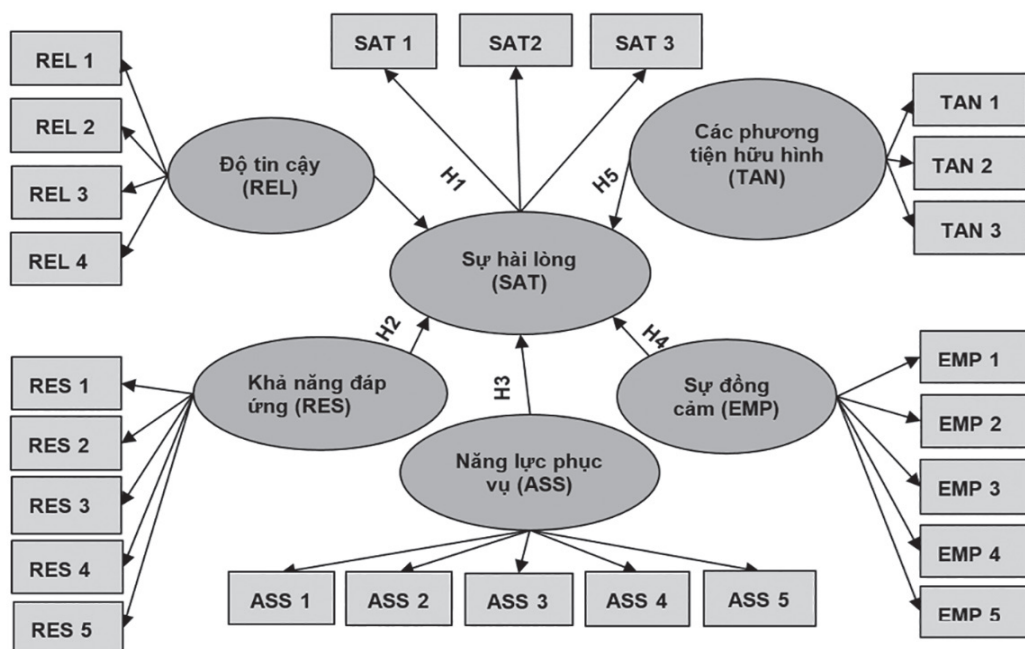
Về lĩnh vực Kinh tế - Xã hội, Đại học Kinh tế TP.HCM (UEH) và Trường Đại học Ngoại thương - Cơ sở II (FTU2) đã trang bị đầy đủ nguồn thư viện, tài nguyên nghiên cứu và ngày càng chú trọng vào các hoạt động định hướng nghề nghiệp. Thông qua các phòng ban độc lập, họ cung cấp cho sinh viên các dịch vụ cố vấn, tư vấn hỗ trợ sinh viên cả trong học tập và định hướng công việc sau này. Bên cạnh đó, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - ĐH Quốc gia TP.HCM (USSH) chú trọng nhiều đến sức khỏe tinh thần của sinh viên, trường có phòng tư vấn và trị liệu tâm lý riêng để hỗ trợ tinh thần sinh viên bất cứ lúc nào. USSH cũng cung cấp khá đầy đủ những nguồn tài nguyên học thuật khổng lồ cùng các buổi định hướng nghề nghiệp quý giá cho sinh viên trong trường.

Nhìn chung, các trường đại học trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh đã quan tâm nhiều hơn đến các dịch vụ hỗ trợ học tập nhằm giúp sinh viên hoàn thành chương trình học tập một cách hiệu quả nhất. Dù ở khối ngành nào thì các dịch vụ hỗ trợ học tập tại các trường đều khá đa dạng và toàn diện, từ hỗ trợ học tập, tư vấn nghề nghiệp đến sức khỏe tinh thần. Những nỗ lực này đã thể hiện tầm quan trọng của các dịch vụ hỗ trợ học tập, không chỉ nâng cao kiến thức của sinh viên mà còn giúp sinh viên chuẩn bị nền tảng và tâm lý tốt hơn cho tương lai, góp phần nâng cao chất lượng giáo dục đại học tại TP.HCM. Mặc dù vậy, trước yêu cầu ngày càng cao của xã hội nói chung và sự kỳ vọng ngày càng tăng của sinh viên đối với các cơ sở đào tạo đại học, các dịch vụ hỗ trợ học tập, đặc biệt là ở các cơ sở giáo dục đại học công lập, cần phải được nâng cao chất lượng hơn nữa để có thể mang đến những trải nghiệm trọn vẹn cho người học cũng như giúp họ phát huy toàn diện những kiến thức, kỹ năng, thái độ khi gia nhập thị trường lao động sau này.

2.2.3. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với hoạt động hỗ trợ học tập tại các trường đại học ở TP.HCM

Dựa trên thang đo SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1988) và kế thừa mô hình nghiên cứu của Cledes (2008); Gregory (2019); Hasan (2008), trên cơ sở điều kiện thực tiễn về dịch vụ hỗ trợ học tập tại các trường đại học tại thành phố Hồ Chí Minh và sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ hỗ trợ học tập tại các trường đại học ở thành phố Hồ Chí Minh, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau.

Biểu đồ 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



(Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất)

Bảng 1. Giả thuyết nghiên cứu đề xuất

H1	Độ tin cậy có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên khi trải nghiệm các dịch vụ hỗ trợ học tập.
H2	Khả năng đáp ứng có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên khi trải nghiệm các dịch vụ hỗ trợ học tập.
H3	Năng lực phục vụ có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên khi trải nghiệm các dịch vụ hỗ trợ học tập.
H4	Sự đồng cảm có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên khi trải nghiệm các dịch vụ hỗ trợ học tập.
H5	Các phương tiện hữu hình có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên khi trải nghiệm các dịch vụ hỗ trợ học tập.

(Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất)

Nhóm tác giả đã thu thập 511 phản hồi từ sinh viên các trường đại học đại diện cho 4 nhóm ngành: Kinh tế, Nhân văn - Nghệ thuật, Kỹ thuật - Công nghệ và Giáo dục trên cả hai hình thức trực tiếp và trực tuyến. Sau khi làm sạch dữ liệu bằng cách loại bỏ các mẫu khảo sát có câu trả lời thiếu, câu trả lời không đáng tin cậy..., mẫu nghiên cứu còn lại là 502 phản hồi.

Bảng 2. Thống kê mô tả mẫu khảo sát

Người được khảo sát	100%
Giới tính	
Nữ	50.9%
Nam	49.1%
Nhóm ngành	
Khối kỹ thuật	47,5%
Kinh tế xã hội	52,5%
Năm học	
Năm 1	65.2%
Năm 2	21.5%
Năm 3	10.6%
Năm 4	2.2%
Trên năm 4	0.6%

(Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất)

Sau khi tiến hành xử lý và phân tích dữ liệu, kết quả thu được như sau:

Độ tin cậy (REL) của dịch vụ hỗ trợ học tập được đo lường thông qua 4 tiêu chí: sự đảm bảo về thời gian, mức độ sẵn sàng giúp đỡ khi sinh viên gặp khó khăn, nỗ lực không mắc sai lầm trong quá trình làm việc, và cảm giác đáng tin cậy của người cung cấp dịch vụ. Đa số sinh viên khảo sát lựa chọn đáp án “Hài lòng” cho tiêu chí này, trong đó, có khoảng 59% sinh viên hài lòng và hơn 22% sinh viên rất hài lòng với mức độ đảm bảo thời gian của dịch vụ hỗ trợ học tập và sự sẵn sàng giúp đỡ của nhân viên hỗ trợ. Điều này cho thấy thái độ làm việc chuyên nghiệp của nhân viên cũng như hiệu suất tích cực của dịch vụ hỗ trợ học tập tại các trường đại học trong việc đáp ứng nhanh chóng và hiệu quả các nhu cầu của sinh viên.

Khả năng đáp ứng (RES) của nhân viên hỗ trợ được đánh giá bởi: thông tin về thời gian phục vụ, sự nhanh chóng trong việc giải quyết vấn đề, sự nhanh chóng trong việc trả lời các câu hỏi, sự sẵn sàng giúp đỡ và chăm sóc sau dịch vụ. Sinh viên tương đối hài lòng với tiêu chí này với hơn 50% câu trả lời là “hài lòng” và 22% “rất hài lòng”.

Tiêu chí được đánh giá cao nhất là thông tin về thời gian phục vụ với 405/502 phiếu hài lòng. Tương tự như tiêu chí về độ tin cậy, kết quả khảo sát về khả năng đáp ứng của dịch vụ hỗ trợ trợ học tập cho thấy sự quan tâm đặc biệt của sinh viên tới thời gian cung cấp dịch vụ. Vì thông thường, các công tác liên quan tới hỗ trợ học tập, đặc biệt là các thủ tục hành chính thường mất thời gian và trải qua nhiều công đoạn. Sự hài lòng ở mức độ cao của sinh viên đối với các tiêu chí này cho thấy rằng các trường đại học đang làm tốt trong việc cải tiến và tối ưu hóa quy trình cũng như tăng cường tính linh hoạt của các hoạt động hỗ trợ.

Năng lực phục vụ (ASS) của người cung cấp dịch vụ được đánh giá qua 5 tiêu chí: tác phong tạo niềm tin, an toàn, thân thiện, đối xử công bằng và kiến thức đầy đủ. Đây là khía cạnh nhận được nhiều sự hài lòng nhất từ sinh viên. Trong đó mức độ hiểu biết của người cung cấp dịch vụ để giải đáp các thắc mắc của sinh viên được đánh giá cao nhất với 420 phiếu hài lòng - rất hài lòng. Con số này phản ánh mong muốn của sinh viên được hỗ trợ bởi những người có chuyên môn cao và thông thạo trong lĩnh vực của họ. Nếu làm tốt được điều này sẽ giúp cải thiện mức độ hài lòng chung của sinh viên, từ đó xây dựng một môi trường học tập tích cực và khích lệ sinh viên tìm kiếm sự giúp đỡ và tư vấn khi cần thiết.

Sự đồng cảm (EMP) của người hỗ trợ được đo lường bằng: sự quan tâm và chăm sóc đặc biệt, sự quan tâm đặc biệt đến lợi ích của sinh viên, hiểu rõ nhu cầu cá nhân của sinh viên, khuyến khích làm việc trong thời gian thuận tiện. Những sinh viên tham gia khảo sát khá hài lòng với cả 4 tiêu chí của biến này, trong đó tiêu chí được ưa chuộng nhất là làm việc vào giờ thuận tiện trong khi tiêu chí ít được ưa chuộng nhất là sự quan tâm và chăm sóc đặc biệt. Điều này cho thấy rằng sinh viên mong muốn một môi trường hỗ trợ không chỉ là chuyên nghiệp mà còn là cá nhân hóa, nơi mà sinh viên cảm thấy họ được quan tâm đến cá nhân và có sự hỗ trợ đặc biệt phù hợp với nhu cầu riêng của họ.

Các phương tiện hữu hình (TAN) của chất lượng dịch vụ được tiếp cận bởi: trang thiết bị hiện đại; trang phục của nhân viên chỉnh chu; sách ảnh, trang web hoặc hình ảnh minh họa đẹp. Nhân tố này nhận được sự đánh giá cao với khoảng 74% phiếu hài lòng đến rất hài lòng. Sự đầu tư cho các phương tiện hữu hình trong quá trình cung cấp dịch vụ cho sinh viên phản ánh sự quan tâm của các trường đại học đối với việc xây dựng dịch vụ hỗ trợ chuyên nghiệp và thuận lợi, từ đó giúp đem lại trải nghiệm tích cực, làm tăng tính chuyên nghiệp và gần gũi của môi trường hỗ trợ học tập đối với sinh viên.

Sau khi đánh giá mô hình đo lường, không có mục nào bị loại bỏ do hệ số tải thấp ($<0,700$). Để kiểm định độ tin cậy nhất quán nội tại của các cấu trúc, nghiên cứu đã sử dụng hệ số Cronbach's Alpha và độ tin cậy tổng hợp (Consistency reliability - CR). Tất cả các CR đều cao hơn giá trị khuyến nghị là 0,700 trong khi Cronbach's Alpha của

mỗi cấu trúc đều vượt qua ngưỡng 0,700.

Giá trị hội tụ được chấp nhận vì phương sai trung bình được trích xuất (Average Variance Extracted - AVE) lớn hơn 0,500. Giá trị phân biệt cũng được đánh giá bằng tỷ lệ tương quan giữa tình trạng dị tính-đơn tính (Henseler và cộng sự, 2015). Với ba giá trị trên 0,90 (EMP->ASS, RES-> ASS, RES->REL) và các giá trị khác dưới ngưỡng 0,90, giá trị phân biệt được thiết lập.

Như vậy, mô hình đã thỏa mãn các yêu cầu về độ tin cậy. Kết quả đánh giá độ tin cậy được trình bày trong Bảng 3 và 4.

Bảng 3. Độ tin cậy và tính hợp lệ

	Cronbach's Alpha	Độ tin cậy tổng hợp (rho_a)	Độ tin cậy tổng hợp (rho_c)	AVE
REL	0.892	0.893	0.925	0.756
RES	0.904	0.905	0.929	0.724
ASS	0.901	0.901	0.927	0.716
EMP	0.902	0.903	0.927	0.719
TAN	0.874	0.875	0.923	0.799
SAT	0.910	0.911	0.944	0.848

(Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất)

Bảng 4. Hệ số HTMT

	ASS	EMP	REL	RES	SAT
ASS					
EMP	0.903				
REL	0.889	0.836			
RES	0.921	0.890	0.901		
SAT	0.848	0.857	0.789	0.846	
TAN	0.784	0.805	0.714	0.778	0.812

(Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất)

Sau khi phân tích số liệu, kết quả nghiên cứu cho thấy trong 5 biến chỉ có độ tin cậy là không ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ hỗ trợ học tập (Bảng 5). Phát hiện này tương đồng với kết quả nghiên cứu của Abu Hasan và cộng sự (2008) trong một nghiên cứu được thực hiện tại một trường đại học ở Malaysia rằng độ tin cậy có ảnh hưởng ít nhất đến sự hài lòng của sinh viên.

Bên cạnh đó, nghiên cứu cho thấy sự đồng cảm có mối quan hệ lớn nhất với sự hài lòng của sinh viên, điều này tương tự với kết quả của một số nghiên cứu trước đây, như

nghiên cứu của Azianti Ismail và cộng sự. (2021) đã chứng minh rằng sự đồng cảm là khía cạnh quan trọng nhất ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên. Tương tự, nghiên cứu của Abu Hasan và cộng sự (2008) và Manik và cộng sự (2020) nhận thấy sự đồng cảm là nhân tố có ảnh hưởng lớn nhất tới sự hài lòng của sinh viên.

Tuy nhiên, điểm cần lưu ý là mức độ tin cậy đối với sự hài lòng của sinh viên được tìm thấy trong nghiên cứu hiện tại là không đáng kể so với kết quả của các nghiên cứu trước đây. Sự khác biệt này có thể được giải thích bởi sự khác biệt về bối cảnh của các nghiên cứu. Nghiên cứu hiện tại được thực hiện tại Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam, trong khi các nghiên cứu trước đây được thực hiện trong bối cảnh nước ngoài... Sự khác biệt về văn hóa và bối cảnh giữa các quốc gia có thể ảnh hưởng đến tầm quan trọng của các khía cạnh SERVQUAL trong việc xác định sự hài lòng của sinh viên với hỗ trợ học tập dịch vụ.

Bảng 5. Kết quả kiểm định giả thuyết

	Hệ số	Độ lệch chuẩn (STDEV)	t-value	p-value	R ²	f ²	Kết quả
SAT					0.706		
REL -> SAT (H1)	0.077	0.051	1.519	0.129		0.006	Không chấp nhận
RES -> SAT (H2)	0.189	0.061	3.095	0.002		0.027	Chấp nhận
ASS -> SAT (H3)	0.176	0.063	2.786	0.005		0.023	Chấp nhận
EMP -> SAT (H4)	0.250	0.061	4.076	0.000		0.055	Chấp nhận
TAN -> SAT (H5)	0.243	0.046	5.321	0.000		0.088	Chấp nhận

(Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất)

2.3. Một số đề xuất nâng cao sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ hỗ trợ học tập tại trường đại học

2.3.1. Sử dụng những phương thức hỗ trợ học tập hiện đại để nâng cao chất lượng dịch vụ hỗ trợ học tập

Đầu tiên, theo kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả cũng như kết quả các nghiên cứu tiền nhiệm, sự đồng cảm đến từ nhân viên hỗ trợ học tập có ảnh hưởng tích cực đáng kể đến sự hài lòng của sinh viên. Vì vậy, bên cạnh việc hoàn thành trách nhiệm cung cấp dịch vụ hỗ trợ, người hỗ trợ cần thể hiện sự quan tâm, đồng cảm cũng như

tấu hiểu đối với sinh viên bằng cách lắng nghe và đón nhận các ý kiến một cách khách quan, theo dõi xem liệu sinh viên có thể giải quyết vấn đề của mình từ sự hỗ trợ mà họ đã nhận được hay không. Điều này thể hiện sự quan tâm thực sự của người hỗ trợ đối với những vấn đề của sinh viên thay vì chỉ hoàn thành nhiệm vụ của một người hỗ trợ học tập thông thường. Nó có thể được thực hiện bằng cách tạo ra những không gian kết nối, nơi mà sinh viên có thể chủ động cập nhật tình trạng của bản thân. Bộ phận hỗ trợ học tập hoặc bộ phận hỗ trợ sinh viên nên có hệ thống chuẩn hóa không gian này vì nhiều nghiên cứu đã chứng minh rằng sự đồng cảm của những người hỗ trợ có thể cải thiện mức độ hài lòng của sinh viên và nâng cao nhiều khía cạnh trong đời sống học tập của họ.

Thứ hai, để sự hỗ trợ có hiệu quả lâu dài, những người hỗ trợ nên chuyển dần từ việc chỉ đơn thuần cung cấp thông tin và chuyển sang việc kích thích tư duy và hỗ trợ sinh viên tạo nên kế hoạch hành động cho bản thân. Lợi ích của việc này là hỗ trợ học sinh hình thành tư duy và kỹ năng giải quyết vấn đề, giúp các em phát triển bản thân, tránh bị phụ thuộc hoàn toàn vào sự hỗ trợ từ bên ngoài. Ở đây, sự đồng cảm được thể hiện qua việc những người hỗ trợ thực sự quan tâm đến lợi ích lâu dài của sinh viên, điều này giúp thiết lập mối quan hệ lâu dài, bền chặt và đáng tin cậy hơn giữa sinh viên và những người hỗ trợ. Một phương pháp phù hợp cho định hướng này là khai vấn (Coaching) - một hình thức hỗ trợ khá phổ biến trong lĩnh vực kinh doanh nhưng chưa thực sự nhận được nhiều sự quan tâm trong bối cảnh giáo dục ở Việt Nam. Liên đoàn Huấn luyện Quốc tế (ICF) định nghĩa khai vấn (Coaching) là một quá trình trong đó khai vấn viên làm việc với khách hàng của họ để thúc đẩy khách hàng phát huy hết tiềm năng cá nhân và nghề nghiệp của họ. Vì vậy, các cơ sở giáo dục đại học ở Việt Nam nên cân nhắc việc áp dụng khai vấn vào các dịch vụ hỗ trợ học tập của mình để đạt được những thành tựu mới và hiệu quả hơn trong lĩnh vực hỗ trợ học tập.

2.3.2. Cung cấp thêm các chương trình đào tạo về hỗ trợ học tập cho giảng viên và nhân viên liên quan

Theo kết quả nghiên cứu, sự đồng cảm và sự đảm bảo của người hỗ trợ có ảnh hưởng đáng kể đến sự hài lòng của sinh viên đối với các dịch vụ hỗ trợ học tập, do đó, tác giả cho rằng việc cung cấp các chương trình đào tạo cho giảng viên và nhân viên để nâng cao kỹ năng và kiến thức là cần thiết. Có một số lĩnh vực chính cần được đưa vào bất kỳ chương trình đào tạo nào nhằm nâng cao sự hài lòng của sinh viên với các dịch vụ hỗ trợ học tập.

Giảng viên và nhân viên cần được đào tạo để có kỹ năng giao tiếp hiệu quả. Điều này bao gồm khả năng lắng nghe và phản hồi một cách đồng cảm với những mối quan tâm và nhu cầu của sinh viên, cũng như khả năng truyền đạt thông tin một cách hiệu quả và đưa ra hướng dẫn về học tập và vấn đề liên quan khác. Các nhà cung cấp dịch

vụ hỗ trợ học tập phải chứng tỏ sự chắc chắn trong thông tin họ cung cấp và có thái độ chuyên nghiệp trong các buổi làm việc với sinh viên, vì sự đảm bảo đã được chứng minh là có ảnh hưởng đáng kể đến sự hài lòng của sinh viên. Điều này có thể giúp sinh viên tin tưởng vào thông tin mình nhận được, thay vì phải băn khoăn về tính chính xác của thông tin vì sự lưỡng lự của người hỗ trợ. Để nâng cao sự hài lòng của sinh viên, người hỗ trợ có thể tập trung hơn vào ngôn ngữ cơ thể cũng như hành động, ngôn ngữ họ sử dụng, vì từ thông tin đó mà sự đảm bảo được tăng lên hoặc giảm đi.

Ngoài ra, do tính chất làm việc với sinh viên, những người hỗ trợ cũng có thể đào sâu kiến thức bằng cách tham gia các phiên hoặc hội thảo về ngôn ngữ lời nói và phi ngôn ngữ để xây dựng sự đảm bảo. Một lĩnh vực quan trọng khác cần được đề cập trong các chương trình đào tạo là hỗ trợ sức khỏe tâm thần. Giảng viên và nhân viên cần được đào tạo để thường xuyên quan sát và nhận biết các dấu hiệu của vấn đề sức khỏe tâm thần ở sinh viên, cũng như đưa ra sự hỗ trợ và khuyến khích khi cần thiết. Vì các nhân tố phi ngôn ngữ thường sẽ có tác động đáng kể đến cảm xúc của sinh viên, họ cần được quan tâm nhiều hơn trong phạm vi công việc hiện nay của các nhà giáo dục. Khi thực hiện nhiệm vụ này, những người hỗ trợ học thuật đã được đào tạo bài bản về hỗ trợ sinh viên; sức khỏe tâm thần sẽ mang lại cho họ cảm giác an toàn và được đảm bảo về sự hỗ trợ, điều này sẽ nâng cao mức độ hài lòng.

2.3.3. Cung cấp đa dạng cách tiếp cận các dịch vụ hỗ trợ học tập hơn để sinh viên thuận tiện trong việc liên hệ và phản hồi

Kết quả nghiên cứu cho thấy, khả năng đáp ứng của người hỗ trợ ảnh hưởng đáng kể đến sự hài lòng của sinh viên đối với các dịch vụ hỗ trợ học tập, nghĩa là khả năng giải đáp kịp thời, đầy đủ các thắc mắc, phản hồi của sinh viên sẽ giúp nâng cao mức độ hài lòng của sinh viên. Vì vậy, cần cung cấp nhiều cách tiếp cận hoặc phương pháp hiệu quả để học sinh liên hệ và đưa ra phản hồi về vấn đề của mình.

Đầu tiên, tạo ra một phương thức phản hồi để sinh viên có thể chia sẻ suy nghĩ và đề xuất của mình mọi lúc. Điều này có thể là hộp thư góp ý hoặc biểu mẫu phản hồi trực tuyến. Bằng cách cung cấp một quy trình phản hồi chính thức, sinh viên có nhiều khả năng sẽ cảm thấy thoải mái hơn khi chia sẻ ý kiến và mối quan tâm của mình, biết rằng mình sẽ được giảng viên và nhân viên hỗ trợ xem xét.

Thứ hai, một cách khác để cung cấp nhiều cách tiếp cận hơn để sinh viên liên hệ và đưa ra phản hồi là cung cấp nhiều kênh để liên lạc. Các tổ chức nên cung cấp cho sinh viên nhiều kênh khác nhau để liên hệ với giảng viên và nhân viên hỗ trợ của họ, chẳng hạn như email, điện thoại, trò chuyện trực tiếp hoặc trực tuyến. Điều này cho phép sinh viên lựa chọn phương pháp thuận tiện và thoải mái nhất cho họ, giúp họ dễ dàng giao tiếp và đưa ra phản hồi hơn.

Thứ ba, khuyến khích sự tương tác trực tiếp giữa giảng viên, nhân viên hỗ trợ và

sinh viên cũng rất quan trọng để cung cấp nhiều cách tiếp cận để sinh viên liên hệ và đưa ra phản hồi. Sinh viên có thể cảm thấy thoải mái hơn khi chia sẻ trực tiếp những phản hồi và mối quan tâm của mình vì biết rằng họ nhận được sự quan tâm hoàn toàn của giảng viên và nhân viên hỗ trợ. Các tổ chức có thể khuyến khích sự tương tác trực tiếp bằng cách tổ chức các sự kiện xã hội hoặc các cuộc họp không chính thức. Đặc biệt, các tổ chức nên đảm bảo rằng họ phản hồi nhanh chóng với phản hồi của sinh viên. Sinh viên cần biết rằng ý kiến của họ đang được lắng nghe và hành động. Giảng viên và nhân viên hỗ trợ phải cung cấp câu trả lời kịp thời và hữu ích cho các thắc mắc và phản hồi của sinh viên, đồng thời thực hiện các bước để giải quyết bất kỳ mối quan ngại hoặc vấn đề nào mà sinh viên đề cập đến.

2.3.4. Đầu tư cơ sở vật chất, các nhân tố ngoại tác hữu hình để nâng cao dịch vụ hỗ trợ học tập

Theo kết quả nghiên cứu, nhân tố hữu hình có tác động mạnh mẽ đến sự hài lòng của sinh viên với các dịch vụ hỗ trợ học tập. Nhân tố hữu hình đề cập đến cơ sở vật chất, thiết bị và hình thức bên ngoài của nhân viên và tài liệu. Dưới đây là một số khuyến nghị nhằm nâng cao sự hài lòng của sinh viên với các dịch vụ hỗ trợ học tập về mặt hữu hình.

Thứ nhất, hiện nay một số trường đại học không có phòng riêng để cung cấp dịch vụ hỗ trợ học tập cho sinh viên. Điều này có thể khiến sinh viên ngần ngại trong việc tìm kiếm sự hỗ trợ cần thiết, dẫn đến các dịch vụ không đạt hiệu quả như mong đợi. Vì vậy, các trường đại học cần có văn phòng riêng về dịch vụ hỗ trợ học tập nhằm nâng cao hiệu quả của dịch vụ và nâng cao sự hài lòng của sinh viên. Hơn nữa, văn phòng hỗ trợ học tập cần được trang bị đầy đủ cơ sở vật chất đầy đủ và hiện đại. Ví dụ, các tài liệu cần thiết phải luôn có sẵn; bàn ghế, ánh sáng, nhiệt độ phòng phải thoải mái, giúp học viên cảm thấy thoải mái, sự hài hòa tạo cảm giác tích cực cho học viên khi trải nghiệm dịch vụ. Ngoài ra, hệ thống liên hệ với bộ phận hỗ trợ phải sẵn có và đa dạng cho mọi trường hợp. Điều này đảm bảo sinh viên có khả năng giao tiếp với họ bất cứ lúc nào.

Thứ hai, tác phong của cố vấn viên cũng là một nhân tố quan trọng vì nó góp phần tạo nên ấn tượng đầu tiên của sinh viên về họ. Nếu người hỗ trợ ăn mặc gọn gàng, lịch sự thì đang thể hiện phong thái chuyên nghiệp, khiến sinh viên cảm thấy được tôn trọng và tạo cảm giác tin cậy khi trải nghiệm dịch vụ.

Thứ ba, sách, ảnh, website, hình ảnh liên quan đến dịch vụ hỗ trợ học tập cần chi tiết, được thiết kế rõ ràng, bắt mắt để sinh viên dễ dàng theo dõi các thông tin cần thiết. Hơn nữa, những thiết kế đẹp, có khả năng xuất hiện với tần suất cao có thể thúc đẩy sinh viên; quan tâm và tìm hiểu thêm về các dịch vụ này.

3. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy có 4 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng với các dịch vụ

hỗ trợ học tập của sinh viên: Khả năng đáp ứng (RES) của nhân viên hỗ trợ, Năng lực phục vụ (ASS) của người cung cấp dịch vụ, Sự đồng cảm (EMP) của người hỗ trợ, Các phương tiện hữu hình (TAN) của dịch vụ. Theo kết quả này, nhóm tác giả đã đưa ra một số đề xuất cho mỗi nhân tố nhằm nâng cao sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ hỗ trợ học tập ở các trường đại học TP.HCM, tập trung vào các nhóm giải pháp chính: Sử dụng những phương thức hỗ trợ học tập hiện đại để nâng cao chất lượng dịch vụ hỗ trợ học tập; Cung cấp thêm các chương trình đào tạo về hỗ trợ học tập cho giảng viên và nhân viên liên quan; Cung cấp đa dạng cách tiếp cận các dịch vụ hỗ trợ học tập hơn để sinh viên thuận tiện trong việc liên hệ và phản hồi; Đầu tư cơ sở vật chất, các nhân tố ngoại tác hữu hình để nâng cao dịch vụ hỗ trợ học tập.

Tài liệu tham khảo

- Barnett, R. (2011). *Being a University*. Routledge.
- Bettinger, E. P., & Baker, R. B. (2014). The effects of student coaching: An evaluation of a randomized experiment in student advising. *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 36(1), 3-19.
- Brown, M. C., Davis, G. L., & McClendon, S. A. (1999). Mentoring graduate students of color: Myths, models, and modes. *Peabody Journal of Education*, 74(2), 105-118.
- Campbell, T. A., & Campbell, D. E. (2007). Outcomes of mentoring at-risk college students: gender and ethnic matching effects. *Mentoring & Tutoring: Partnership in Learning*, 15(2), 135-148.
- Capstick, M. K. (2019). *Exploring the Effectiveness of Academic Coaching for Academically At-Risk College Students*. The University of Memphis ProQuest Dissertations Publishing.
- Chandra, T., Ng, M., Chandra, S., & Priyono, P. (2018). The Effect of Service Quality on Student Satisfaction and Student Loyalty: An Empirical Study. *Journal of Social Studies Education Research*, 9(3), 109-131. 10.17499/jsser.12590
- Clemes, M. D., Gan, C. E., & Kao, T. H. (2008). University student satisfaction: An empirical analysis. *Journal of Marketing for Higher Education*, 17(2), 292-325.
- Crabb, S. (2011). The use of coaching principles to foster employee engagement. *The Coaching Psychologist*, 7(1), 27-34.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 6(7), 55-68.
- Đinh Thị Hồng Vân, Nguyễn Thị Quỳnh Anh, Phan Thị Mai Hương, Phạm Thế Kiên, Nguyễn Thắm, & Nguyễn Thanh Hùng. (2021). Vietnamese Students' Satisfaction toward Higher Education Service: The Relationship between Education Service

- Quality and Educational Outcomes. *European Journal of Educational Research*, 10(3), 1397-1410.
- 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.
- Gitomer, J. H. (1998). *Customer Satisfaction is Worthless, Customer Loyalty is Priceless: How to Make Customers Love You, Keep Them Coming Back and Tell Everyone They Know*. Bard Press.
- Grant, A. M., Curtayne, L., & Burton, G. (2009). Executive coaching enhances goal attainment, resilience and workplace well-being: a randomised controlled study. *The Journal of Positive Psychology*, 4(5), 296-407.
- Gregory, J. L. (2019). Applying SERVQUAL: Using service quality perceptions to improve student satisfaction and program image. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 11(4), 788-799.
- Hasan, H. F. A., Ilias, A., Rahman, R. A., & Razak, M. Z. A. (2008). Service quality and student satisfaction: A case study at private higher education institutions. *International business research*, 1(3), 163-175.
- Hoàng Thái Sơn, Ngô Thúy Hà, & Phạm Thị Minh Khuyên. (2018). Measuring Students' satisfaction with higher education service - An experimental study at Thainguyen University. *International Journal of Business Marketing and Management*, 3(4), 21-34.
- Jancey, J., & Burns, S. (2013). Institutional factors and the postgraduate student experience. *Quality Assurance in Education*, 21(3), 311-322.
- Kashif, M., Ramayah, T., & Sarufuddin, S. (2016). PAKSERV - measuring higher education service quality in a collectivist cultural context. *Total Quality Management and Business Excellence*, 27(3-4), 265-278. <https://doi.org/10.1080/14783363.2014.976939>
- Kashif, M., Samsi, S. Z. M., Awang, Z., & Mohamad, M. (2016). EXQ: measurement of healthcare experience quality in Malaysian settings. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 10(1), 27-47.
- Kotler, P., & Clarke, R. N. (1987). *Marketing for health care organizations*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing*. Essex: Pearson Education Limited.
- Kuh, G. D., Kinzie, J., Buckley, J. A., Bridges, B. K., & Hayek, J. C. (2006). *What matters to student success: A review of the literature*. National Center for Education Statistic website.

- Lasser, W. M., Manolis, C., & Winsor, R. D. (2000). Service quality perspectives and satisfaction in private banking. *Journal of Services Marketing*, 14(3), 244-271.
- Leonard, F. S., & Sasser, W. E. (1982). The incline of quality. *Harvard Business Review*, 60(5), 163-171.
- Lê Thu Hà, & Nguyễn Thị Thảo. (2021). Đánh giá sự hài lòng của học viên cao học tại Đại học Thái Nguyên. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Thái Nguyên*, 226(4), 111-132.
- Manik, K. H., Sitompul, D., & Matondang, N. (2020). The Effect of Service Quality on Member Satisfaction and Member Loyalty of Cooperative [Credit Union] Mandiri-Medan. *International Journal of Research and Review*, 7(9), 225-230.
- Mouganie, P., Canaan, S., Fischer, S., & Schnorr, G. C. (2022). College Academic Coaching Can Increase College Success and Later Earnings. *Employment Research Newsletter*, 29(4), 1-3.
- Murray, M. (2001). *Beyond the Myths and Magic of Mentoring: How to Facilitate an Effective Mentoring Process*. Wiley.
- Nguyễn Thị Xuân Hương, Nguyễn Thị Phương, & Vũ Thị Hồng Loan. (2016). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên với điều kiện cơ sở vật chất và phục vụ của Trường Đại học Lâm nghiệp. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Lâm nghiệp*, 2(1), 163-172.
- Nguyễn Thanh Vũ, 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 (tháng 9).
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 57-67.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(3), 41-50.
- Phan Chí Anh, Nguyễn Thu Hà, & Nguyễn Huệ Minh. (2013). Nghiên cứu các mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ. *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh*, 29(1), 11-22.
- Sapri, M., Kaka, A., & Finch, E. (2009). Factors that influence student's level of satisfaction with regards to higher educational facilities services. *Malaysian Journal of Real Estate*, 4(1), 24-51.
- Teas, K. R. (1993). Expectations, performance evaluation, and consumers' perceptions of quality. *Journal of Marketing*, 57(4), 18-34.
- Trần Thị Kim Chi. (2019). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên về chất lượng các dịch vụ hỗ trợ tại trường Đại học Lạc Hồng. *Tạp chí Khoa*

học, 16(11), 775.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of Marketing*, 62(2), 35-48.

