

Nghiên cứu sự hài lòng của sinh viên Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế đối với việc đóng học phí trực tuyến

Trần Phan Khánh Trang*, Trần Thị Khánh Trâm*

*ThS. Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

Received: 28/12/2022; Accepted: 4/01/2023; Published: 9/01/2023

Abstract: Implementing the State's policy on limiting the use of cash in transactions as well as ensuring convenience and safety during the Covid-19 epidemic situation for students in Hue College of Economics in paying tuition fees. Hue College of Economics, Hue University has provided online tuition payment service. In the era of development of digital technology, optimizing services through modern technology with the motto of fast - safe - effective is applied by many institutes to bring the highest level of satisfaction for students. It can be said that student's satisfaction is the most important issue for universities in general and the Hue College of Economic, Hue University in particular. In this context, this study aims to examine what factors affect students' satisfaction when participating in online tuition payment, from which to propose some solutions for supervisors and service providers to improve the satisfaction of students.

Keywords: Online tuition payment, Hue college of Economics, Hue University, Student, Satisfaction

1. Đặt vấn đề

Cùng với xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt, việc thanh toán học phí thông qua các dịch vụ ngân hàng, đặc biệt là ngân hàng điện tử đang ngày càng trở nên phổ biến, nhất là khi Chính phủ ban hành Nghị quyết 02 /NQ-CP về đẩy mạnh thanh toán không dùng tiền mặt ở khu vực công. Phòng Kế hoạch - Tài chính, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế cũng đã có hướng dẫn cụ thể đến sinh viên (SV) toàn trường về việc đóng học phí trực tuyến qua hệ thống ngân hàng. Thanh toán học phí trực tuyến mang lại nhiều tiện ích vượt trội hơn hẳn so với giao dịch tiền mặt. SV sẽ không còn lo trễ hạn nộp học phí do quên sót, đồng thời, có thể dễ dàng thực hiện thanh toán ở bất cứ đâu. Nộp học phí qua hệ thống ngân hàng là giải pháp được nhiều phụ huynh, SV tin dùng bởi sự tiết kiệm thời gian, đồng thời cũng giúp nhà trường giảm được gánh nặng sao lưu chứng từ. Từ những ưu điểm đó, nhà quản lý tiếp tục nghiên cứu, mở rộng phạm vi chấp nhận thanh toán không dùng tiền mặt để xu hướng hiện đại này thực sự phát triển và phổ biến trong cộng đồng. Tuy nhiên, để phương thức này trở thành công cụ thực sự hữu ích và thuận tiện trong sử dụng thì việc khảo sát sự hài lòng của SV về việc đóng học phí trực tuyến là rất cần thiết để từ đó có những góp ý thiết thực cho nhà trường cũng như nhà cung cấp dịch vụ nhằm nâng cao hơn nữa sự hài lòng cho SV về việc đóng học phí trực tuyến.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết

Dịch vụ theo Philip Kotler là bất kỳ hoạt động hay lợi ích nào mà chủ thể này có thể cung cấp cho chủ thể kia, trong đó đối tượng cung cấp nhất định phải mang tính vô hình và không dẫn đến bất kỳ quyền sở hữu một vật nào cả, còn việc sản xuất dịch vụ có thể hoặc không cần gắn liền với một sản phẩm vật chất nào. Theo quy định tại Khoản 3 Điều 4 Luật giá năm 2012, dịch vụ là hàng hóa mang tính vô hình, trong quá trình sản xuất và tiêu dùng không hề tách rời nhau, bao gồm những loại dịch vụ trong hệ thống các ngành sản phẩm Việt Nam theo quy định của pháp luật. Một trong những loại hình dịch vụ đang ngày càng phát triển trong các trường học chính là dịch vụ đóng học phí trực tuyến. Theo Oliver (1981), sự hài lòng là phản ứng của người tiêu dùng đối với việc được đáp ứng những mong muốn. Cronin và Taylor (1992) đã kiểm định mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng, và đi đến kết luận rằng: cảm nhận chất lượng dịch vụ dẫn đến sự hài lòng của khách hàng, chất lượng dịch vụ là tiền đề của sự hài lòng khách hàng. Hiện nay, mô hình năm khoảng cách với bộ thang đo SERVQUAL (Parasuraman và cộng sự 1985, 1988) được nhiều tác giả sử dụng và kiểm định. Bằng việc đo lường sự cảm nhận về dịch vụ thông qua 5 thành phần chất lượng dịch vụ bao gồm: sự tin cậy, khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ, sự đồng cảm và phương tiện hữu hình. Tuy nhiên, cũng có các nghiên cứu kết luận rằng phương pháp luận của bộ thang đo này hơi phức tạp, có thể gặp

các vấn đề để xác định mong đợi của người dùng. Thang đo SERVPERF là một biến thể của thang đo SERVQUAL được xác định đầu tiên bởi Cronin và Taylor (1992). Ở thang đo này, chất lượng dịch vụ được đo bằng khoảng cách giữa mức độ cảm nhận và giá trị kỳ vọng và chất lượng dịch vụ chỉ dựa trên các đánh giá nhận thức của khách hàng về việc thực hiện các dịch vụ. Nhiều công trình đã chỉ ra những thiếu sót trong SERVQUAL và đồng thời thừa nhận những ưu điểm của SERVPERF. Cụ thể, Salomi và cộng sự (2005) nhấn mạnh rằng SERVPERF thuận tiện hơn vì các khách hàng được đánh giá bằng mô hình này mất ít thời gian hơn, do họ không phải phản ánh về kỳ vọng của họ, do đó, nó thực tế hơn.

2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất và các giả thuyết có liên quan

Từ những phân tích trên, trong mô hình nghiên cứu này, sự hài lòng của SV Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế đối với việc đóng học phí trực tuyến được đo lường chủ yếu dựa trên năm nhóm yếu tố cấu thành chất lượng dịch vụ theo thang đo SERVPERF (Cronin, Taylor, 1992). Tác giả sử dụng có điều chỉnh thang đo cho phù hợp với dịch vụ trực tuyến, yếu tố “phương tiện hữu hình” thành “phương tiện điện tử”. Theo đó, chất lượng dịch vụ đóng học phí trực tuyến bao gồm: phương tiện điện tử, sự tin cậy, khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ và sự đồng cảm. Qua tổng hợp các nghiên cứu về dịch vụ công, nhóm tác giả nhận thấy yếu tố giá cả hay chi phí dịch vụ được đưa vào các mô hình nghiên cứu trích dẫn đều có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng, do đó, tác giả bổ sung yếu tố: “giá cả” vào mô hình nghiên cứu sự hài lòng của SV Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế đối với việc đóng học phí trực tuyến. Như vậy, nhóm tác giả đưa ra các giả thuyết rằng các biến độc lập đều có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của SV đối với việc đóng học phí trực tuyến. Cụ thể như sau:

H₁: Phương tiện điện tử tác động tích cực đến sự hài lòng của SV đối với việc đóng học phí trực tuyến

H₂: Sự tin cậy tác động tích cực đến sự hài lòng của SV đối với việc đóng học phí trực tuyến

H₃: Khả năng đáp ứng tác động tích cực đến sự hài lòng của SV đối với việc đóng học phí trực tuyến

H₄: Năng lực phục vụ tác động tích cực đến sự hài lòng của SV đối với việc đóng học phí trực tuyến

H₅: Sự đồng cảm tác động tích cực đến sự hài lòng của SV đối với việc đóng học phí trực tuyến

H₆: Giá cả tác động tích cực đến sự hài lòng của SV đối với việc đóng học phí trực tuyến

2.3. Kết quả và thảo luận

Mẫu nghiên cứu được thu thập từ 245 SV hiện đang học tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế đã sử dụng dịch vụ đóng học phí trực tuyến. Với phương pháp chọn mẫu thuận tiện, nghiên cứu đã khảo sát trực tiếp và trực tuyến SV thông qua bảng câu hỏi từ tháng 9 năm 2022 đến tháng 11 năm 2022. Thang đo các khái niệm trong mô hình được thiết kế theo thang đo Likert 5 bậc được sử dụng, biến thiên từ 1: rất không đồng ý đến 5: rất đồng ý. Mẫu được phân bổ với nam chiếm 41,2% mẫu và nữ chiếm 58,8%. SV năm thứ ba chiếm tỷ lệ cao nhất (32,2%), tiếp đến là SV năm thứ hai (30,2%), SV năm thứ tư (26,5%) và cuối cùng là SV năm thứ nhất (27%).

Đầu tiên, nhóm tiến hành kiểm định độ tin cậy thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha. Kết quả kiểm định của các nhân tố trong mô hình từ 0,791 đến 0,890 đều lớn hơn 0,7; mức được chấp nhận theo yêu cầu, với hệ số tương quan biến tổng đều đạt giá trị trên 0,3. Không có hệ số alpha nào sau khi loại biến quan sát cao hơn hệ số alpha của biến. Do đó, tại bước kiểm định này, không có biến quan sát nào bị loại. Nhóm nghiên cứu tiếp tục tiến hành phân tích nhân tố khám phá (EFA) bằng cách sử dụng phương pháp trích Principle Components với phép xoay Varimax. Kết quả thu được cho thấy kết quả kiểm định KMO = 0,889, kiểm định Bartlett's có Sig. = 0,000, có trị số Eigenvalue ≥ 1 và hệ số tải nhân tố của các biến quan sát đều $> 0,5$ do đó các biến này có độ tin cậy và ý nghĩa thực tiễn. Các nhân tố này không có sự xáo trộn, nên tên biến được giữ nguyên (Phương tiện điện tử (PTĐT), sự tin cậy (STC), khả năng đáp ứng (KNĐU), năng lực phục vụ (NLPV), sự đồng cảm (SDC), giá cả (GC)).

Kết quả phân tích hồi quy của mô hình sự hài lòng của SV Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế đối với việc đóng học phí trực tuyến như sau: Giá trị kiểm định độ phù hợp của mô hình $F = 43,636$ và Sig. = 0,000 ($< 0,05$) nên mô hình được xem như phù hợp với tổng thể; hệ số phóng đại phương sai VIF chỉ dao động từ 1,309 đến 1,642 (nhỏ hơn 2), hệ số Tolerance đều $> 0,5$, do đó không có dấu hiệu của hiện tượng đa cộng tuyến và không có mối tương quan chặt chẽ giữa các biến độc lập. Hệ số R^2 hiệu chỉnh cho thấy các biến độc lập đưa vào ảnh hưởng 51,2% sự biến thiên của sự hài lòng của SV, còn lại là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Kết quả phân tích ANOVA có Sig. = 0,000 $< 0,05$ cho

thấy các biến trong mô hình có thể giải thích được sự thay đổi của biến phụ thuộc.

Phương trình hồi quy chuẩn hóa có dạng:

$$HL = 0,183*PTĐT + 0,130*STC + 0,252*KNĐU + 0,212*NLPV + 0,233*SDC$$

Kết quả hồi quy cho thấy, có 5 biến độc lập: phương tiện điện tử, sự tin cậy, khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ và sự đồng cảm đều có giá trị Sig. < 0,05 và các hệ số Beta đều > 0, do đó 5 biến độc lập này tác động thuận chiều và có ý nghĩa đến biến phụ thuộc sự hài lòng. Các giả thuyết H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , H_5 được chấp nhận. Duy chỉ có biến giá cả không có ý nghĩa thống kê do có giá trị Sig. = 0,584 > 0,05, giả thuyết H_6 bị bác bỏ.

Từ phương trình hồi quy có thể đánh giá được mức độ ảnh hưởng của 5 biến độc lập đến sự hài lòng của SV Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế đối với việc đóng học phí trực tuyến. Theo đó, khả năng đáp ứng là nhân tố tác động lớn nhất đến sự hài lòng, tiếp đến là sự đồng cảm, năng lực phục vụ, phương tiện điện tử và cuối cùng là sự tin cậy. Như vậy, đối với dịch vụ đóng học phí qua hệ thống ngân hàng, SV rất chú trọng đến khả năng đáp ứng của dịch vụ, vì dịch vụ này chủ yếu giao dịch qua các thiết bị điện tử chứ hầu như không gặp mặt trực tiếp nên sự sẵn sàng hỗ trợ SV khi đóng học phí trực tuyến và hệ thống giao dịch thông suốt, nhanh chóng luôn là điều SV quan tâm. Nhân tố sự đồng cảm có tác động mạnh thứ hai đến sự hài lòng; do đó, các ngân hàng cung cấp dịch vụ và nhà trường cần chủ động thông báo với SV khi có sự thay đổi biểu phí, lãi suất; chủ động liên hệ SV khi gặp sự cố, hiểu rõ nhu cầu đặc biệt và quan tâm đến SV sau khi giao dịch để nâng cao sự hài lòng cho SV. Năng lực phục vụ cũng là một yếu tố tác động đáng kể đến sự hài lòng của SV. Thực tế cho thấy việc thực hiện giao dịch đóng học phí trực tuyến nhanh chóng, chính xác; các biểu mẫu, thông tin dễ hiểu, dễ tiếp cận sẽ mang lại trải nghiệm thông suốt, tiết kiệm thời gian và chi phí, tạo nên sự hài lòng của SV. Phương tiện điện tử có tác động tích cực tiếp theo đến sự hài lòng; do đó, các ngân hàng và nhà trường cần đầu tư cải tiến các website, các ứng dụng dễ thao tác, tăng cường trang thiết bị máy móc hiện đại,... Cuối cùng, sự tin cậy là nhân tố tác động ít nhất đến sự hài lòng của SV, mức độ uy tín, bảo mật và an toàn luôn được SV quan tâm khi sử dụng dịch vụ đóng học phí trực tuyến.

3. Kết luận

Hiện nay, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế đã triển khai và áp dụng rộng rãi việc đóng học phí

trực tuyến cho SV. Tuy nhiên, để phương thức này trở thành công cụ thực sự hữu ích và thuận tiện trong sử dụng, cần phải đa dạng hóa cách thức thanh toán học phí không dùng tiền mặt cho SV như mở rộng thêm liên kết với các ví điện tử. Bên cạnh đó, khi công nghệ thông tin càng phát triển, các hình thức lừa đảo, lấy cắp thông tin trên mạng cũng tinh vi hơn, SV cần thận trọng khi cài thêm ứng dụng, chỉ muốn trung thành với 1-2 ứng dụng thanh toán uy tín là dễ hiểu. Do đó, khi liên kết và sử dụng với bất kỳ nhà cung cấp nào, nhà trường cần xem xét kỹ hồ sơ năng lực và các điều khoản về bảo mật thông tin. Trong bối cảnh Cách mạng công nghiệp 4.0, thanh toán điện tử đang trở thành xu hướng tất yếu vì sự tiện lợi, tính dễ sử dụng, phổ biến, đặc biệt là khi đại dịch Covid-19 thì việc phát triển thanh toán không dùng tiền mặt là cần thiết, góp phần giảm thiểu nguy cơ lây lan dịch bệnh. Thanh toán không dùng tiền mặt trong nộp học phí cho trường là một hình thức thuận tiện được nhiều phụ huynh, SV ủng hộ. Việc thanh toán học phí trực tuyến giúp giảm bớt chi phí về hóa đơn, biên lai giấy và thời gian thủ tục. Ngoài ra, nhà trường còn tiết kiệm được nguồn nhân lực thực hiện thu học phí và kiểm soát tiền mặt. Từ đây, việc quản lý học phí được thực hiện chính xác, an toàn và hiệu quả hơn. Bài nghiên cứu này giúp đánh giá mức độ hài lòng của SV Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế và từ đó góp phần cho nhà trường cũng như các ngân hàng cung cấp dịch vụ hoàn thiện hơn nữa dịch vụ này để nâng cao sự hài lòng cho SV khi đóng học phí trực tuyến.

Tài liệu tham khảo

1. Cronin, J. J. and Taylor, S. A. (1992), *Measuring service quality: a re-examination and extension*, Journal of Marketing, 6(7): 55-68.
2. Kotler, P., Keller, K. (2011), *Marketing management* (14th ed.), New York, NY: Pearson.
3. Parasuraman, A Parsu & Zeithaml, Valerie & Berry, Leonard. (1988), *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing, Vol. 62, No. 1, 1988.
4. Richard L. Oliver (1980), *A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions*, Journal of Marketing Research, Vol. 17, No.4, 460-469.
5. Vijay M. K (2011), *Factors affecting the customer satisfaction in e-banking: some evidences from India banks*, Management research and Practice, 3(4), 1-14.