

STUDY ON THE IMPACT OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF DONG THAP UNIVERSITY ON STUDENT SATISFACTION

Huynh Quoc Tuan^{1*}, Tran Ngoc Tu²

¹Dong Thap University, ²Sai Gon University

| ARTICLE INFO | | ABSTRACT |
|----------------------------------|------------------|---|
| Received: | 10/3/2021 | The study aims to examine the impact of social responsibility of Dong Thap University on student satisfaction. In order to do this study, the authors improve the target group dissertation (01 group of 07 lecturers and 01 group of 07 students) to adjust the scale and then directly interview 400 students studying at field (simple stratified and random sampling method is applied) for the quantitative research phase. Besides, the method of data analysis chosen by the authors is to evaluate the structural equation model according to the partial least squares method with the support of SmartPLS 3.0 tool. Research results have shown: Internal Management and society have a direct influence on social responsibility of Dong Thap University; Social responsibility of Dong Thap University has a direct impact on student satisfaction. Besides, in this study, no direct relationship between teaching and research activities and social responsibility of Dong Thap University has been found. |
| Revised: | 19/3/2021 | |
| Published: | 22/3/2021 | |
| KEYWORDS | | |
| Satisfaction | | |
| Student satisfaction | | |
| Social responsibility | | |
| University social responsibility | | |
| Dong Thap University | | |

NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐỒNG THÁP TỚI SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN NHÀ TRƯỜNG

Huỳnh Quốc Tuấn^{1*}, Trần Ngọc Tú²

¹Trường Đại học Đồng Tháp, ²Trường Đại học Sài Gòn

| THÔNG TIN BÀI BÁO | | TÓM TẮT |
|-----------------------------------|------------------|---|
| Ngày nhận bài: | 10/3/2021 | Nghiên cứu nhằm xem xét tác động của trách nhiệm xã hội trường Đại học Đồng Tháp tới sự hài lòng của sinh viên. Để thực hiện nghiên cứu này, nhóm tác giả tiến hành thảo luận nhóm mục tiêu (01 nhóm gồm 07 giảng viên và 01 nhóm gồm 07 sinh viên) để điều chỉnh thang đo và sau đó phỏng vấn trực tiếp 400 sinh viên đang học tập tại trường (phương pháp chọn mẫu phân tầng và ngẫu nhiên đơn giản được áp dụng) phục vụ cho giai đoạn nghiên cứu định lượng. Bên cạnh đó, phương pháp phân tích dữ liệu được nhóm tác giả lựa chọn là đánh giá mô hình phương trình cấu trúc theo phương pháp bình phương nhỏ nhất riêng phần với sự hỗ trợ của công cụ SmartPLS 3.0. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra: Quản trị nội bộ và xã hội có ảnh hưởng trực tiếp đến trách nhiệm xã hội trường Đại học Đồng Tháp; trách nhiệm xã hội trường Đại học Đồng Tháp có ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng sinh viên nhà trường. Bên cạnh đó, trong nghiên cứu này chưa tìm thấy mối quan hệ giữa trực tiếp giữa hoạt động giảng dạy và nghiên cứu với trách nhiệm xã hội trường Đại học Đồng Tháp. |
| Ngày hoàn thiện: | 19/3/2021 | |
| Ngày đăng: | 22/3/2021 | |
| TỪ KHÓA | | |
| Sự hài lòng | | |
| Sự hài lòng sinh viên | | |
| Trách nhiệm xã hội | | |
| Trách nhiệm xã hội trường đại học | | |
| Trường Đại học Đồng Tháp | | |

* Corresponding author. Email: hqtuan87@gmail.com

1. Giới thiệu

Trách nhiệm xã hội (SR) ngày càng trở thành một khái niệm quan trọng trong cuộc tranh luận về cách duy trì tính cạnh tranh và tính bền vững trong bối cảnh toàn cầu hóa. Ngày nay, người ta cảm thấy rằng các trường đại học đang tham gia chặt chẽ hơn, cụ thể hơn và tập trung hơn bao giờ hết vào sự phát triển của xã hội nói chung. Các cơ sở giáo dục đại học đóng một vai trò cốt yếu trong việc tạo ra tri thức cho xã hội. Các trường đại học thực hiện trách nhiệm xã hội (USR) bằng cách truyền bá và thực hiện bốn quy trình chính: giảng dạy, nghiên cứu, mở rộng quan hệ và quản trị nội bộ. Những điều này có tác động tương ứng thông qua việc cung cấp dịch vụ giáo dục và chuyển giao kiến thức dựa trên các nguyên tắc đạo đức, quản trị tốt, tôn trọng môi trường, tham gia xã hội và thúc đẩy các giá trị, do đó đáp ứng nhu cầu thực sự của USR [1].

Arambewela và Hall [2] cho rằng sự hài lòng của sinh viên là thước đo chất lượng dịch vụ giáo dục tốt nhất, điều này đã nhận được nhiều sự quan tâm nhất từ các tổ chức giáo dục đại học (HEI) đang tìm kiếm lợi thế cạnh tranh. Thách thức chính của các tổ chức này là hiểu và phân bổ nguồn lực của họ để đạt được sự hài lòng của sinh viên. Theo [3], nhận thức về chất lượng dịch vụ của khách hàng (tức là sinh viên) và nhận thức của các tổ chức (tức là các trường đại học) có thể không trùng nhau, vì vậy việc giám sát chất lượng dịch vụ trong các đơn vị tổ chức và dịch vụ khác nhau của HEI đã trở thành một thành phần cơ bản của quản lý các trường đại học đương đại. Theo [4], các nghiên cứu khác nhau đã tập trung vào USR và nhận thức của sinh viên về SR là chủ yếu (ví dụ: [5]). Tuy nhiên, cho đến nay, rất ít nghiên cứu đề cập đến quan điểm của sinh viên về các hoạt động SR trong các tổ chức giáo dục Đại học (ví dụ: [4], [6]).

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) đã được thảo luận rộng rãi trong những thập kỷ qua. CSR không dễ xác định, ví dụ: [7] đã chứng minh rằng có rất nhiều tài liệu về CSR và các khái niệm liên quan, nhưng vẫn không dễ để xác định chính xác định nghĩa CSR. Tuy nhiên, ý tưởng cốt lõi của CSR là nó phản ánh các phản ứng xã hội và hậu quả xã hội của sự thành công trong kinh doanh. “CSR là các hoạt động của công ty nhằm hành động theo cách có trách nhiệm với xã hội để bảo vệ và nâng cao các bên liên quan khác nhau có lợi ích trong công ty, cộng đồng nơi nó hoạt động, môi trường xung quanh nó, và xã hội” [8, tr. 454].

Trường đại học là một bộ phận của xã hội và xác định CSR là một nghĩa vụ trong quá trình tạo ra tri thức mới và đào tạo con người đóng góp cho xã hội. Trường đại học cung cấp các dịch vụ lâu dài cho sinh viên, với các mối quan hệ phức tạp với nhiều bên như phụ huynh, người hướng dẫn, các ngành công nghiệp, viện chuyên môn, chính phủ và cựu sinh viên [9]. Do đó, khái niệm CSR liên quan đến tất cả các bên liên quan có cùng ý nghĩa đối với trách nhiệm của trường đại học cũng như đối với các công ty. Theo định nghĩa, một trong những vai trò chính của trường đại học là cung cấp các hoạt động CSR, ví dụ: dịch vụ học thuật cho xã hội. Nghiên cứu này xem xét CSR về mặt trách nhiệm xã hội của trường đại học (USR).

Trách nhiệm xã hội trường đại học (USR) là khả năng trường đại học phổ biến và thực hiện một loạt các nguyên tắc chung và giá trị cụ thể, sử dụng 4 quy trình chính: Quản trị nội bộ, giảng dạy, nghiên cứu và xã hội, thông qua việc cung cấp các dịch vụ giáo dục và chuyển giao kiến thức theo các nguyên tắc đạo đức, quản trị tốt, tôn trọng môi trường, gắn kết xã hội và thúc đẩy các giá trị.

Sự hài lòng của sinh viên có thể được hiểu là một thái độ ngắn hạn do đánh giá trải nghiệm giáo dục của sinh viên. Cách tiếp cận tiếp theo là xem sinh viên như một người tiêu dùng hoặc khách hàng. Việc đo lường sự hài lòng của sinh viên trong giáo dục đại học tuân theo cùng một phương pháp được sử dụng trong đo lường sự hài lòng của khách hàng nói chung [10]. Do đó, sự hài lòng của sinh viên được định nghĩa là sự khác biệt giữa kỳ vọng trước đó và kết quả đạt được sau khi trải nghiệm dịch vụ giáo dục [11], nghĩa là mức độ trải nghiệm giáo dục của sinh viên đáp ứng hoặc vượt quá mong đợi của họ [12].

Nghiên cứu về hoạt động USR cũng đã thu hút được sự quan tâm của các nhà nghiên cứu trong và ngoài nước, có thể kể đến:

Nhóm tác giả Giuffré và Ratto trong nghiên cứu “Một mô hình mới trong giáo dục đại học: Trách nhiệm xã hội của trường đại học (USR)” cho thấy vai trò trách nhiệm xã hội của trường đại học (USR) như một vấn đề có liên quan trong sự thỏa hiệp của các tổ chức giáo dục đại học hiện đại [13].

Nhóm tác giả Plungpongpan và cộng sự trong nghiên cứu “Trách nhiệm xã hội của trường đại học và hình ảnh thương hiệu của các trường đại học tư thục ở Bangkok” cho thấy nhiều trường đại học đã vượt ra ngoài các yêu cầu cơ bản về đảm bảo chất lượng. Các giám đốc điều hành trường đại học đã nói về USR không chỉ đơn giản là đáp ứng các yêu cầu đảm bảo chất lượng của chính phủ. USR có thể đóng góp vào tính cạnh tranh và nó giúp tạo ra những sinh viên tốt nghiệp tốt hơn, có trách nhiệm hơn với xã hội [14].

Nhóm tác giả Vázquez và cộng sự trong nghiên cứu “Trải nghiệm của sinh viên về trách nhiệm xã hội trường đại học, sự hài lòng và chất lượng dịch vụ” cho thấy cấu trúc gồm sáu yếu tố giải thích quan điểm của sinh viên về USR, trong đó chỉ quản lý nội bộ mới ảnh hưởng đến nhận thức chung. Tương tự như vậy, chất lượng dịch vụ và sự hài lòng có mối tương quan chặt chẽ với nhau [15].

Nhóm tác giả Santos và cộng sự trong nghiên cứu “Một tiếp cận đối với trách nhiệm xã hội của trường đại học là tiền đề của sự hài lòng của sinh viên” cho thấy rằng nhận thức của sinh viên về USR ảnh hưởng đến sự hài lòng sinh viên; tổng thể USR ảnh hưởng đến sự hài lòng sinh viên và nhận thức của sinh viên về USR ảnh hưởng đến tổng thể USR [16].

Tác giả Huỳnh Quốc Tuấn và Phạm Quang Vinh trong nghiên cứu “Tác động của hình ảnh thương hiệu trường Đại học Đồng Tháp đến sự hài lòng và ý định truyền miệng tích cực của sinh viên” cho thấy sự hài lòng của sinh viên bị ảnh hưởng trực tiếp bởi hình ảnh thương hiệu trường Đại học Đồng Tháp và sự hài lòng sinh viên là tiền đề dẫn đến ý định truyền miệng tích cực của sinh viên về trường [17].

Tác giả Hà Văn Vương với quan điểm của mình trong “Bảo đảm thực hiện trách nhiệm xã hội của các trường Đại học trong giai đoạn hiện nay” đã đưa ra định nghĩa mới về trách nhiệm xã hội của trường Đại học, cũng như chỉ rõ nhiệm vụ mà các bên hữu quan phải thực hiện, xác định những điều kiện cần để họ bảo đảm thực hiện được các nhiệm vụ đó [18].

Nhóm tác giả Vázquez và cộng sự trong nghiên cứu “Thái độ trách nhiệm xã hội và ảnh hưởng hành vi tới sự hài lòng của sinh viên Đại học” đã nhấn mạnh đến một bên liên quan cụ thể trong các trường đại học, cụ thể là sinh viên, và cách thức đạt được sự hài lòng của họ thông qua USR. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chỉ ra sự tham gia của sinh viên có tác động trực tiếp đến hoạt động trường Đại học và sự hài lòng của sinh viên [19].

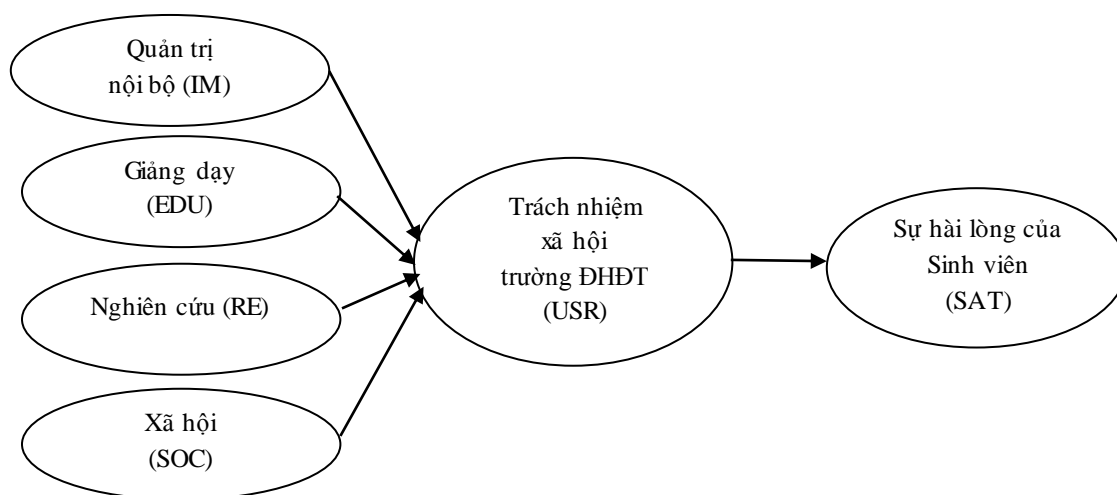
Nhóm tác giả Santos và cộng sự trong nghiên cứu “Tìm hiểu ảnh hưởng của trách nhiệm xã hội đối với chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của sinh viên trong giáo dục đại học” cho thấy USR đóng góp trực tiếp nhất vào chất lượng giáo dục thông qua các tác động nhận thức của USR. Kết quả của nghiên cứu này cũng chứng minh rằng một chiến lược tập trung vào phát triển bền vững (tức là thúc đẩy một trường đại học có trách nhiệm) ảnh hưởng đến nhận thức và chức năng tích cực của sinh viên như một tiền đề của chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của sinh viên [20].

Ngoài ra, một đánh giá về các nghiên cứu liên quan cho thấy rất ít nghiên cứu về việc áp dụng SR của công ty (CSR) trong bối cảnh giáo dục. Các nghiên cứu này cũng cho thấy sự thiếu nhất trí về một khung khái niệm để phân tích cách các trường đại học đang thực hiện các nguyên tắc USR trong quản lý của họ. Trên cơ sở lược khảo các nghiên cứu liên quan, tác giả nhận thấy rằng cần thực hiện nghiên cứu để lấp đầy khoảng trống tri thức, cụ thể là nhận thức của sinh viên về hoạt động trách nhiệm xã hội tại trường Đại học và cũng như tác động của nó đến sự hài lòng của sinh viên. Theo tác giả, vấn đề nghiên cứu này ít được xem xét trong bối cảnh các trường đại học ở Việt Nam, đặc biệt là tại trường Đại học Đồng Tháp (ĐHĐT) thì chưa tìm thấy những nghiên cứu như vậy được thực hiện trước đó. Do đó tác giả quyết định thực hiện nghiên cứu với mục tiêu xem xét tác động của các thành phần cấu thành trách nhiệm xã hội trường ĐHĐT đến sự hài lòng của sinh viên nhà trường.

2. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, dựa trên cơ sở lược khảo các nghiên cứu trước, đặc biệt là nghiên cứu [16], [21], tác giả đã tiếp cận hoạt độngUSR gồm 04 nội dung: Quản trị nội bộ, giáo dục, nghiên cứu và xã hội. Hơn thế, theo [21] đã chỉ ra nội dung quản trị nội bộ, xã hội có ảnh hưởng trực tiếp và tích cực đếnUSR cũng nhưUSR có ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng của sinh viên. Bên cạnh đó, dựa vào [16] đã chứng tỏ có mối quan hệ trực tiếp giữa hoạt động giáo dục và nghiên cứu đếnUSR. Từ đó các giả thuyết, cũng như mô hình nghiên cứu (Hình 1) được đề xuất:

- H_1 : Quản trị nội bộ ảnh hưởng trực tiếp và cùng chiều đến trách nhiệm xã hội trường ĐHĐT;
 H_2 : Giáo dục ảnh hưởng trực tiếp và cùng chiều đến trách nhiệm xã hội trường ĐHĐT;
 H_3 : Nghiên cứu ảnh hưởng trực tiếp và cùng chiều đến trách nhiệm xã hội trường ĐHĐT;
 H_4 : Xã hội ảnh hưởng trực tiếp và cùng chiều đến trách nhiệm xã hội trường ĐHĐT;
 H_5 : Trách nhiệm xã hội trường ĐHĐT ảnh hưởng trực tiếp và cùng chiều đến sự hài lòng của sinh viên.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Thang đo mà nhóm tác giả sử dụng đo lường các khái niệm nghiên cứu dựa trên kế thừa từ các thang đo của các nghiên cứu trước đó cùng với kết quả nghiên cứu định tính (thảo luận nhóm mục tiêu). Cụ thể: đối với thang đo “Quản trị nội bộ” gồm các biến IM_1, IM_2, IM_3, IM_4 dựa vào [21]; thang đo “Giảng dạy” gồm các biến EDU_1, EDU_2 dựa vào [14] và EDU_3, EDU_4, EDU_5 (kết quả nghiên cứu định tính); thang đo “Nghiên cứu” gồm các biến RE_1, RE_2 dựa vào [21] và RE_3 (kết quả nghiên cứu định tính); thang đo “Xã hội” gồm các biến $SOC_1, SOC_2, SOC_3, SOC_4$ (kết quả từ nghiên cứu định tính); thang đo “Trách nhiệm xã hội trường ĐHĐT” gồm các biến USR_1, USR_2, USR_3 dựa vào [21] và USR_4 (kết quả nghiên cứu định tính); thang đo “Sự hài lòng sinh viên” gồm các biến $SAT_1, SAT_2, SAT_3, SAT_4$ dựa vào [21]. Giai đoạn nghiên cứu định lượng, xuất phát từ tổng thể nghiên cứu là toàn bộ sinh viên đang học tập tại trường (6.800 sinh viên), trong đó: sinh viên ngành sư phạm chiếm 65% và ngoài sư phạm chiếm 35%. Với cỡ mẫu dự kiến là 400 và để chọn được 400 sinh viên tham gia khảo sát, trước hết nhóm tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu phân tầng để xác định số lượng sinh viên của từng nhóm (sư phạm và ngoài sư phạm) tham gia vào mẫu khảo sát, theo đó số lượng sinh viên ngành ngoài sư phạm cần khảo sát là 260 sinh viên ($400 \times 65\%$) và số lượng sinh viên ngành sư phạm cần khảo sát là 140 sinh viên ($400 \times 35\%$). Tiếp theo để chọn sinh viên trong từng nhóm tham gia khảo sát, nhóm tác giả dựa trên khung chọn mẫu (danh sách sinh viên) của từng nhóm và sử dụng hàm RandBetween trong Excel để chọn mẫu ngẫu nhiên. Dữ liệu được khảo sát từ 10/12/2020 đến 25/12/2020. Với tổng số phiếu

thực hiện khảo sát là 400 phiếu, số phiếu thu về là 395 phiếu, số phiếu đạt yêu cầu là 378 phiếu. Cụ thể, thông tin về mẫu nghiên cứu hợp lệ ($n = 378$) được tác giả trình bày ở Bảng 1.

Để kiểm tra mô hình nghiên cứu, nghiên cứu này sử dụng công cụ SmartPLS 3.0, áp dụng sơ đồ trọng số đường dẫn. Nhóm nghiên cứu đã áp dụng phương pháp tiếp cận hai bước [22]. Bước đầu tiên là phân tích nhân tố xác nhận. Trong bước này nhà nghiên cứu có thể xác nhận độ tin cậy và tính hợp lệ. Bước thứ hai là phân tích mô hình phương trình cấu trúc để đánh giá các giả thuyết nghiên cứu.

Bảng 1. Thông tin mẫu nghiên cứu ($n = 378$)

| Đặc điểm | Mẫu dự kiến ($n = 400$) | | Mẫu thực tế ($n = 378$) | | |
|------------------|---------------------------|-------------|---------------------------|-------------|-----|
| | Tần số | Phần trăm | Tần số | Phần trăm | |
| Đôi tượng | Ngành sư phạm | 260 | 65% | 240 | 63% |
| | Ngành ngoài sư phạm | 140 | 35% | 138 | 37% |
| Năm học | Năm nhất | 80 | 20% | 76 | 20% |
| | Năm hai | 100 | 25% | 98 | 26% |
| | Năm ba | 100 | 25% | 95 | 25% |
| | Năm tư | 120 | 30% | 110 | 29% |
| Tổng | 400 | 100% | 378 | 100% | |

(Nguồn: Kết quả từ phân tích dữ liệu của tác giả, 2021)

3. Kết quả và thảo luận

3.1. Đánh giá kết quả mô hình đo lường

Việc đánh giá mô hình đo lường kết quả bao hàm độ tin cậy tổng hợp để đánh giá tính nhất quán nội tại, độ tin cậy riêng của từng thang đo/biến và phương sai trích trung bình (average variance extracted-AVE) nhằm đánh giá giá trị hội tụ và tiêu chí Fornell-Larcker được dùng để đánh giá giá trị phân biệt.

Trước tiên, mô hình được đánh giá giá trị hội tụ. Việc này được đánh giá thông qua các yếu tố bao gồm: hệ số tải, độ tin cậy tổng hợp (CR) và trích xuất phương sai trung bình (AVE). Bảng 2 cho thấy tất cả các hệ số tải nhân tố đều vượt quá giá trị đề nghị là 0,6 [23], trích trong [24]. Giá trị độ tin cậy tổng hợp giao động từ 0,841 – 0,925 và đều vượt quá giá trị đề xuất là 0,7 trong khi phương sai trích xuất trung bình vượt quá giá trị đề xuất là 0,5 [25].

Thứ hai, là đánh giá giá trị phân biệt giữa các khái niệm, điều này được chỉ ra bởi sự tương quan thấp giữa biến quan sát đo lường cho một khái niệm liên quan và các biến quan sát đo lường cho khái niệm khác. Theo đó, Bảng 3 cho thấy rằng giá trị căn bậc hai của AVE (giá trị nằm trên đường chéo) của mỗi khái niệm lớn hơn các hệ số tương quan tương ứng của khái niệm đó với các khái niệm khác trong mô hình nghiên cứu. Điều này chứng minh cho giá trị phân biệt của các khái niệm [26].

Bảng 2. Kết quả độ tin cậy và giá trị hội tụ của thang đo

| Thang đo (Constructs) | Biến quan sát (Items) | Hệ số tải nhân tố (Factor Loading) | Độ tin cậy tổng hợp (CR) | Phương sai trích bình quân (AVE) |
|--------------------------------------|-----------------------|------------------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| Quản trị nội bộ (IM) | 04 | 0,803 – 0,822 | 0,887 | 0,662 |
| Giảng dạy (EDU) | 05 | 0,711 – 0,853 | 0,897 | 0,636 |
| Nghiên cứu (RE) | 03 | 0,767 – 0,839 | 0,841 | 0,639 |
| Xã hội (SOC) | 04 | 0,821 – 0,862 | 0,908 | 0,712 |
| Trách nhiệm xã hội trường ĐHQG (USR) | 04 | 0,823 – 0,883 | 0,916 | 0,733 |
| Sự hài lòng của SV (SAT) | 04 | 0,810 – 0,903 | 0,925 | 0,755 |

(Nguồn: Kết quả từ phân tích dữ liệu của tác giả, 2021)

Bảng 3. Đánh giá giá trị phân biệt của thang đo dựa trên tiêu chuẩn Fornell-Larcker

| Khái niệm | Giảng dạy | Nghiên cứu | Quản trị nội bộ | Sự hài lòng của SV | Trách nhiệm xã hội trường ĐHĐT | Xã hội |
|--------------------------------|--------------|--------------|-----------------|--------------------|--------------------------------|--------------|
| Giảng dạy | 0,798 | | | | | |
| Nghiên cứu | 0,244 | 0,799 | | | | |
| Quản trị nội bộ | 0,635 | 0,348 | 0,814 | | | |
| Sự hài lòng của SV | 0,507 | 0,332 | 0,458 | 0,869 | | |
| Trách nhiệm xã hội trường ĐHĐT | 0,565 | 0,245 | 0,611 | 0,482 | 0,856 | |
| Xã hội | 0,622 | 0,210 | 0,645 | 0,496 | 0,779 | 0,844 |

(Nguồn: Kết quả từ phân tích dữ liệu của tác giả, 2021)

3.2. Đánh giá mô hình cấu trúc

Chương trình PLS có thể tạo số liệu thống kê T để kiểm tra mức độ quan trọng của cả mô hình bên trong và bên ngoài, sử dụng một thủ tục gọi là “bootstrapping”. Trong quy trình này, một số lượng lớn các mẫu con (ví dụ: 5000) được lấy từ mẫu ban đầu và thay thế để tạo ra sai số chuẩn của bootstrap, do đó cung cấp các giá trị T gần đúng để kiểm tra ý nghĩa của cấu trúc đường dẫn. Kết quả Bootstrap xấp xỉ mức bình thường của dữ liệu. Sau khi hoàn tất thủ tục bootstrapping, kết quả như được trình bày ở Bảng 4.

Bảng 4. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc

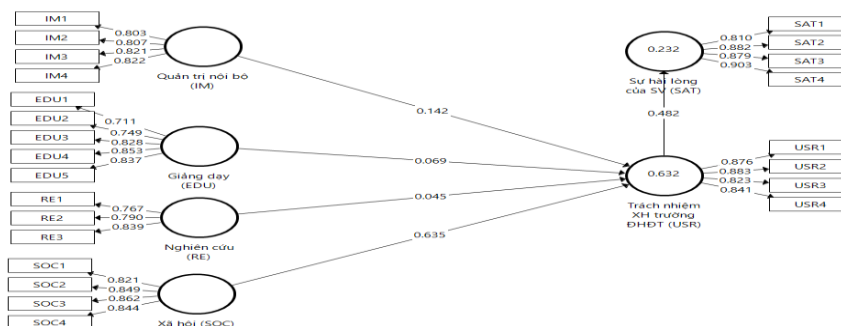
| Biến phụ thuộc | Biến độc lập | Mức tác động | Kiểm định t | Mức ý nghĩa thống kê | Giả thuyết | Kiểm định giả thuyết | Ghi chú |
|--|--------------|--------------|-------------|----------------------|----------------|----------------------|----------|
| USR (R ² = 0,632) | ← IM | 0,142 | 2,925 | 0,004 | H ₁ | Chấp nhận | Lần đầu |
| | ← EDU | 0,069 | 1,332 | 0,184 | H ₂ | Bác bỏ | |
| | ← RE | 0,045 | 1,321 | 0,187 | H ₃ | Bác bỏ | |
| | ← SOC | 0,635 | 14,739 | 0,000 | H ₄ | Chấp nhận | |
| SAT (R ² = 0,232) | ← USR | 0,482 | 11,443 | 0,000 | H ₅ | Chấp nhận | |
| USR (R ² = 0,628) | ← IM | 0,186 | 4,157 | 0,000 | H ₁ | Chấp nhận | Lần cuối |
| | ← SOC | 0,659 | 17,449 | 0,000 | H ₄ | Chấp nhận | |
| SAT (R ² = 0,233) | ← USR | | | | H ₅ | Chấp nhận | |

(Nguồn: Kết quả từ phân tích dữ liệu của tác giả, 2021)

Bảng 5. Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình

| Tham số | Mô hình bão hòa (Saturated Model) | Mô hình ước lượng (Estimated Model) |
|-------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| SRMR | 0,062 | 0,079 |
| d_ ULS | 0,527 | 0,856 |
| d_ G | 0,274 | 0,289 |
| Chi-Square | 594,007 | 616,528 |
| NFI | 0,849 | 0,844 |
| RMS (Theta) | | 0,173 |

(Nguồn: Kết quả từ phân tích dữ liệu của tác giả, 2021)



Hình 2. Kết quả mô hình cấu trúc tuyến tính PLS-SEM
(Nguồn: Kết quả từ phân tích dữ liệu của tác giả, 2021)

Để đánh giá mức độ phù hợp của mô hình, nhóm tác giả dựa vào các tham số như được trình bày ở Bảng 5 và cho thấy các thông số đạt yêu cầu để đảm bảo mô hình là phù hợp. Kết quả sau khi xem xét hệ số đường dẫn cho mô hình bên trong, chúng ta có thể khám phá mô hình bên ngoài bằng cách kiểm tra thống kê T trong cửa sổ “Tài bên ngoài (Means, STDEV, T-value)”. Như được trình bày trong Bảng 4, ba trong số các thống kê T lớn hơn 1,96, vì vậy chúng ta có thể nói rằng tải của mô hình bên ngoài là rất đáng kể. Vì vậy H_1 , H_4 và H_5 được chấp nhận. Tất cả các kết quả này hoàn thành phân tích cơ bản về PLS-SEM trong nghiên cứu của chúng tôi. Kết quả PLS-SEM được thể hiện trong Hình 2.

4. Kết luận

Nghiên cứu về tác động của trách nhiệm xã hội trường ĐHĐT tới sự hài lòng của sinh viên nhà trường, kết quả nghiên cứu đã chỉ ra trách nhiệm xã hội trường ĐHĐT thể hiện ở hai khía cạnh là quản trị nội bộ và xã hội, trong đó yếu tố xã hội ảnh hưởng mạnh nhất đến trách nhiệm xã hội trường ĐHĐT. Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy trách nhiệm xã hội trường ĐHĐT có ảnh hưởng trực tiếp và cùng chiều đến sự hài lòng của sinh viên. Tuy nhiên, trong nghiên cứu này cũng còn một số hạn chế nhất định: *Thứ nhất*, sự hài lòng của sinh viên khi học tập tại trường ĐHĐT không chỉ ảnh hưởng bởi trách nhiệm xã hội của nhà trường mà còn nhiều yếu tố khác, có thể là chất lượng dịch vụ, thương hiệu nhà trường,... nên các nghiên cứu tiếp theo cần đề cập đến nhiều yếu tố khác hơn ngoài trách nhiệm xã hội trường Đại học để xem xét ảnh hưởng của chúng đến sự hài lòng sinh viên. *Thứ hai*, nghiên cứu này chưa thực hiện kiểm định sự khác biệt về mức độ ảnh hưởng giữa các yếu tố dựa trên tiêu thức nhân khẩu học,... nên các nghiên cứu tiếp theo cần thực hiện phân tích để nhà trường có cơ sở đưa ra các quyết định phù hợp và hiệu quả.

Lời cảm ơn

Nghiên cứu này được hỗ trợ bởi đề tài mã số SPD2020.01.22.

TÀI LIỆU THAM KHẢO/ REFERENCES

- [1] F. Vallaey, “La responsabilidad social de la Universidad,” 2005. [Online]. Available: <http://palestra.pucp.edu.pe>. [Accessed Dec. 20, 2020].
- [2] R. Arambewela and J. Hall, “A Comparative Analysis of International Education Satisfaction Using SERVQUAL,” *Journal of Services Research*, vol. 6, pp. 141–163, 2006.
- [3] K. Abouhedid and R. Nasser, “Assuring quality service in higher education: registration and advising attitudes in a private university in Lebanon,” *Quality Assurance in Education*, vol. 10, no. 4, pp. 198–206, 2002.
- [4] M. Burcea and P. Marinescu, “Students’ Perceptions on Corporate Social Responsibility at the Academic Level. Case Study: The Faculty of Administration and Business, University of Bucharest,” *Amfiteatru Economic Journal Provided*, vol. 13, pp. 207–220, 2011.

- [5] R. Panwar, E. Hansen, and R. Anderson, "Students' perceptions regarding CSR success of the US forest products industry," *Social Responsibility Journal*, vol. 6, no. 1, pp. 18–32, 2010.
- [6] D. Setó-Pamies, M. Domingo-Vernis, and N. Rabassa-Figueras, "Corporate social responsibility in management education: Current status in Spanish universities," *Journal of Management & Organization*, vol. 17, no.5, pp. 604–620, 2011.
- [7] D. Matten and J. Moon, "Implicit' and 'explicit' CSR: a conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility," *Academy of Management Review*, vol. 33, pp. 404–424, 2008.
- [8] D. West, J. Ford, and E. Ibrahim, *Strategic Marketing: Creating Competitive Advantage*, 2nd ed. OXFORD University Press, New York, 2010.
- [9] Y. J. Moogan, "Can a higher education institution's marketing strategy improve the student-institution match?" *International Journal of Educational Management*, vol. 25, no. 6, pp. 570-589, 2011.
- [10] K. M. Elliott, M. A. Healy, D. E. Rosen, T. B. Greenlee, S. G. Arnold, and K. E. Voss, "Key Factors Influencing Student Satisfaction Related to Recruitment and Retention," *Journal of Marketing for Higher Education*, vol. 10, no. 4, pp. 1-11, 2001.
- [11] C. Munteanu, C. Ceobanu, C. Bobâlcă, and O. Anton, "An analysis of customer satisfaction in a higher education context," *International Journal of Public Sector Management*, vol. 23, no. 2, pp. 124–140, 2010.
- [12] S. L. Juillerat, "Investigating a two-dimensional approach to the assessment of student satisfaction: Validation of the student satisfaction inventory," Ph.D. dissertation, Temple University, Philadelphia 1995.
- [13] L. Giuffrè and S. E. Ratto, "A New Paradigm in Higher Education: University Social Responsibility (USR)," *Journal of Education and Human Development*, vol. 3, no. 1, pp. 231–238, 2014.
- [14] J. Plungpongpan, L. Tiangsoongnern, and M. Speece, "University social responsibility and brand image of private universities in Bangkok Jirawan," *International Journal of Educational Management*, vol. 30, no. 4, pp. 571–591, 2016.
- [15] J. L. Vázquez, C. L. Aza, and A. L. Lanero, "Students' experiences of university social responsibility and perceptions of satisfaction and quality of service," *Ekonomski Vjesnik*, vol. 28, no. 2, pp. 25–39, 2015.
- [16] G. Santos, D. Dias, E. Justino, and C. Marques, "An Approach To University Social Responsibility As Forerunner of Students' Satisfaction," *Proceedings of EDULEARN19 Conference*, Palma, Mallorca, Spain, 1st-3rd July 2019, vol. 1, pp. 8477–8485.
- [17] T. Q. Huynh and V. Q. Pham, "The impact of Dong Thap University's brand image on student satisfaction and positive word of mouth," (in Vietnamese), *Journal of Economic and Forecast*, no. 9, pp. 25–28, 2019.
- [18] H. Van Vuong, "In the current period, the social responsibilities of universities is being guaranteed," *TNU Journal of Science and Technology*, vol. 225, no. 07, pp. 356–361, 2020.
- [19] D. Gallardo-Vázquez, J. A. Folgado-Fernández, F. Hipólito-Ojalvo, and L. E. Valdez-Juárez, "Social responsibility attitudes and behaviors' influence on university students' satisfaction," *Social Sciences*, vol. 9, no. 2, 2020, Art. no. 8.
- [20] G. Santos, C. S. Marques, E. Justino, and L. Mendes, "Understanding social responsibility's influence on service quality and student satisfaction in higher education," *Journal of Cleaner Production*, vol. 256, 2020, Art. no. 120597.
- [21] J. L. Vázquez, C. López-Aza, and A. L. Lanero, "University social responsibility as antecedent of students' university experience," *Responsibility and Sustainability*, vol. 3, no. 3, pp. 33–46, 2015.
- [22] J. C. Anderson and D. W. Gerbing, "Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach," *Psychological Bulletin*, vol. 103, no. 3, pp. 411–423, 1988.
- [23] W. W. Chin, R. A. Peterson, and S. P. Brown, "Structural equation modeling in marketing: Some practical reminders," *Amfiteatru Economic Journal Provided*, vol. 16, no. 4, pp. 287–298, 2008.
- [24] N. Van Anh and N. T. P. Thao, "The applying of american customer satisfaction index in vietnam – a case in mobile phone service," *Journal of Economics and Business Studies*, vol. 30, pp. 0–23, 2019.
- [25] J. J. F. Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE, Los Angeles, 2014.
- [26] C. Fornell and D. F. Larcker, "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, vol. 18, no. 1, pp. 39–50, 1981.