

## ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN ĐỐI VỚI CHẤT LƯỢNG ĐÀO TẠO CỦA KHOA KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH TRƯỜNG ĐẠI HỌC CẦN THƠ GIAI ĐOẠN NĂM 2012-2013

Nguyễn Thị Bảo Châu<sup>1</sup> và Thái Thị Bích Châu<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ

### Thông tin chung:

Ngày nhận: 13/08/2013

Ngày chấp nhận: 31/10/2013

### Title:

Assessing the level of student satisfaction with the quality of training of the school of economics – business administration at Can Tho University a period of years 2012-2013

### Từ khóa:

Sự hài lòng, mức độ hài lòng, chất lượng dịch vụ, chất lượng dịch vụ đào tạo

### Keywords:

Satisfaction, the level of satisfaction, the service quality, the training service quality

### ABSTRACT

The study was conducted to assess the level of student satisfaction with the quality of training of the School of Economics - Business Administration at Can Tho University, Vietnam. The data were collected from 155 economic students by stratified random sampling. Exploratory Factor Analysis (EFA) and Structural Equation Modelling (SEM) were used to determine the factors affecting student satisfaction on the quality of training. Research results have shown two groups affecting the students' satisfaction: (1) Manners, the capacity of lecturers and (2) Facilities. In general, the economic students showed that they felt satisfied with the quality of the training of the School.

### TÓM TẮT

Nghiên cứu được thực hiện nhằm đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên khối ngành Kinh tế đối với chất lượng đào tạo của Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ. Số liệu sử dụng trong nghiên cứu được thu thập từ 155 sinh viên kinh tế theo phương pháp phân tầng ngẫu nhiên. Phương pháp phân tích nhân tố EFA và mô hình cấu trúc tuyến tính SEM được sử dụng để xác định các nhóm nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng đào tạo. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra 2 nhóm có ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên, đó là "Tác phong, năng lực của giảng viên" và "Cơ sở vật chất", nhìn chung sinh viên kinh tế cảm thấy hài lòng với chất lượng đào tạo của Khoa.

## 1 GIỚI THIỆU

Hội nhập quốc tế đã tạo điều kiện cho Việt Nam phát triển kinh tế xã hội, giao lưu học hỏi, tiếp thu kiến thức mới và chuyên giao khoa học công nghệ, chia sẻ kinh nghiệm lẫn nhau. Hòa chung xu thế, việc quốc tế hóa hệ thống các trường đại học cũng là một điều hiển nhiên, đây vừa là cơ hội, vừa là thách thức và áp lực đối với các Viện, Trường nhằm nâng cao chất lượng giáo dục nước ta. Gần đây, đa số các trường đại học ở Việt Nam cũng ngày càng chú trọng đến việc xây dựng và hoàn thiện công tác quản lý, quy hoạch, thiết kế,

giảng dạy và nghiên cứu nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng đào tạo để có thể đáp ứng một cách tốt nhất về nhu cầu nguồn nhân lực không chỉ trong nước mà còn ở nước ngoài. Trường Đại học Cần Thơ được xem là trường đại học trung tâm của vùng đồng bằng sông Cửu Long, mỗi năm có hàng chục ngàn sinh viên đăng ký dự thi vào các ngành của trường. Trong đó, Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh là một trong những khoa có số lượng đăng ký rất đông. Với nhiệm vụ chính là giảng dạy những ngành thuộc lĩnh vực kinh tế, quản trị kinh doanh, khoa đã tập trung xây dựng, hoàn thiện về

cơ sở vật chất, cũng như đội ngũ giảng viên, nhân viên để ngày càng nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ đào tạo của khoa nói riêng và của trường nói chung.

Có thể nói chất lượng dịch vụ đào tạo là điều kiện tồn tại và phát triển của bất kỳ một đơn vị nào trong lĩnh vực giáo dục. Chất lượng dịch vụ phải được đánh giá bởi chính những khách hàng đang sử dụng chứ không phải chỉ theo các tiêu chuẩn kỹ thuật, số lượng hay các quy định. Khi giáo dục đào tạo là một loại hình dịch vụ điều này đồng nghĩa với các cơ sở giáo dục trở thành các đơn vị cung cấp dịch vụ. Đối tượng khách hàng chủ yếu là sinh viên vì họ là đối tượng trực tiếp của quá trình đào tạo và cũng là “sản phẩm” chính nên ý kiến phản hồi của sinh viên về sự hài lòng đối với giảng viên, cơ sở vật chất, cũng như quy trình và nội dung giảng dạy có một ý nghĩa nhất định, giúp cho khoa và trường có những điều chỉnh hợp lý nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của sinh viên và nhu cầu xã hội. Đề tài “Đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng đào tạo của khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh Trường Đại học Cần Thơ” được thực hiện để giúp cho Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh có cơ sở khoa học nhằm nâng cao chất lượng đào tạo cho sinh viên.

Theo Kotler và Keller (2006) sự hài lòng là trạng thái của mức độ cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh nhận thức về một sản phẩm so với mong đợi của người đó. Oliver (1999) và Zineldin (2000) sự hài lòng của khách hàng là sự phản hồi tình cảm/ toàn bộ cảm nhận của khách hàng đối với nhà cung cấp dịch vụ trên cơ sở so sánh sự khác biệt giữa những gì họ nhận được so với mong đợi trước đó.

Theo Nguyễn Quốc Nghi, Nguyễn Thị Bảo Châu và Phạm Ngọc Giao (2012) cho thấy các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng đào tạo ngành du lịch là nhân tố Điều kiện thực tập, Kiến thức xã hội, Mức độ tương tác của giảng viên và Nâng cao kỹ năng ngoại ngữ. Theo Nguyễn Thành Long (2006) đã có bài nghiên cứu “Sử dụng thang đo SERVPERF để đánh giá chất lượng đào tạo đại học tại trường Đại học An Giang”. Kết quả phân tích hồi quy đa biến cho thấy sự hài lòng của sinh viên phụ thuộc vào yếu tố Giảng viên, Cơ sở vật chất, Tin cậy và Cảm thông. Theo Jacqueline Douglas, Alex Douglas, Barry Barnes (2006) các khía cạnh quan trọng của dịch vụ đào tạo liên quan đến các dịch vụ cốt lõi như Bài giảng, bao gồm việc nắm bắt được kiến thức, các ghi chép trên lớp và sự sắp xếp phòng

học và các thiết bị, giảng viên có trình độ chuyên môn tốt. Yu-Fen Chen, Chin-Hui Hsiao, Wen-Ching Lee (2005) chỉ ra rằng các yếu tố từ mô hình sự hài lòng có thể giải thích một số lượng lớn các biến về lòng trung thành của sinh viên là 4 nhân tố: sự quản lý của nhà trường, hoạt động học thuật, mối quan hệ giữa các cá nhân, cơ sở vật chất.

## 2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1 Số liệu

Số liệu nghiên cứu được thu thập bằng phương pháp chọn mẫu phân tầng ngẫu nhiên với tiêu chí phân tầng là ngành học của sinh viên, đồng thời tác giả chọn mẫu ngẫu nhiên với xác suất được lựa chọn phỏng vấn đối với sinh viên trong cùng ngành học là như nhau.

Cuộc khảo sát được tiến hành từ tháng 2/2013 đến 3/2013. Cỡ mẫu được chọn là 155 với đối tượng nghiên cứu là sinh viên kinh tế Trường Đại học Cần Thơ.

**Bảng 1: Tỷ lệ mẫu được chọn điều tra**

Bộ môn	Số mẫu (người)	Tỷ lệ (%)
Kế toán – kiểm toán	31	20,0
Tài chính	32	20,6
Kinh tế	29	18,7
Kinh tế nông nghiệp – KT.TNMT	29	18,7
Quản trị kinh doanh	23	14,8
Marketing – Du lịch & dịch vụ	11	7,1
<b>Tổng</b>	<b>155</b>	<b>100</b>

### 2.2 Phương pháp nghiên cứu

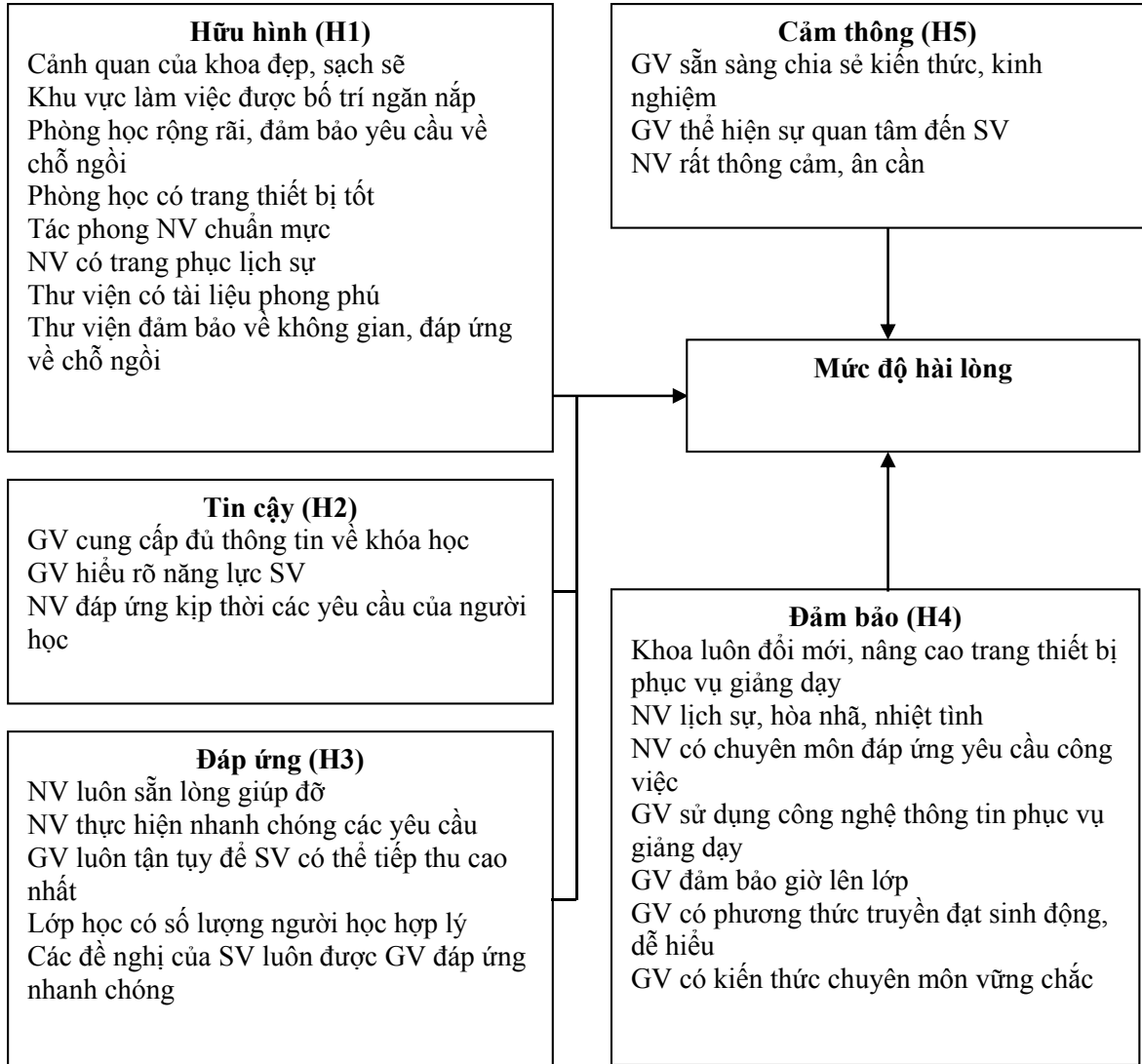
Dựa vào những kết quả nghiên cứu trước, tác giả đề xuất sử dụng mô hình SERFPERF để đánh giá chất lượng dịch vụ đào tạo tại Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ.

Mô hình lý thuyết được đề xuất như Hình 1: Trong đó, tiêu chí phỏng học được đề cập là các phỏng học thuộc Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh. Nhân viên, giảng viên là các nhân viên (gồm nhân viên văn phòng và các nhân viên khác) và giảng viên trực tiếp làm việc tại khoa. Đề tài không nghiên cứu đối tượng giảng viên dạy các môn đại cương thuộc các khoa khác của trường hay các nhân viên quản lý các nhà học khác như B1, C1 hay C2...

Việc định lượng các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng đào tạo của Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh

được tiến hành qua 4 bước sau. Bước 1: Sử dụng hệ số tin cậy Cronbach Alpha để kiểm định mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau. Bước 2: sử dụng phân tích nhân tố khám phá (EFA), phương pháp phân tích nhân tố khẳng định (CFA) để nhận diện các nhóm nhân tố

ảnh hưởng mức độ hài lòng với chất lượng đào tạo. Bước 3: Sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM để xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến chất lượng đào tạo. Bước 4: Sử dụng phương pháp tính điểm trung bình để đánh giá mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng đào tạo tại trường.



**Hình 1: Mô hình lý thuyết (gồm 5 nhóm biến với 26 tiêu chí)**

### 3 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Sử dụng các phần mềm như SPSS, AMOS, mô hình nghiên cứu được thực hiện như sau:

#### 3.1 Kiểm định thang đo

Thang đo được đánh giá độ tin cậy thông qua hệ số Cronbach's Alpha. Hệ số Cronbach's Alpha được sử dụng để loại các biến "rác", các biến có hệ số tương quan biến - tổng (Corrected item total

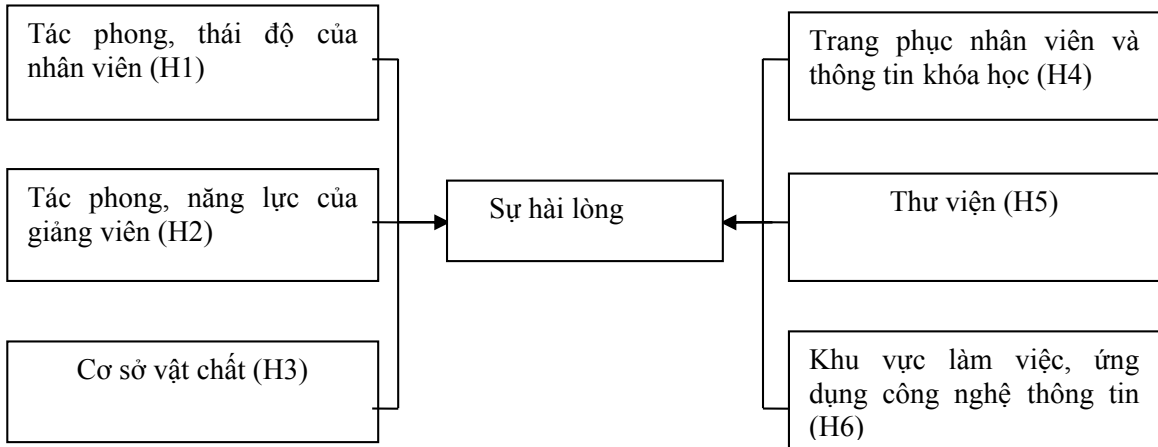
correlation) nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại (Nunnally, 1978; Peterson, 1994; Slater, 1995) và thang đo sẽ được chọn khi hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 (Nunnally & Bernstein, 1994). Kết quả phân tích cho thấy có biến *Mức học phí* có hệ số tương quan biến tổng là  $0,295 < 0,3$  và hệ số Cronbach's alpha khi loại bỏ biến là 0,924 lớn hơn hệ số Cronbach's alpha nên ta sẽ tiến hành loại bỏ biến *Mức học phí* ra khỏi bộ biến của mô hình và các biến còn lại có

hệ số tương quan biến tổng đều > 0,3 và Cronbach's Alpha = 0,923 chứng tỏ thang đo có ý nghĩa và đáng tin cậy trong việc đo lường mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng dịch vụ đào tạo tại Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh.

**3.2 Phân tích nhân tố**

Kết quả phân tích nhân tố ta có trị số KMO có giá trị bằng 0,836 ( $0,5 \leq KMO = 0,836 < 1$ ) và kiểm định Bartlett cho thấy hệ số sig. = 0,000 < 0,05 chứng tỏ các biến trong tổng thể có mối liên quan với nhau. Ta xem xét tới hệ số tải nhân tố trong bảng hệ số nhân tố sau khi xoay, biến *Các đề nghị của sinh viên luôn được giảng viên đáp ứng nhanh chóng* có hệ số nhân tố < 0,5 nên ta loại biến này (Hair & ctv, 1998), 25 biến còn lại đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5, cho thấy mức độ phù hợp của dữ liệu đã được đảm bảo và giá trị Cumulative = 62,06% cho biết 6 nhân tố đầu giải thích được 62,06% độ biến thiên của dữ liệu. Các biến này được chia thành 6 nhóm: **Nhóm 1** đặt tên là Tác phong, thái độ của nhân viên, gồm 7 biến (có hệ số tải nhân tố từ 0,653 đến 0,782): tác phong nhân viên chuẩn mực; nhân viên luôn đáp ứng kịp thời các yêu cầu của người học; nhân viên luôn sẵn lòng giúp đỡ; nhân viên thực hiện nhanh chóng các yêu cầu của bạn; nhân viên lịch sự, hòa nhã, nhiệt tình trong công việc; nhân viên có chuyên môn đáp ứng yêu cầu công việc; nhân viên rất thông cảm, ân cần với bạn. **Nhóm 2** gọi là Tác phong, năng lực

của giảng viên, có 7 biến (có hệ số tải nhân tố từ 0,512 đến 0,786): giảng viên hiểu rõ năng lực của sinh viên; giảng viên luôn tận tụy để sinh viên có thể tiếp thu ở mức cao nhất; giảng viên đảm bảo giờ lên lớp và kế hoạch học tập; giảng viên có phương thức truyền đạt sinh động, thu hút, dễ hiểu; giảng viên có kiến thức chuyên môn vững chắc; giảng viên sẵn sàng chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm với sinh viên; giảng viên thể hiện sự quan tâm đến việc học của sinh viên. **Nhóm 3** gọi là Cơ sở vật chất, gồm 5 biến (có hệ số tải nhân tố từ 0,540 đến 0,727): cảnh quan khoa đẹp, sạch sẽ; phòng học rộng rãi, sạch sẽ; đảm bảo yêu cầu về chỗ ngồi, phòng học có trang thiết bị hỗ trợ giảng dạy tốt; lớp học có số lượng người học hợp lý; khoa luôn đổi mới, nâng cấp trang thiết bị, cơ sở vật chất phục vụ giảng dạy. **Nhóm 4** gọi là Trang phục nhân viên và thông tin khóa học, có 2 biến (hệ số tải nhân tố từ 0,705 đến 0,84): nhân viên có trang phục lịch sự; giảng viên cung cấp đầy đủ thông tin về khóa học. **Nhóm 5** gọi là Thư viện, có 2 biến (hệ số tải nhân tố từ 0,705 đến 0,841): thư viện có nguồn tài liệu phong phú; thư viện đảm bảo về không gian, đáp ứng đầy đủ về chỗ ngồi. **Nhóm 6** gọi là Khu vực làm việc, ứng dụng công nghệ thông tin, gồm 2 biến (hệ số tải nhân tố từ 0,594 đến 0,626): khu vực làm việc được bố trí ngăn nắp, tiện nghi; giảng viên sử dụng công nghệ hỗ trợ giảng dạy. Mô hình được hiệu chỉnh như sau:



**Hình 2: Mô hình lý thuyết hiệu chỉnh**

Các giả thuyết:

H1: Tác phong, thái độ của nhân viên có tác động đến sự hài lòng

H2: Tác phong, năng lực của giảng viên có tác động đến sự hài lòng

H3: Cơ sở vật chất có tác động đến sự hài lòng

H4: Trang phục nhân viên và thông tin khóa học có tác động đến sự hài lòng

H5: Thư viện có tác động đến sự hài lòng

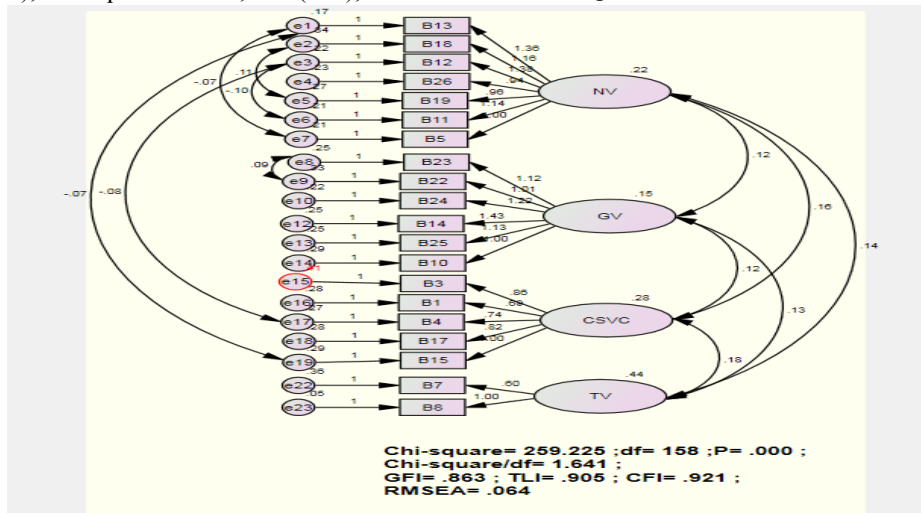
H6: Khu vực làm việc, ứng dụng công nghệ thông tin có tác động đến sự hài lòng

### 3.3 Kiểm định thang đo bằng CFA

Sau khi kiểm định bằng EFA các thành phần chất lượng dịch vụ có sự thay đổi so với ban đầu, thang đo còn lại 25 biến quan sát được chia thành 6 nhóm. Thang đo sự hài lòng còn lại 4 biến quan sát. Ta tiếp tục dùng phân tích CFA để khẳng định lại một lần nữa kết quả của EFA là có đáng tin cậy hay không.

Kết quả CFA lần hai cho thấy mô hình có 158 bậc tự do, chi-square = 259,225 (p-value = 0,000 < 0,05), chi-square/df = 1,641 (< 2), TLI =

0,905 (> 0,9), CFI = 0,921 (> 0,9) (Bertler & Bonett, 1980), RMSEA = 0,064 (< 0,08) (Thọ & Trang, 2008), tất cả các trọng số đã chuẩn hóa đều cao > 0,5 và có ý nghĩa thống kê (P-value = 0,000 < 0,05), do đó mô hình đạt được giá trị hội tụ; hệ số tương quan của các biến quan sát đều nhỏ hơn 1 nên đạt tính đơn nguyên; hệ số tương quan của từng cặp khái niệm khác biệt so với 1 ở độ tin cậy 95% và P-value đều < 0,05 cho nên ta kết luận rằng các khái niệm đạt được giá trị phân biệt. Từ đó, chúng tôi mô hình của chúng ta phù hợp với dữ liệu thị trường.

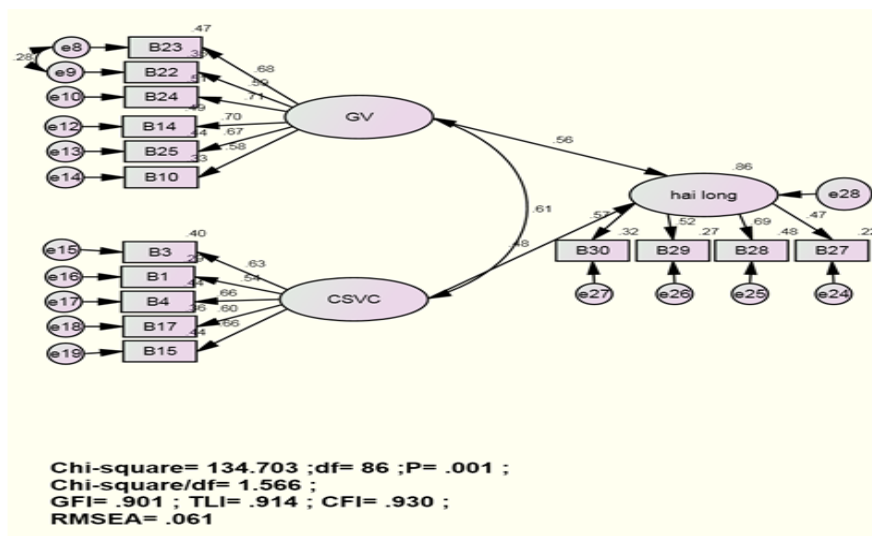


Hình 3: Mô hình CFA đã chuẩn hóa

### 3.4 Mô hình SEM

Ở kết quả mô hình SEM lần 1, ta tiến hành loại bỏ hai nhóm Tác phong, thái độ của NV và Thu

viện ra khỏi mô hình vì hai nhân tố này không có mối quan hệ tuyến tính với sự hài lòng của sinh viên (Sig > 0,05). Sau đó, ta tiến hành chạy SEM lần thứ hai:



Hình 4: Mô hình SEM sau khi loại biến

Với mô hình SEM sau khi đã loại bỏ hai biến ta thấy mô hình có 86 bậc tự do, chi-square = 134,703 (p-value = 0,001 < 0,05), chi-square/df = 1,566 (< 2), GFI = 0,901 (> 0,9), TLI = 0,914 (> 0,9), CFI = 0,930 (> 0,9), RMSEA = 0,061 (< 0,08), chứng tỏ mô hình của chúng ta phù hợp với dữ liệu thị trường.

Sau khi đã kết luận được mô hình của chúng ta là có ý nghĩa, tiếp theo chúng ta sẽ tiến hành xác định chiều ảnh hưởng cũng như mức độ ảnh hưởng của các biến độc lập lên biến phụ thuộc và phần trăm độ biến thiên của sự hài lòng mà mô hình có thể giải thích.

**Bảng 2: Các trọng số đã chuẩn hóa trong SEM sau khi loại biến**

		Mối quan hệ	Estimate
Hài lòng	↔	Tác phong, năng lực của GV	0,555
Hài lòng	↔	Cơ sở vật chất	0,480
Hài lòng chung			0,865

Nguồn: kết quả xử lý số liệu 4/2013

Từ bảng các trọng số đã chuẩn hóa ta nhận thấy rằng, hệ số chuẩn hóa của Tác phong, năng lực của GV và Cơ sở vật chất mang dấu dương, ta kết luận rằng, hai biến này ảnh hưởng thuận chiều tới sự hài lòng của sinh viên. Nhóm Tác phong, năng lực của GV (trọng số đã chuẩn hóa = 0,555) có ảnh hưởng đến mức độ hài lòng chung nhiều hơn so với nhóm Cơ sở vật chất (0,480). Khái niệm Tác phong, năng lực của GV và Cơ sở vật chất giải thích được 86,5% sự biến thiên mức độ hài lòng, ta thấy mức độ phù hợp của mô hình là khá cao.

Theo kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu tại Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh, thì hai giả thuyết H2: Tác phong, năng lực của GV có ảnh hưởng đến mức độ hài lòng và H3: cơ sở vật chất có ảnh hưởng đến mức độ hài lòng đều được chấp nhận. Các giả thuyết H1, H4, H5, H6 đều bị bác bỏ.

**3.5 Đánh giá mức độ cảm nhận đối với chất lượng dịch vụ**

Kết quả từ mô hình SEM cho ta thấy rằng, chỉ có hai biến **Tác phong, năng lực của GV** và **Cơ sở vật chất** là có ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đến chất lượng dịch vụ đào tạo tại Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh mà thôi. Chúng ta sẽ tiến hành đánh giá mức độ cảm nhận của sinh viên dựa trên các thành phần của hai nhóm này.

Sinh viên cảm thấy đồng ý với *Tác phong, năng lực của GV* với điểm trung bình là 3,520. Tuy nhiên mức đồng ý vẫn chưa được đánh giá cao vì điểm trung bình vẫn còn thấp, chỉ hơn 3,41 không nhiều. Nhìn chung, SV còn cảm thấy thiếu sự quan tâm của GV đến việc học của họ, ngoài giờ lên lớp

trực tiếp truyền đạt kiến thức thì GV và SV ít có thời gian gặp nhau để trao đổi thêm về bài học cũng như tìm hiểu thêm về những khó khăn mà SV gặp phải. Trong một lớp học có nhiều SV, GV thường khó có thể hiểu hết khả năng học tập của SV mà chỉ đánh giá chung trên tổng thể nên không thể quan tâm trực tiếp đến các bạn học yếu trong lớp.

**Bảng 3: Đánh giá mức độ cảm nhận của sinh viên**

Tiêu chí	Trung bình	Mức độ cảm nhận
Tác phong, năng lực của GV	3,520	Đồng ý
Cơ sở vật chất	3,373	Trung bình

Nguồn: kết quả xử lý số liệu tháng 4/2013

Điểm trung bình chung của nhóm Cơ sở vật chất là 3,373 cho thấy mức độ cảm nhận của SV chỉ ở mức trung bình. Trong 5 tiêu chí thì chỉ có 2 tiêu chí được đánh giá đồng ý nhưng có điểm trung bình tương đối thấp là cảnh quan của khoa được SV cảm thấy đẹp và khá sạch, cùng với phòng học được trang bị đèn, quạt, máy chiếu... để phục vụ tốt cho công tác dạy và học. Và biến *Lớp học có số lượng hợp lý* được đánh giá thấp nhất với điểm trung bình là 3,155. Việc lớp học có số lượng quá đông hoặc quá ít tạo sự không thoải mái cho SV trong việc học tập, SV rất khó tập trung và giảng viên thì cũng khó có thể quan tâm hết số SV trong lớp.

Để đánh giá mức độ hài lòng chung của sinh viên Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh ta tiến hành tính điểm trung bình cho tiêu chí mức độ hài lòng chung về khoa và kết quả thu được như sau:

**Bảng 4: Đánh giá mức độ hài lòng chung**

Tiêu chí	Ý kiến của sinh viên (%)					Trung bình	Mức độ hài lòng
	1	2	3	4	5		
Mức hài lòng chung	0	1,3	40,6	57,4	0,6	3,574	Hài lòng

Nguồn: kết quả xử lý số liệu tháng 4/2013

Xét về mức độ hài lòng chung của SV ta thấy, có 57,4% số đáp viên được hỏi cảm thấy hài lòng về chất lượng dịch vụ đào tạo của khoa, 40,6% đánh giá ở mức trung bình, 0,6% cảm thấy rất hài lòng và không có đáp viên nào cảm thấy rất không hài lòng. Tuy nhiên, vẫn có 1,3% cảm thấy chưa hài lòng về chất lượng dịch vụ đào tạo của khoa. Với điểm trung bình là 3,574, ta có thể kết luận: sinh viên cảm thấy hài lòng về chất lượng dịch vụ đào tạo của khoa, nhưng mức hài lòng này vẫn chưa cao do sự ảnh hưởng phần lớn từ yếu tố cơ sở vật chất của khoa, phòng học và những yếu tố liên quan đến giảng viên vẫn chưa thật sự được thực hiện tốt. Ta đã biết Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh vừa được chuyển từ khu 1 sang khu 2 tuy nhiên vẫn sử dụng nhà học, phòng học cũ của đơn vị được di dời trước đó nên hiện tại cảnh quan của khoa vẫn thực sự chưa đẹp và chất lượng phòng học chưa thật sự đạt chất lượng mặc dù đã được sửa chữa lại trước khi chuyển qua. Bên cạnh đó, việc cảm thấy thiếu sự quan tâm của GV đến việc học của SV, dẫn đến việc không hiểu rõ năng lực của từng SV cũng làm ảnh hưởng đến sự hài lòng.

#### 4 KẾT LUẬN

Qua nghiên cứu thực nghiệm tại Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ, kết quả thu được cho thấy sự hài lòng của SV phụ thuộc vào 2 nhóm nhân tố liên quan đến Tác phong, năng lực của GV và Cơ sở vật chất. Trong đó, sự ảnh hưởng của nhóm Tác phong, năng lực của GV có ảnh hưởng mạnh hơn so với nhóm Cơ sở vật chất. Từ kết quả nghiên cứu này, tác giả đề xuất một số giải pháp như **Đối với nhóm Tác phong, năng lực GV** thì GV nên thêm phương pháp giảng dạy mới, sinh động và đạt được hiệu quả, đổi mới phương pháp kiểm tra, đánh giá, bản thân GV cũng cần không ngừng nâng cao, cải thiện kiến thức chuyên môn nhằm nâng cao chất lượng giảng dạy và sự tin tưởng của SV, GV nên cung cấp thêm nhiều bài tập cho SV và dành thêm nhiều buổi học để sửa bài tập, Khoa nên tổ chức dạy lớp kỹ năng mềm hoặc GV nên lồng ghép vào bài giảng. **Đối với nhóm Cơ sở vật chất** nên trồng thêm nhiều cây xanh tạo không gian thoáng mát, sự thoải mái cho SV, trang bị thêm nhiều băng ghế bên trong và bên ngoài khoa, phòng học cần được trang bị đầy đủ các trang thiết bị, cần được thường xuyên quét dọn, vệ sinh sạch sẽ, xây dựng thêm khu tự học cho SV, nâng cấp hệ thống Wifi của khoa, số lượng SV trong một lớp học nên được bố trí hợp lý, mở thêm căn tin của khoa, thư viện khoa nên mở rộng thêm, số lượng sách báo, tài liệu nên

được bổ sung nhiều hơn. Để cung cấp thông tin chi tiết và mang tính tổng quan hơn thì những nghiên cứu sâu về chất lượng đào tạo của khoa có thể tăng số lượng quan sát và có thể phân tầng thêm các tiêu chí như: khóa học, giới tính.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Quốc Nghi, Nguyễn Thị Bảo Châu và Phạm Ngọc Giao (2012), Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng của sinh viên đối với chất lượng đào tạo ngành du lịch của các trường đại học ở khu vực đồng bằng sông Cửu Long, đăng trên Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ số 22b.
2. Nguyễn Thành Long (2006), Sử dụng thang đo SERVPERF để đánh giá chất lượng đào tạo đại học tại trường Đại học An Giang, báo cáo nghiên cứu khoa học, trường Đại học An Giang.
3. Nguyễn Thị Thắm (2010), Khảo sát sự hài lòng của sinh viên đối với hoạt động đào tạo tại trường Đại học Khoa học Tự nhiên, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, luận văn thạc sĩ.
4. Parasuraman A., Berry L., Zeithaml V. (1985), A conceptual model of service quality and its implication for future research, *Journal of Marketing*, Vol 49, pp41-50.
5. Parasuraman A., Berry L., Zeithaml V. (1988), Communication and control processes in the delivery of service quality, *Journal of Marketing*, Vol 52, pp35-48.
6. Parasuraman A., Berry L., Zeithaml V. (1988), SERVQUAL: A multiple – item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol 64, pp12-40.
7. Parasuraman A., Berry L., Zeithaml V. (1988), The Service – Quality Puzzle, *Business Horizons*, Sep – Oct, pp35-43.
8. Yu-Fen Chen, Chin-Hui Hsiao, Wen-Ching Lee (2005), How Does Student Satisfaction Influence Student Loyalty – From the Relationship Marketing Perspective, trường Đại học Giáo dục Quốc gia Changhua, Đài Loan.
9. Zeithaml, V.A. (1988), Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence, *Journal of Marketing*, Vol. 52, July, pp. 2-22.