

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA GIÁNG VIÊN VỀ DỊCH VỤ CƠ SỞ VẬT CHẤT TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐIỀU DƯỠNG NAM ĐỊNH

Bùi Đức Quý⁺,
Nguyễn Thị Hải,
Nguyễn Trọng Đức

Trường Đại học Giáo dục - Đại học Quốc gia Hà Nội
+Tác giả liên hệ • Email: buiducquy479@gmail.com

Article history

Received: 31/7/2024

Accepted: 10/9/2024

Published: 20/10/2024

Keywords

Facility services, satisfaction,
Nam Dinh University of
Nursing

ABSTRACT

The satisfaction of the faculty with the facility services at universities plays a crucial role in enhancing the quality of teaching and research. At Nam Dinh University of Nursing - an institution specializing in training nurses for medical facilities and hospitals - evaluating the factors affecting faculty satisfaction becomes even more important due to the specific nature of the profession. This study found that factors such as the University's care, the facility system, and the level of responsiveness significantly impact faculty satisfaction. These factors not only directly affect the faculty's perception but also indirectly influence the quality of their work. The research results have important implications for improving management policies and facility investments at Nam Dinh University of Nursing, aiming to increase faculty satisfaction. Additionally, the study opens up future research directions on specific measures to optimize the working environment, contributing to the improvement of education and research quality at Nam Dinh University of Nursing in particular, and universities nationwide in general.

1. Mở đầu

Trong bối cảnh phát triển nhanh chóng và phức tạp của ngành Giáo dục hiện đại, chất lượng dịch vụ cơ sở vật chất (CSVC) tại các trường đại học đóng vai trò ngày càng quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả giảng dạy và học tập (Nguyễn Văn Điệp & Nguyễn Phước Quý Quang, 2018). Đây không chỉ là vấn đề liên quan đến tiện ích mà còn là yếu tố chiến lược trong việc xây dựng và phát triển môi trường giáo dục bền vững. Với các trường đại học, nơi đào tạo nguồn nhân lực tri thức cho xã hội, CSVC là hạ tầng kỹ thuật và nền tảng để thực hiện các nhiệm vụ giáo dục và nghiên cứu (Odediran et al., 2015). Điều này càng trở nên thiết yếu đối với các trường đại học chuyên ngành, nơi yêu cầu về CSVC đặc thù và phù hợp với các chuyên ngành đào tạo cụ thể (Sharma & Jyoti, 2009).

Trường Đại học Điều dưỡng Nam Định là trường đại học đặc thù, tập trung đào tạo các điều dưỡng viên, thực hiện công tác chăm sóc sức khỏe cộng đồng tại bệnh viện và các cơ sở y tế (Phạm Hữu Anh và cộng sự, 2022), do vậy đội ngũ giảng viên (GgV) làm công tác giảng dạy có vai trò quan trọng. Sự hài lòng của đội ngũ GgV với chất lượng dịch vụ CSVC không chỉ có tác động trực tiếp đến hiệu quả giảng dạy mà còn ảnh hưởng đến việc thu hút và duy trì nguồn nhân lực chất lượng cao trong ngành (Phạm Thế Kiên, 2024). Khi chất lượng môi trường làm việc được cải thiện, nâng cao, đội ngũ GgV sẽ an tâm về tư tưởng, cống hiến hết mình cho công việc giảng dạy và nghiên cứu (Nteboheng & Samson, 2021).

Có nhiều nghiên cứu liên quan đến đề tài sự hài lòng như Trần Minh Hiếu (2013), Nguyễn Thị Xuân Hương và cộng sự (2016), Nguyễn Văn Điệp và Nguyễn Phước Quý Quang (2018), Lư Phạm Thiện Duy và cộng sự (2023) nhưng chưa có nghiên cứu về sự hài lòng của GgV về dịch vụ CSVC. Vì vậy, nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích yếu tố của dịch vụ CSVC ảnh hưởng sự hài lòng của đội ngũ GgV Trường Đại học Điều dưỡng Nam Định, qua đó đề xuất giải pháp cải thiện môi trường làm việc, tối ưu hóa nguồn lực, khắc phục những hạn chế, hướng đến mục tiêu dài hạn xây dựng môi trường giáo dục chất lượng cao, ổn định và bền vững.

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

CSVC tại trường đại học: Beard và Bawden (2012) cho rằng, CSVC đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao trải nghiệm học tập và hiệu quả nghiên cứu của GgV và sinh viên. CSVC trong trường đại học là tập hợp các yếu tố hạ tầng và trang thiết bị vật lý cần thiết để hỗ trợ quá trình giảng dạy, nghiên cứu và học tập của GgV, sinh viên và nhân viên (Nguyễn Thị Xuân Hương và cộng sự, 2016). CSVC này bao gồm các yếu tố: - Phòng học và giảng đường:

không gian giảng dạy và học tập, gồm phòng học truyền thống, giảng đường lớn, phòng hội thảo, không gian học tập nhóm (NCES, 1999); - Thư viện: không gian đọc sách, phòng học nhóm, tài liệu và cơ sở dữ liệu học thuật, thiết bị hỗ trợ học tập như máy tính, máy photocopy (ACRL, 2010); - Phòng thí nghiệm: được trang bị thiết bị chuyên dụng để thực hiện thí nghiệm và nghiên cứu trong nhiều lĩnh vực (Litzinger et al., 2011). Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin: mạng lưới Internet, máy tính, phần mềm, hệ thống quản lý học tập trực tuyến (EDUCAUSE, 2018); - Khu thể thao, giải trí: sân thể thao, nhà thi đấu, phòng tập thể dục (AJHP, 2016); - Kí túc xá và nhà ở sinh viên: được thiết kế để cung cấp chỗ ở cho sinh viên, gồm phòng ăn, khu sinh hoạt chung (ACUHO-I, 2017); - Các dịch vụ hỗ trợ khác: trung tâm y tế, trung tâm tư vấn tâm lý, nhà ăn, quán cà phê, các cửa hàng tiện lợi trong khuôn viên trường (Jenkins et al., 2019). Như vậy, CSVC bao gồm các yếu tố hạ tầng, trang thiết bị, không gian cần thiết phục vụ hoạt động nghiên cứu, giảng dạy, sinh hoạt của cán bộ, GgV, sinh viên.

Dịch vụ bao gồm nhiều hình thức và quy trình trao đổi trong các lĩnh vực và cấp độ khác nhau. Kotler (2001) cho rằng dịch vụ là một hoạt động hoặc lợi ích được cung cấp để thực hiện giao dịch, chủ yếu mang tính chất vô hình và không kéo theo việc chuyển nhượng quyền sở hữu. Quá trình cung cấp dịch vụ có thể đi kèm hoặc không đi kèm với sản phẩm vật chất. Bordoloi và cộng sự (2019) đã đưa ra khái niệm dịch vụ là một quá trình không tạo ra sản phẩm vật chất và có thể không liên quan đến vật chất, nhấn mạnh tính chất vô hình và phi vật chất của dịch vụ trong quá trình cung cấp giá trị cho khách hàng. Qua những khái niệm trên, có thể hiểu rằng dịch vụ là một hoạt động có mục đích nhằm thỏa mãn một nhu cầu cụ thể của con người. Đặc trưng của dịch vụ là không tồn tại dưới dạng sản phẩm hữu hình như hàng hóa nhưng nó đáp ứng trực tiếp các nhu cầu cụ thể của xã hội.

Theo Parasuraman và cộng sự (1985), *chất lượng dịch vụ* được đánh giá khi khách hàng cảm thấy trải nghiệm thực tế với dịch vụ đáp ứng hoặc tương xứng với kì vọng ban đầu. Bitner và Hubert (1994) khẳng định: trước khi sử dụng dịch vụ, khách hàng đã lên sẵn “kịch bản” về chất lượng dịch vụ kì vọng. Khi có sự khác biệt giữa mong đợi của khách hàng và dịch vụ thực tế do nhà cung cấp cung cấp, khách hàng sẽ không hài lòng. Với Cronin và Taylor (1992), sự hài lòng của khách hàng cần được đánh giá trong thời gian ngắn sau khi sử dụng dịch vụ, trong khi chất lượng dịch vụ nên được đánh giá dựa trên thái độ của khách hàng về dịch vụ trong thời gian dài. Chất lượng dịch vụ được coi là đánh giá về mức độ dịch vụ được cung cấp đáp ứng kì vọng của khách hàng (Anwar & Louis, 2017). Chất lượng dịch vụ là những gì khách hàng cảm nhận và đánh giá sau khi trải nghiệm dịch vụ, dựa trên nhận thức cá nhân của khách hàng về việc dịch vụ có đáp ứng nhu cầu và mong đợi của họ hay không.

Theo Oliver (2010), *sự hài lòng* là phản ứng của khách hàng với việc được đáp ứng mong muốn. Sự thỏa mãn chính là sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ đáp ứng những kì vọng, mức độ đáp ứng bao gồm cả trên mức mong muốn và dưới mức mong muốn (Phạm Thị Liên, 2016). Trong quá trình sử dụng, khách hàng sẽ trải nghiệm chất lượng của sản phẩm/dịch vụ và so sánh với kì vọng ban đầu. Những đánh giá về sự hài lòng sau đó được hình thành dựa trên sự so sánh này (Lovelock & Wirtz, 2011). Sự mong đợi này bắt nguồn từ nhu cầu cá nhân, kinh nghiệm đã có sẵn từ trước và những thông tin thu thập được như quảng cáo, truyền miệng (Kotler & Keller, 2012). Sự hài lòng của khách hàng là thuật ngữ làm rõ về phép đo các dịch vụ hoặc sản phẩm được cung cấp để đáp ứng kì vọng của khách hàng (Anwar & Louis, 2017). Gaudenzi và cộng sự (2020) khẳng định: sự hài lòng của khách hàng là trạng thái tinh thần khi kì vọng được đáp ứng hoặc vượt qua mức kì vọng khi sử dụng dịch vụ. Như vậy, sự hài lòng của khách hàng là phản ứng của khách hàng khi kì vọng về chất lượng dịch vụ được đáp ứng thỏa đáng hoặc vượt quá mong đợi, nó phản ánh sự đánh giá của khách hàng khi so sánh cảm nhận về chất lượng sản phẩm với mong đợi ban đầu. Trong nghiên cứu này, sự hài lòng của đội ngũ GgV được đánh giá bằng sự tương tác giữa người dùng dịch vụ (GgV) và bên cung cấp dịch vụ (nhà trường) trong và sau quá trình sử dụng dịch vụ (Lư Phạm Thiện Duy và cộng sự, 2023).

2.2. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng

Đã có nhiều nghiên cứu chứng minh mối tương quan chặt chẽ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng (Ali & Anwar, 2021). Chất lượng dịch vụ được coi là yếu tố chính ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng (Cronin & Taylor, 1992; Yavas et al., 1997; Jamal & Naser, 2002). Trong ngành dịch vụ cạnh tranh, khách hàng đóng vai trò quan trọng trong việc xác định chất lượng dịch vụ mà họ nhận được (Nunkoo et al., 2019). Khi nhà cung cấp dịch vụ đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách hàng bằng các sản phẩm chất lượng, khách hàng thường sẽ cảm thấy hài lòng. Do đó, để nâng cao sự hài lòng của khách hàng, phải cải thiện chất lượng dịch vụ. Chất lượng dịch vụ theo đánh giá cảm nhận của khách hàng là một thành phần quan trọng trong nhận thức, là tiền đề của sự hài lòng (Nguyễn Hữu Dũng, 2021). Chất lượng dịch vụ và sự hài lòng có quan hệ chặt chẽ, tác động qua lại lẫn nhau, trong đó chất lượng dịch vụ là thứ quyết định đến sự hài lòng. Mối quan hệ trên là vấn đề then chốt trong các nghiên cứu về chất lượng dịch vụ (Trần Việt Hoàng và cộng sự, 2021). Như vậy cần khẳng định, sự tương quan giữa chất lượng dịch vụ

và sự hài lòng của khách hàng là rất chặt chẽ, trong đó chất lượng dịch vụ ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ hài lòng của khách hàng. Muốn nâng cao chất lượng GD-ĐT, nhà trường phải cải tiến chất lượng một số nội dung như: chương trình đào tạo, trình độ chuyên môn của GgV, năng lực phục vụ, học liệu, chất lượng đầu vào, dịch vụ CSVC, sự quan tâm, đáp ứng nhu cầu... Trong những yếu tố trên, dịch vụ CSVC đóng vai trò quan trọng (Nguyễn Văn Điệp và Nguyễn Phước Quý Quang, 2018). Dịch vụ CSVC tại Trường Đại học điều dưỡng Nam Định tác động trực tiếp đến sự hài lòng của đội ngũ GgV trong quá trình công tác, việc nâng cao chất lượng dịch vụ CSVC sẽ tạo động lực cho đội ngũ GgV hoàn thành tốt nhiệm vụ giảng dạy, góp phần nâng cao chất lượng đào tạo.

Mô hình SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1988) gồm 22 biến thuộc 5 thành phần, nhằm đo lường sự kì vọng và cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ: (1) Sự hữu hình (Tangibles): CSVC, thiết bị, máy móc, phong thái của nhân viên, tài liệu và hệ thống thông tin, sự hiện đại của trang thiết bị, sự sạch sẽ và gọn gàng của nhân viên, hình ảnh đẹp của các tài liệu giới thiệu; (2) Sự tin cậy (Reliability): là khả năng của doanh nghiệp thực hiện đúng những cam kết với khách hàng, giải quyết vấn đề hiệu quả, đảm bảo không có sai sót; (3) Khả năng đáp ứng (Responsiveness): khả năng giải quyết vấn đề nhanh chóng, xử lí khiếu nại, sẵn sàng đáp ứng yêu cầu của khách hàng, cung cấp thông tin kịp thời và hỗ trợ nhanh chóng khi khách hàng gặp vấn đề; (4) Năng lực phục vụ (Assurance): sự tin nhiệm và tin tưởng mà doanh nghiệp tạo ra bằng sự phục vụ chuyên nghiệp, kiến thức chuyên môn và khả năng giao tiếp tốt; (5) Sự cảm thông (Empathy): khả năng chăm sóc và quan tâm đến khách hàng chu đáo. Đội ngũ nhân viên phải hiểu rõ nhu cầu của khách hàng và cung cấp sự chăm sóc tận tình, làm cho khách hàng cảm thấy mình được coi trọng.

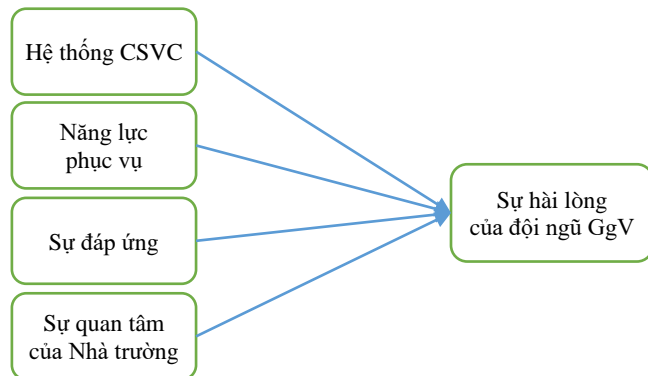
2.3. Mô hình nghiên cứu được đề xuất

Xuất phát từ cơ sở lí thuyết, mô hình nghiên cứu SERQUAL (Parasuraman et al., 1988) và quá trình khảo sát thực tế, tác giả đề xuất xây dựng mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh đề xuất và phiếu điều tra khảo sát cụ thể như hình 1.

2.4. Phương pháp nghiên cứu

2.4.1. Xây dựng thang đo và bảng câu hỏi điều tra khảo sát

Hệ thống thang đo được tham khảo từ những nghiên cứu trước, có điều chỉnh khi tham vấn ý kiến chuyên gia. Thang đo bao gồm 4 nhóm với 26 biến quan sát, sử dụng thang Likert gồm 5 mức độ: (1) Hoàn toàn không đồng ý; (2) Không đồng ý; (3) Trung lập; (4) Đồng ý; (5) Hoàn toàn đồng ý (xem bảng 1).



Hình 1. Mô hình nghiên cứu hiệu chỉnh đề xuất

Bảng 1. Thang đo kèm theo các biến số liên quan

Biến quan sát	Các mục hỏi	Nguồn	
1. Hệ thống CSVC	CS1	Giảng đường được trang bị điều hòa, máy chiếu đầy đủ	Nguyễn Thị Xuân Hương và cộng sự (2016)
	CS2	Hệ thống máy tính, máy in tại phòng làm việc ít hỏng hóc	
	CS3	Những tài liệu tôi cần đều tìm thấy tại thư viện trường	
	CS4	Cò tại sân bóng của trường thường xuyên được cắt tỉa, chăm sóc	
	CS5	Quầy ATM tự động luôn trong tình trạng sẵn sàng khi tôi cần rút tiền mặt	
	CS6	Tôi có thể truy cập Internet mọi lúc, mọi nơi trong trường	
	CS7	Tôi không cảm thấy khó chịu, chật chội khi gửi xe tại bãi xe	
2. Năng lực phục vụ	NL1	Tôi thích ăn uống tại căng tin của trường	Nguyễn Văn Điệp và Nguyễn Phước Quý Quang (2018)
	NL2	Tôi hiếm khi thấy tình trạng cắt điện hay mất nước sinh hoạt diễn ra tại trường	
	NL3	Tôi dễ dàng tra cứu thông tin mình cần khi truy cập vào website của trường	
	NL4	Tôi ít khi thấy tình trạng rác thải vứt bừa bãi trong trường	
	NL5	Bình cứu hỏa tại các tòa nhà thường xuyên được kiểm tra và thay mới	
3. Sự đáp ứng	DU1	Đội ngũ cán bộ, nhân viên phụ trách dịch vụ CSVC có trình độ từ trung cấp trở lên	Nguyễn Văn Điệp và Nguyễn Phước Quý Quang (2018)
	DU2	Cán bộ, nhân viên luôn có mặt đúng giờ giải quyết các công việc	
	DU3	Cán bộ, nhân viên không có thái độ nóng nảy, bực tức khi trao đổi công việc với tôi	
	DU4	Cán bộ, nhân viên giải đáp được mọi câu hỏi của tôi liên quan đến dịch vụ CSVC	

4. Sự quan tâm của Nhà trường	QT1	Tôi thường xuyên được tham gia những buổi tập huấn vệ sinh an toàn lao động, phòng chống cháy nổ do Nhà trường tổ chức	Nguyễn Thị Xuân Hương và cộng sự (2016)
	QT2	Tôi nhớ được những điều cấm trong quy định sử dụng trang thiết bị của trường	
	QT3	Nhà trường tổ chức sinh hoạt đối thoại hàng quý giải đáp thắc mắc của GgV về dịch vụ CSVC	
	QT4	Tôi nắm được tiêu chuẩn điện nước sinh hoạt cá nhân được sử dụng hàng tháng tại trường	
	QT5	Mọi ý kiến đề xuất của tôi với Nhà trường đều được lắng nghe và giải quyết	
5. Sự hài lòng của đội ngũ GgV	HL1	Tôi không cảm thấy thiếu thốn khi sử dụng trang thiết bị vật chất của Nhà trường	Lư Phạm Thiện Duy và cộng sự (2023)
	HL2	Tôi tin tưởng vào năng lực công tác của cán bộ, nhân viên phụ trách CSVC	
	HL3	Tôi hài lòng với cam kết của Nhà trường về nâng cao chất lượng dịch vụ CSVC	
	HL4	Tôi thấy sai lầm khi lựa chọn công tác tại Nhà trường	
	HL5	Tôi sẽ cống hiến công sức của bản thân cho Nhà trường	

2.4.2. Đối tượng và mẫu điều tra

Đối tượng khảo sát là đội ngũ GgV Trường Đại học Điều dưỡng Nam Định. Theo Hair và cộng sự (2010), quy tắc chung cho kích thước mẫu tối thiểu trong phân tích yếu tố khám phá (EFA) là số mẫu phải gấp 5 lần số biến quan sát. Với 26 biến quan sát thì kích thước mẫu tối thiểu là 130. Quá trình khảo sát được thực hiện thông qua bảng câu hỏi trực tuyến được thiết kế trên Google Forms. Tổng cộng có 189 phiếu trả lời hợp lệ đã được thu thập và sử dụng cho phân tích. Phương pháp lấy mẫu được áp dụng là lấy mẫu toàn thể. Khảo sát được tiến hành từ ngày 15/6/2024 đến ngày 20/7/2024.

2.4.3. Phân tích dữ liệu

Để kiểm tra độ tin cậy của thang đo, phương pháp sử dụng là tính toán giá trị hệ số Cronbach's Alpha kết hợp với phân tích yếu tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis). Thang đo đạt yêu cầu khi các biến có tương quan biến tổng (Item-total correlation) nhỏ hơn 0.3. Vì cỡ mẫu là 189, vì vậy chọn giá trị Factor loading = 0,6 để đảm bảo tính ổn định. Những biến có hệ số Cronbach's Alpha với giá trị dưới 0.6 sẽ phải loại bỏ. Quá trình phân tích dữ liệu có sử dụng phần mềm phân tích dữ liệu SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

2.5. Kết quả phân tích dữ liệu

2.5.1. Đặc điểm mẫu tiến hành điều tra, khảo sát

Kết quả ở bảng 2 cho thấy, tỉ lệ nam nữ trong mẫu nghiên cứu có sự chênh lệch nhất định (65.6% nữ giới so với 34.4% nam giới). Trình độ học vấn của người tham gia nghiên cứu đa phần là tiến sĩ (chiếm 76.6%), với số năm công tác từ 11-20 năm (54%). Như vậy, mẫu nghiên cứu được đánh giá phù hợp với quá trình thu thập dữ liệu.

2.5.2. Phân tích hệ số Cronbach's Alpha và giá trị hệ số tương quan biến tổng

Kết quả phân tích bằng phần mềm SPSS cho thấy: hệ số Cronbach's Alpha (α) của các biến quan sát đều có giá trị lớn hơn 0.7; cụ thể: biến Hệ thống CSVC ($\alpha = 0,835$), Năng lực phục vụ ($\alpha = 0,808$), Sự đáp ứng ($\alpha = 0,840$), Sự quan tâm của Nhà trường ($\alpha = 0,867$), Sự hài lòng của đội ngũ GgV ($\alpha = 0,739$); Hệ số tương quan biến tổng của các biến độc lập đều có giá trị lớn hơn 0.3. Như vậy thang đo được đánh giá là tin cậy.

2.5.3. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis)

Dữ liệu tại bảng 3 cho thấy, giá trị chỉ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) là 0.812 (chỉ số này > 0.6 chứng tỏ phù hợp để tiến hành phân tích nhân tố), giá trị $p = 0.000$ (chỉ số này < 0.05 cho thấy dữ liệu phù hợp để phân tích nhân tố) (Bartlett's Test). Phân tích EFA với phép quay Varimax cho giá trị tổng phương sai trích (Total Variance Explained) 69.8% là phù hợp (điều kiện tổng phương sai giải thích đạt yêu cầu > 50%). Các biến quan sát trong mỗi nhân tố đều có hệ số tải cao (> 0.6) cho thấy các biến trong cùng một nhân tố có sự hội tụ tốt và cùng đo lường một khái niệm lý thuyết. Ví dụ, biến NL1 đến NL5 đều có hệ số tải cao trên nhân tố thứ hai, thể hiện rằng chúng cùng đo lường khái niệm "Năng lực phục vụ". Hệ số tải cao cho thấy các biến quan sát có tương quan mạnh với các nhân tố mà chúng đo lường. Ví dụ, các biến DU1 đến DU4 đều có hệ số tải từ 0.73 đến 0.76 trên nhân tố thứ ba, thể hiện sự

Bảng 2. Mô tả mẫu nghiên cứu

Các thông số của mẫu	Tần suất	Tỉ lệ (%)	
Giới tính	Nam	65	34.4
	Nữ	124	65.6
Độ tuổi	25-34 tuổi	37	19.6
	35-44 tuổi	96	50.8
	45-54 tuổi	46	24.3
	55-64 tuổi	10	5.3
Trình độ học vấn	Cử nhân	1	0.5
	Thạc sĩ	24	12.7
	Tiến sĩ	145	76.7
	Khác	19	10.1
Số năm công tác tại Trường	1-2 năm	1	0.5
	3-4 năm	7	3.7
	5-10 năm	55	29.1
	11-20 năm	102	54
	Từ 20 năm trở lên	24	12.7

tương quan mạnh mẽ và nhất quán trong đo lường “Sự đáp ứng”. Với tổng phương sai giải thích là 69.8%, các nhân tố đã giải thích được một phần lớn của tổng phương sai, chứng tỏ rằng các nhân tố này đủ mạnh để đại diện cho các khái niệm lí thuyết trong nghiên cứu. Như vậy, khẳng định rằng các nhân tố này là những đại diện hợp lí cho các khái niệm lí thuyết trong nghiên cứu và rằng các biến quan sát đã được phân loại một cách chính xác.

3. Kết luận

Nghiên cứu đã xây dựng và phân tích mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến biến phụ thuộc là sự hài lòng của đội ngũ GgV Trường Đại học Điều dưỡng Nam Định bao gồm 4 yếu tố được sắp xếp theo mức độ: (1) Sự quan tâm của Nhà trường; (2) Hệ thống CSVC; (3) Sự đáp ứng; (4) Năng lực phục vụ. Mô hình nghiên cứu đã giải thích 69.8% tổng thể về mối quan hệ giữa các biến và ảnh hưởng của các biến độc lập đến biến phụ thuộc là sự hài lòng của đội ngũ GgV, từ đó khắc phục những tồn tại hạn chế khi diễn giải kết quả nghiên cứu, nâng cao mức độ hài lòng của đội ngũ GgV, tạo động lực cống hiến cho Nhà trường. Bên cạnh kết quả đã đạt được, nghiên cứu này còn một số tồn tại như: chưa giải thích cụ thể được những hạn chế nào ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng của đội ngũ GgV để đề xuất cải tiến đối với các bên có liên quan. Việc tăng cỡ mẫu nghiên cứu, áp dụng thêm phương pháp nghiên cứu định tính trong quá trình nghiên cứu bao gồm: thảo luận nhóm, phỏng vấn sâu, quan sát sẽ khiến nghiên cứu toàn diện hơn.

Bảng 3. Mô tả phân tích nhân tố khám phá (EFA)
Rotated Component Matrix (Varimax Rotation)

Biến số	1	2	3	4	5
CS1	0.75				
CS2	0.72				
CS3	0.78				
CS4	0.70				
CS5	0.73				
CS6	0.76				
CS7	0.74				
NL1		0.70			
NL2		0.69			
NL3		0.73			
NL4		0.68			
NL5		0.71			
DU1			0.74		
DU2			0.75		
DU3			0.73		
DU4			0.76		
QT1				0.77	
QT2				0.74	
QT3				0.76	
QT4				0.72	
QT5				0.78	
HL1					0.71
HL2					0.70
HL3					0.72
HL4					0.68
HL5					0.65

Tài liệu tham khảo

- ACUHO-I (2017). *Facilities management: The role of housing and residence life*. Association of College and University Housing Officers - International.
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). An Empirical Study of Employees' Motivation and its Influence Job Satisfaction. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(2), 21-30.
- American Journal of Health Promotion (AJHP) (2016). Campus recreation and student wellness: A review of the literature. *American Journal of Health Promotion*, 30(3), 190-201.
- Anwar, K., & Louis, R. (2017). Factors Affecting Students' Anxiety in Language Learning: A Study of Private Universities in Erbil, Kurdistan. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 4(3), 160-174.
- Association of College & Research Libraries (ACRL) (2010). *Standards for libraries in higher education*. Association of College & Research Libraries.
- Beard, C., & Bawden, D. (2012). University libraries and the postgraduate student: physical and virtual spaces. *New Library World*, 113(9/10), 439-447.
- Bitner, M. J., & Hubert, A. R. (1994). Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality: the customer's voice. In Rust, R. T., Oliver, R. L. (Eds), *Service Quality: New Directions in Theory and Practice* (pp. 72-94). Sage Publications.
- Bordoloi, S., Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2019). *Service management: Operations, strategy, information technology*. McGraw-Hill.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.
- EDUCAUSE (2018). *The higher education IT workforce landscape*. EDUCAUSE.
- Gaudenzi, B., Confente, I., & Russo, I. (2020). Logistics service quality and customer satisfaction in B2B relationships: A qualitative comparative analysis approach. *The TQM Journal*, 33(1), 125-140.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th edition). Pearson.
- Jamal, A., & Naser, K. (2002). Customer satisfaction and retail banking: an assessment of some of the key antecedents of customer satisfaction in retail banking. *International Journal of Bank Marketing*, 20(4), 146-160.
- Jenkins, R. L., Smith, A., & Davis, T. (2019). Campus support services and their impact on student well-being. *Journal of College Student Development*, 60(5), 573-585.
- Kotler, P. (2001). *Marketing management: The millennium edition*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Edition). Prentice Hall.
- Litzinger, T. A., Lattuca, L. R., Hadgraft, R. G., & Newstetter, W. C. (2011). Engineering education and the development of expertise. *Journal of Engineering Education*, 100(1), 123-150.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Pearson Prentice Hall.
- Lư Phạm Thiện Duy, Bùi Quốc Khánh, Ngô Thị Thanh Thúy (2023). Đánh giá sự hài lòng của sinh viên đối với hoạt động của một số phòng ban chức năng tại Trường Đại học Cần Thơ. *Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Cần Thơ*, 59(2C), 203-210.
- National Center for Education Statistics (NCES) (1999). *Condition of America's Public School Facilities*. U.S. Department of Education.
- Nguyễn Hữu Dũng (2021). Các yếu tố chất lượng dịch vụ hành chính công ảnh hưởng như thế nào đến sự hài lòng của người dân huyện Châu Phú, tỉnh An Giang?. *Tạp chí Khoa học: Kinh tế và Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh*, 16(1), 34-45.
- 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, Trường Đại học Lâm nghiệp*, 2, 163-172.
- Nguyễn Văn Điệp, Nguyễn Phước Quý Quang (2018). Phân tích các yếu tố ảnh hưởng sự hài lòng của sinh viên về chất lượng dịch vụ cơ sở vật chất Trường Đại học Tây Đô. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế, Trường Đại học Tây Đô*, 3, 1-19.
- Nteboheng, M. P., & Samson, N. A. (2021). Theories of job satisfaction in the higher education context. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27(2), 1-16.
- Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., Ringle, C., & Sunnassee, V. (2019). Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. *International Journal of Hospitality Management*, 91.
- Odediran, S. J., Gbadegesin, J. T., & Babalola, M. O. (2015). Facilities management practices in the Nigerian public universities. *Journal of Facilities Management*, 13(1), 5-26. <https://doi.org/10.1108/JFM-11-2013-0058>
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- Phạm Hữu Ánh, Trần Minh Hậu, Nguyễn Thị Quỳnh Trang (2022). Vai trò của điều dưỡng viên trong cấu phần các hoạt động marketing dịch vụ bệnh viện. *Tạp chí Y học Việt Nam*, 513(1), 77-82.
- Phạm Thế Kiên (2024). Thực trạng sự hài lòng trong công việc của đội ngũ giảng viên Đại học Huế. *Tạp chí Giáo dục*, 24(9), 58-64.
- Phạm Thị Liên (2016). Chất lượng dịch vụ đào tạo và sự hài lòng của người học: Trường hợp Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội. *Tạp chí Khoa học: Kinh tế và Kinh doanh, Đại học Quốc gia Hà Nội*, 32(4), 81-89.
- Sharma, R. D., & Jyoti, J. (2009). Job satisfaction of university teachers: an empirical study. *Journal of Services Research*, 9(2), 51-80.
- Trần Minh Hiếu (2013). Sự hài lòng của giảng viên trong giảng dạy và nghiên cứu tại Trường Đại học An Giang. *Tạp chí Khoa học, Trường Đại học An Giang*, 1(1), 91-100.
- Trần Việt Hoàng, Nguyễn Thị Thanh Nhân, Đỗ Văn Phúc, Đinh Thị Tuyết, Nguyễn Thị Thu Thủy (2021). OSF PREPRINTS. <https://doi.org/10.31219/osf.io/ybr4v>
- Yavas, U., Bilgin, Z., & Shemwell, D. J. (1997). Service quality in the banking sector in an emerging economy: A consumer survey. *International Journal of Bank Marketing*, 15(6), 217-223. <https://doi.org/10.1108/02652329710184442>