

MỐI QUAN HỆ GIỮA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC VỚI SỰ HÀI LÒNG CỦA NGƯỜI HỌC TRONG BỐI CẢNH HIỆN NAY

Nguyễn Thúy Hạnh¹⁺,
Nguyễn Đức Ca²

¹Trường Đại học Ngoại thương; ²Viện Khoa học Giáo dục Việt Nam
+ Tác giả liên hệ • Email: nguyenthuyhanh@ftu.edu.vn

Article history

Received: 17/4/2025

Accepted: 14/5/2025

Published: 20/7/2025

Keywords

Higher education, quality of education, satisfaction, learners, educational trends

ABSTRACT

Among the important factors that contribute to promoting the position, prestige and the number of learners to higher education institutions, learner satisfaction is considered a key factor. This article explores the relationship between the quality of higher education services and the satisfaction of learners. The research shows that the quality of higher education services directly affects learner satisfaction, thereby affecting the decision to choose a university, a major and the level of attachment to the university. The study also analyzes a number of aspects of this relationship to accordingly propose some appropriate measures to improve the quality of higher education services, the efficiency and competitiveness of higher education institutions in the current context. This helps create values and brands for higher education institutions, contributing to constantly improving the quality of human resources, effectively serving the cause of socio-economic development of the country.

1. Mở đầu

Trong bối cảnh hội nhập hiện nay, mặc dù đã có nhiều công trình nghiên cứu trong và ngoài nước đề cập đến chất lượng dịch vụ giáo dục đại học (GDĐH) và sự hài lòng về chất lượng dịch vụ GDĐH, song phần lớn vẫn thiên về các yếu tố riêng lẻ, thiếu sự tích hợp giữa lý thuyết và thực tiễn đặc thù của GDĐH Việt Nam. Việc thiếu vắng các định hướng phù hợp với bối cảnh hiện nay, cũng như sự chưa rõ ràng trong định nghĩa một số khái niệm then chốt đã phần nào làm hạn chế hiệu quả của các giải pháp định hướng nâng cao chất lượng dịch vụ GDĐH và sự hài lòng của người học. Nếu trước đây giáo dục được xem như một hoạt động đào tạo con người đơn thuần mang tính phi thương mại, phi lợi nhuận thì ngày nay, trước những thay đổi và xu thế mới, giáo dục được coi như một “dịch vụ” mà ở đó “khách hàng” (người học) có thể đầu tư và lựa chọn một nhà cung cấp dịch vụ (cơ sở giáo dục) mà họ cho là phù hợp nhất để hiện thực hóa mục tiêu đầu tư cho giáo dục hay còn gọi là đầu tư cho tương lai (Kashif et al., 2016). Từ thực tế nhu cầu xã hội đặt ra các cơ sở GDĐH đang đứng trước cuộc cạnh tranh gay gắt để thu hút người học và khẳng định vị thế uy tín của mình trong hệ thống giáo dục quốc dân, đòi hỏi các cơ sở GDĐH cần chú trọng vào chất lượng dịch vụ nhằm nâng cao sự hài lòng của người học. Vậy chất lượng dịch vụ, chất lượng dịch vụ GDĐH và sự hài lòng của người học có mối liên hệ như thế nào trong xu thế giáo dục hiện nay? Bài báo này sử dụng phương pháp nghiên cứu lý luận, đó là dựa vào các nghiên cứu, bài báo, báo cáo có sẵn để phân tích và khái quát hóa, đưa ra khái niệm phù hợp liên quan đến vấn đề nghiên cứu; phương pháp so sánh các yếu tố tác động đến chất lượng dịch vụ giáo dục và sự hài lòng của người học. Phân tích một số khía cạnh về mối liên quan giữa chất lượng dịch vụ GDĐH và mức độ hài lòng của người học, từ đó đề xuất một số định hướng phù hợp để nâng cao sự hài lòng của người học, nâng cao hiệu quả và tính cạnh tranh của các cơ sở GDĐH trong bối cảnh hiện nay.

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Một số khái niệm

Chất lượng dịch vụ là mức độ khác biệt giữa kỳ vọng của khách hàng và nhận thức của họ về dịch vụ thực tế mà họ nhận được. Mô hình SERVQUAL do các tác giả này phát triển là một trong những cơ sở lý luận phổ biến nhất để đo lường chất lượng dịch vụ (Parasuraman et al., 1988). Chất lượng dịch vụ không chỉ đáp ứng hay vượt qua “kỳ vọng” của khách hàng mà còn liên quan đến việc đáp ứng được yêu cầu vị trí việc làm (đáp ứng yêu cầu của bên sử dụng người học sau tốt nghiệp) và vấn đề học tập tiếp theo (học tập suốt đời). Nhóm tác giả này ủng hộ quan điểm tương tự, xác định khái niệm chất lượng dịch vụ là “một dạng thái độ liên quan nhưng không tương đương với sự hài lòng và là kết quả của việc so sánh kỳ vọng với nhận thức” (Parasuraman et al., 1988). Theo Grönroos, (2000), chất lượng dịch vụ không chỉ gồm yếu tố kỹ thuật (cái gì được cung cấp) mà còn gồm yếu tố chức năng (cách thức

được cung cấp). Trong bài báo này, tác giả sử dụng khái niệm: Chất lượng dịch vụ (Service Quality) là mức độ mà dịch vụ được cung cấp có thể đáp ứng hoặc vượt qua mong đợi của khách hàng.

Harvey và Green (1993) đưa ra khái niệm chất lượng giáo dục như là sự phù hợp với mục tiêu, sự biến đổi tích cực của người học và sự hài lòng của các bên liên quan. Chất lượng dịch vụ GDĐH là sự đánh giá tổng thể của sinh viên về hiệu quả cung cấp dịch vụ học tập, giảng dạy, cơ sở vật chất, và các dịch vụ hỗ trợ trong trường đại học (Abdullah, 2018). Như vậy, chất lượng giáo dục là sự phù hợp giữa các tiêu chuẩn (thông số kỹ thuật); Chất lượng là sự đáp ứng nhu cầu của khách hàng (người sử dụng lao động được đào tạo); và chất lượng với tư cách là hiệu quả của việc đạt mục đích của trường học. Parasuraman và cộng sự (1988) đã đề cập năm khía cạnh của chất lượng giáo dục: chất lượng là sự vượt trội (hay sự xuất sắc); là sự hoàn hảo (kết quả hoàn thiện, không sai sót); là sự phù hợp với mục tiêu (đáp ứng nhu cầu của khách hàng); là sự đáng giá về đồng tiền (trên khía cạnh đánh giá để đầu tư); là sự chuyển đổi (sự chuyển đổi từ trạng thái này sang trạng thái khác). Tiếp cận các quan điểm trên, trong bài báo này, tác giả sử dụng khái niệm: Chất lượng dịch vụ giáo dục là mức độ đáp ứng của hệ thống giáo dục đối với nhu cầu, mong đợi và sự hài lòng của người học và các bên liên quan (như phụ huynh, xã hội, nhà tuyển dụng), thông qua việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ giáo dục hiệu quả, phù hợp và có giá trị.

Theo Lee và Hwan (2005), “sự hài lòng” là mức độ của trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh nhận thức về một sản phẩm so với mong đợi của người đó. Theo đó, sự hài lòng có ba cấp độ: (1) Nếu nhận thức của khách hàng nhỏ hơn kì vọng thì khách hàng cảm nhận không thỏa mãn; (2) Nếu nhận thức bằng kì vọng thì khách hàng cảm nhận thỏa mãn; (3) Nếu nhận thức lớn hơn kì vọng thì khách hàng cảm nhận là thỏa mãn. Sự hài lòng của khách hàng là nhận thức về việc doanh nghiệp đã làm như thế nào để đáp ứng và thực hiện các kì vọng, nhu cầu và đòi hỏi của mình bao gồm cả mức độ đáp ứng trên và dưới mức mong muốn. Điểm khởi đầu cho sự hài lòng của khách hàng là cảm nhận chất lượng dịch vụ, tiếp theo là sự nhận thức về sự hài lòng hoặc không hài lòng với chất lượng của dịch vụ này. Theo Elliott và Shin (2002), “sự hài lòng của người học” được hiểu là trạng thái cảm xúc tích cực phát sinh từ việc so sánh giữa kì vọng ban đầu và trải nghiệm thực tế của sinh viên trong quá trình học tập tại cơ sở GDĐH. Đó là phản ứng của người học về sự khác biệt giữa sự mong đợi và trải nghiệm, hoặc sự hài lòng là phản ứng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ (Parasuraman et al., 1988). Nhóm tác giả cho rằng sự hài lòng của khách hàng là một nhiệm vụ của doanh nghiệp thể hiện qua mối quan hệ giữa những giá trị của sản phẩm, dịch vụ đó so với những mong đợi trước đó của khách hàng về chúng. Kê thừa những quan điểm về “sự hài lòng của khách hàng” của các tác giả, trong bài báo này, tác giả sử dụng khái niệm, sự hài lòng của khách hàng trong giáo dục chính là sự hài lòng về chất lượng dịch vụ giáo dục trong các cơ sở GDĐH.

2.2. Bối cảnh chung và xu thế giáo dục đại học hiện nay

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số mạnh mẽ, GDĐH đang đứng trước nhiều áp lực phải đổi mới nhằm đáp ứng kì vọng ngày càng cao từ người học, xã hội và thị trường lao động. Chất lượng dịch vụ giáo dục không còn chỉ giới hạn ở hoạt động giảng dạy - học tập mà mở rộng sang toàn bộ trải nghiệm của người học trong suốt quá trình học tập, bao gồm các dịch vụ hỗ trợ học tập, môi trường học đường, công nghệ, quản trị và hỗ trợ cá nhân (Parasuraman et al., 1988; Hillet et al., 2003). GDĐH đang đối mặt với những thay đổi sâu rộng cả về mô hình quản trị, nội dung đào tạo lẫn cách tiếp cận người học. Trên thế giới, sự phát triển của công nghệ như trí tuệ nhân tạo, tự động hóa và nền tảng số đang làm thay đổi cơ cấu nhân lực, kéo theo yêu cầu mới về kĩ năng và dịch vụ đào tạo. Các lĩnh vực như STEAM, sáng tạo nội dung số và kĩ năng mềm đang ngày càng được chú trọng, buộc các cơ sở giáo dục phải đổi mới chương trình và dịch vụ hỗ trợ học tập nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu người học (Đặng Ứng Vận và Giản Hoàng Anh, 2022).

Người học hiện nay được xem như “khách hàng” trong hệ thống GDĐH. Do đó, mức độ hài lòng của họ trở thành chỉ báo quan trọng phản ánh chất lượng dịch vụ và là yếu tố then chốt ảnh hưởng đến danh tiếng, sự phát triển bền vững cũng như năng lực cạnh tranh của các cơ sở đào tạo (Kotler & Fox, 1995; Alves & Raposo, 2007). Đặc biệt trong bối cảnh bùng nổ của mô hình đào tạo trực tuyến, yêu cầu về khả năng thích ứng công nghệ, cá nhân hóa trải nghiệm học tập và nâng cao dịch vụ hỗ trợ sinh viên càng trở nên cấp thiết (Goh & Sandars, 2020).

Xu hướng GDĐH hiện đại hướng đến lấy người học làm trung tâm, cá thể hóa trải nghiệm học tập, nâng cao sự tham gia chủ động và tích cực của sinh viên vào quá trình đào tạo (Barr & Tagg, 1995). Bên cạnh đó, các tổ chức kiểm định chất lượng và bảng xếp hạng đại học quốc tế cũng ngày càng chú trọng đến chỉ số hài lòng của người học như một tiêu chí đánh giá chất lượng giáo dục toàn diện. Tại Việt Nam, xu hướng tự chủ đại học, quốc tế hóa, kiểm định chất lượng và sự cạnh tranh trong thu hút nhân lực chất lượng cao đang định hình lại hệ sinh thái GDĐH. Các trường đại học ngày càng chú trọng đến dịch vụ hỗ trợ sinh viên, cải thiện điều kiện học tập và đầu tư mạnh cho công

nghệ giáo dục nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và mức độ hài lòng của người học (Đặng Ứng Vận và Giản Hoàng Anh, 2022). Người học, từ chỗ là đối tượng thụ hưởng, nay trở thành trung tâm trong mọi chiến lược phát triển của nhà trường, trong đó sự hài lòng được xem là chỉ số phản ánh trực tiếp chất lượng dịch vụ giáo dục. Có thể thấy, các xu hướng phát triển GDĐH hiện nay đều hướng đến việc nâng cao chất lượng dịch vụ tổng thể và gia tăng sự hài lòng của người học - hai yếu tố có mối quan hệ mật thiết, chi phối sự phát triển bền vững của cơ sở đào tạo trong thời đại số và hội nhập toàn cầu.

2.3. Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của người học

Cơ sở GDĐH phải cung cấp chất lượng dịch vụ cao để làm hài lòng người học. Sự hài lòng của người học là thái độ của một cá nhân có được từ việc đánh giá các dịch vụ giáo dục, kinh nghiệm giáo dục và cơ sở vật chất (Kashif et al., 2016; Ngo & Nguyen, 2016). Mặc dù có những tranh luận về mối quan hệ “nguyên nhân - kết quả” giữa sự hài lòng của khách hàng và chất lượng dịch vụ, tuy nhiên, các nghiên cứu gần đây hầu hết đều cho rằng chất lượng dịch vụ có quan hệ mật thiết với sự hài lòng của khách hàng (Ngo & Nguyen, 2016; Nguyen, 2013). Các nghiên cứu liên quan đến dịch vụ GDĐH cho thấy nhận thức về chất lượng là tiền đề cho sự hài lòng của người học (Lee & Hwan, 2005). Nghiên cứu về sự hài lòng của người học đối với chất lượng dịch vụ tập trung đáng kể vào việc phân tích nhận thức của người học về mức độ đáp ứng kì vọng của họ về các dịch vụ đó (Parasuraman et al., 1988). Đặc biệt, mức độ hài lòng phụ thuộc rất lớn vào đánh giá của người học về chất lượng dịch vụ.

Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ GDĐH và sự hài lòng của người học (sinh viên) là một mối quan hệ nhân quả và mang tính chiến lược và tính chất quan trọng, quyết định đối với sự tồn tại và phát triển của các cơ sở GDĐH. Tiếp cận nghiên cứu của các tác giả Phạm Thị Liên (2016), Lê Đức Tâm và Trần Danh Giang (2013), chúng tôi phân tích các yếu tố chất lượng dịch vụ GDĐH ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên như sau (bảng 1).

Bảng 1. Các yếu tố chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên (người học)

STT	Yếu tố chất lượng dịch vụ	Mô tả chi tiết	Tác động đến sự hài lòng
1	Tiếp cận dịch vụ giáo dục	- Thủ tục đăng kí môn học, xử lí hồ sơ, phản hồi từ các phòng ban (Phạm Thị Liên, 2016). - Sự sẵn sàng tư vấn, hỗ trợ học tập, hướng nghiệp, chăm sóc sức khỏe tâm lí (Phạm Thị Liên, 2016).	- Ảnh hưởng đến cảm nhận về sự chuyên nghiệp (Phạm Thị Liên, 2016). - Tạo cảm giác được quan tâm, nâng cao hài lòng (Phạm Thị Liên, 2016).
2	Cơ sở vật chất, trang thiết bị dạy học	Phòng học, thư viện, phòng máy, phòng thí nghiệm, Internet... (Phạm Thị Liên, 2016).	Ảnh hưởng gián tiếp nhưng quan trọng (Phạm Thị Liên, 2016).
3	Môi trường đào tạo	Danh tiếng, liên kết doanh nghiệp, mạng lưới cựu sinh viên (Phạm Thị Liên, 2016).	Tác động đến kì vọng và niềm tự hào (Phạm Thị Liên, 2016).
4	Hoạt động giáo dục	- Năng lực chuyên môn, phương pháp giảng dạy, khả năng truyền đạt của giảng viên (Lê Đức Tâm và Trần Danh Giang, 2013). - Tính thực tiễn, cập nhật, phù hợp với thị trường lao động (Lê Đức Tâm và Trần Danh Giang, 2013). Học phí hợp lí, học bổng, hỗ trợ tài chính (Lê Đức Tâm và Trần Danh Giang, 2013).	- Ảnh hưởng mạnh mẽ trực tiếp. - Tác động dài hạn đến kì vọng người học (Lê Đức Tâm và Trần Danh Giang, 2013). - Góp phần tạo sự công bằng và hài lòng (Lê Đức Tâm và Trần Danh Giang, 2013).
5	Kết quả giáo dục	- Các hoạt động ngoại khóa, kĩ năng mềm, nghiên cứu khoa học, khởi nghiệp (Lê Đức Tâm và Trần Danh Giang, 2013). - Cung cấp cho người học các kiến thức, kĩ năng có tính căn bản - mở - linh hoạt, gắn kết với thực tiễn, cùng với môi trường học tập và rèn luyện năng động, giúp cho người học phát triển tối đa năng lực cá nhân, năng lực thích ứng và đổi mới sáng tạo (Lê Đức Tâm và Trần Danh Giang, 2013).	- Tăng mức độ gắn bó và sự hài lòng (Lê Đức Tâm và Trần Danh Giang, 2013). - Không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, tạo ra lợi thế cạnh tranh trong việc thu hút và tăng cường sự gắn bó của người học tại mỗi cơ sở GDĐH (Lê Đức Tâm và Trần Danh Giang, 2013).

Các yếu tố này có thể tương tác lẫn nhau (ví dụ: chất lượng hoạt động giáo dục tốt nhưng cơ sở vật chất kém vẫn làm giảm sự hài lòng). Mức độ ảnh hưởng có thể khác nhau tùy từng nhóm sinh viên (năm học, ngành học, hoàn cảnh cá nhân...). Chất lượng dịch vụ càng tốt thì mức độ hài lòng của sinh viên càng cao. Đây là mối quan hệ tương hỗ, trong đó chất lượng dịch vụ là nền tảng, còn sự hài lòng là kết quả. Cơ sở GDĐH nào coi trọng việc nâng cao chất lượng dịch vụ sẽ có lợi thế cạnh tranh lớn trong việc thu hút và giữ chân người học. Có nhiều nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người học. Coi giáo dục là một dịch vụ thì dịch vụ giáo dục là một loại hình dịch vụ đặc thù, với 5 nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người học: (1) Tiếp cận dịch vụ giáo dục; (2) Cơ sở vật chất, trang thiết bị dạy học; (3) Môi trường đào tạo; (4) Hoạt động giáo dục; (5) Kết quả giáo dục. Từ các nhân tố này các cơ sở GDĐH cần có chiến lược phù hợp để nâng cao chất lượng dịch vụ tại cơ sở của mình (Phạm Thị Liên, 2016; Lê Đức Tâm và Trần Danh Giang, 2013).

2.4. Bình luận

Dựa vào các phân tích trên, có thể thấy, để tăng sự hài lòng của người học, các dịch vụ giáo dục cần cung cấp đủ liệu để người quan tâm đến chương trình, có hệ thống hỗ trợ thông tin và trả lời tự động khi người học có nhu cầu tìm hiểu, đảm bảo nhanh, chính xác, kịp thời, đáp ứng yêu cầu của người cần thông tin. Bên cạnh đó, cần xây dựng một đội ngũ cán bộ tư vấn chuyên nghiệp để hỗ trợ thông tin cho người học các vấn đề về dịch vụ và chất lượng đào tạo, trong việc định hướng học tập, lựa chọn môn học, giải quyết khó khăn trong quá trình học, tư vấn kế hoạch học tập và phát triển nghề nghiệp, cũng như kết nối với các bộ phận hỗ trợ khác của nhà trường khi cần thiết. Tính công bằng của giá cả - học phí với giá trị mà người học nhận được là nhân tố quan trọng dẫn đến sự hài lòng của người học tại cơ sở GDĐH. Người học sẽ thấy chi phí mình bỏ ra với giá trị mình nhận được là xứng đáng. Điều này phù hợp với nghiên cứu của các tác giả Phạm Thị Liên (2016), Lê Đức Tâm và Trần Danh Giang (2013).

Một trong những yêu cầu thiết yếu để nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng cường sự gắn bó của người học tại mỗi cơ sở GDĐH là đảm bảo cơ sở vật chất như đủ phòng học, trang bị đầy đủ các trang thiết bị và học cụ, thường xuyên duy trì bảo dưỡng những thiết bị hư hỏng như: micro, máy chiếu..., trang bị micro không dây, lắp đặt tivi và nâng cấp tốc độ wifi, xây dựng thêm phòng học chuyên dụng (phòng nghe nhìn, phòng thực hành, phòng hội thảo, phòng sinh hoạt câu lạc bộ...). Hình ảnh cơ sở GDĐH là tài sản là thương hiệu của cơ sở GDĐH đó, có ảnh hưởng tương quan tích cực đến cảm nhận, đánh giá của người học đến chất lượng dịch vụ giáo dục, chất lượng giáo dục và đặc biệt cần quan tâm ở đây là sự hài lòng của người học.

Trong hoạt động giáo dục, cần có chính sách hỗ trợ đào tạo và phát triển đội ngũ. Khuyến khích ứng dụng các chương trình và phần mềm công nghệ thông tin trong việc giảng dạy. Cần có cơ chế đánh giá, phân loại giảng viên, đánh giá sinh viên chính xác, công bằng, khách quan. Xây dựng chương trình đào tạo có tổng số tín chỉ phù hợp. Thường xuyên cải tiến, cập nhật chương trình đào tạo theo quy định hiện hành (ít nhất 2 năm/lần). Xác định chuẩn đầu ra và mục tiêu của chương trình phải rõ ràng, đáp ứng nhu cầu của người học và của các bên liên quan (có thể cho người học và doanh nghiệp tham gia vào quá trình này). Cơ sở đào tạo cần đăng tải đầy đủ chương trình học trên website của nhà trường để sinh viên theo dõi, cập nhật thông tin, chuẩn bị nguồn dữ liệu đầy đủ cho sinh viên học tập và nghiên cứu theo từng chương trình đào tạo, theo từng môn học. Đối với công tác hành chính, đào tạo các kỹ năng chuyên nghiệp cho đội ngũ cán bộ chuyên viên văn phòng để có thái độ đúng mực, tận tâm hướng dẫn người học các thủ tục hành chính liên quan trong quá trình học tập, giải quyết các vấn đề học vụ của người học nhanh gọn là một yêu cầu cấp thiết để tăng sự hài lòng và sự gắn bó của người học. Một điểm cần chú trọng là chất lượng đào tạo và chất lượng dịch vụ phải tương xứng với học phí. Công khai và minh bạch chính sách học bổng, khuyến học, các khoản phụ thu ngoài học phí để động viên tạo điều kiện cho người học học tập tốt. Tổ chức liên kết với các doanh nghiệp cấp học bổng cho người học có kết quả học tập tốt và thuộc diện chính sách. Thông qua liên kết với ngân hàng có chính sách cho vay để học tập.

Sản phẩm cuối cùng của giáo dục là cung cấp cho xã hội nguồn nhân lực chất lượng cao. Muốn như vậy kết quả giáo dục cần được hiện hữu bằng những giá trị cụ thể như: Cung cấp cho người học các kiến thức, kỹ năng có tính căn bản - mở - linh hoạt, gắn kết với thực tiễn, cùng với môi trường học tập và rèn luyện năng động, giúp cho người học phát triển tối đa năng lực cá nhân, năng lực thích ứng và đổi mới sáng tạo. Cung cấp cho các doanh nghiệp, cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức và cá nhân các dịch vụ tư vấn, chuyển giao tri thức cập nhật có tính ứng dụng cao. Triển khai các hoạt động xã hội thiết thực phục vụ cộng đồng, xây dựng hệ sinh thái học tập kết nối. Thông qua những hoạt động kết nối và hoạt động vì cộng đồng, người học không chỉ là chủ thể của cơ sở GDĐH mà còn là khách thể trong quá trình phản hồi đánh giá chất lượng cơ sở GDĐH.

3. Kết luận

Giáo dục là một loại hình dịch vụ đặc thù, đó là hệ thống bao gồm hoạt động cung cấp dịch vụ, hỗ trợ người học với 5 nhân tố: Tiếp cận dịch vụ giáo dục; Cơ sở vật chất, trang thiết bị dạy học; Môi trường đào tạo; Hoạt động giáo dục; Kết quả giáo dục có tác động đáng kể đến mức độ hài lòng của sinh viên. Mức độ hài lòng của sinh viên phản ánh chất lượng dịch vụ giáo dục là chỉ số quan trọng để đánh giá chất lượng dịch vụ giáo dục tại các cơ sở GDĐH. Kết quả nghiên cứu cho thấy, nâng cao hiệu quả và tính cạnh tranh của các cơ sở GDĐH trong bối cảnh hiện nay là chiến lược quan trọng mà các cơ sở GDĐH hướng tới nhằm khẳng định giá trị và thương hiệu cho chính cơ sở của mình và không ngừng nâng cao mức độ hài lòng của người học, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, phục vụ đắc lực cho sự phát triển KT-XH của đất nước. Việc chưa sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng nên chưa đi sâu vào lý giải nguyên nhân của sự hài lòng/không hài lòng của người học là một hạn chế của bài báo này. Vì vậy, hướng nghiên cứu tiếp theo có thể là so sánh sự hài lòng của sinh viên giữa các trường, các ngành đào tạo, hoặc các chương trình khác nhau (ví dụ: chương trình tiên tiến, chương trình chất lượng cao); tác động của chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ trong giáo dục đến sự hài lòng của sinh viên. Nghiên cứu mối quan hệ giữa sự hài lòng của sinh viên và kết quả học tập, khả năng tìm việc làm sau khi tốt nghiệp, hoặc sự gắn kết với nhà trường sau khi tốt nghiệp ra trường.

Tài liệu tham khảo

- Abdullah, F. (2018). Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF. *Marketing Intelligence & Planning*, 24(1), 31-47. <https://doi.org/10.1108/02634500610641543>
- Alves, H., & Raposo, M. (2007). Conceptual model of student satisfaction in higher education. *Total Quality Management & Business Excellence*, 18(5), 571-588. <https://doi.org/10.1080/14783360601074315>
- Barr, R. B., & Tagg, J. (1995). From teaching to learning - A new paradigm for undergraduate education. *Change: The Magazine of Higher Learning*, 27(6), 12-26. <https://doi.org/10.1080/00091383.1995.10544672>
- Đặng Ứng Vận, Giản Hoàng Anh (2022). Năm xu hướng của giáo dục đại học thế giới và một số kết quả kiểm định chất lượng giáo dục ở các trường đại học tại Việt Nam thời gian gần đây. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Hòa Bình*, 06, 74-82.
- Goh, P. S., & Sandars, J. (2020). A vision of the use of technology in medical education after the COVID-19 pandemic. *MedEdPublish*, 9(1), 49. <https://doi.org/10.15694/mep.2020.000049.1>
- Grönroos, C. (2000). *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach* (2nd ed.). Wiley.
- Harvey, L., & Green, D. (1993). Defining quality. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 18(1), 9-34.
- Hill, F. M., Lomas, L., & MacGregor, J. (2003). Students' perceptions of quality in higher education. *Quality Assurance in Education*, 11(1), 15-20. <https://doi.org/10.1108/09684880310462047>
- Kashif, M., Ramayah, T., & Sarifuddin, 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>
- Kotler, P., & Fox, K. F. A. (1995). *Strategic marketing for educational institutions* (2nd ed.). Prentice Hall.
- Lê Đức Tâm, Trần Danh Giang (2013). Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ đào tạo và sự hài lòng của sinh viên Trường Đại học Xây dựng miền Trung. *Tạp chí Khoa học - Công nghệ Thủy sản*, 2, 149-154.
- Lee, M. C., & Hwan, I. S. (2005). Relationships among Service Quality, Customer Satisfaction and Profitability in the Taiwanese Banking Industry. *International Journal of Management*, 22(4), 635-648. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jaci.2012.05.050>
- Ngo Vu M., Nguyen Huan H. (2016). The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Investigation in Vietnamese Retail Banking Sector. *Journal of Competitiveness*, 8(2), 103-116 <https://doi.org/10.7441/joc.2016.02.08>
- Nguyen, T. H. Y. (2013). Measuring Service Quality in The Context of Higher Education in Vietnam. *Journal of Economics and Development*, 15(3), 77-90. <https://doi.org/10.33301/2013.15.03.05>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
- 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, Đại học Quốc gia Hà Nội*, 4, 81-89.