

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN ĐỐI VỚI CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG CDIO TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

RESEARCH ON FACTORS AFFECTING STUDENT SATISFACTION WITH CDIO ORIENTED TRAINING PROGRAMS AT HANOI UNIVERSITY OF INDUSTRY

Nguyễn Thị Nhung<sup>1</sup>, Nguyễn Thị Ngọc<sup>1</sup>, Phạm Thị Bích Phượng<sup>1</sup>,  
Lê Huyền Trang<sup>1</sup>, Cao Thị Huyền Trang<sup>2,\*</sup>

## TÓM TẮT

Bài báo này trình bày nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với chương trình đào tạo theo định hướng ứng dụng CDIO tại trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Trên cơ sở nghiên cứu các công trình nghiên cứu trước, bài báo đã xây dựng mô hình nghiên cứu gồm 6 nhân tố chính: Tin cậy, Đáp ứng, Năng lực phục vụ, Cảm thông, Phương tiện hữu hình, Sự hài lòng. Nghiên cứu sử dụng phần mềm SPSS 21 để xử lý dữ liệu, kết quả cho thấy yếu tố phương tiện hữu hình hỗ trợ công tác giảng dạy, học tập và yếu tố năng lực phục vụ là hai yếu tố tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của sinh viên đối với chương trình đào tạo theo CDIO.

## ABSTRACT

This paper presents research on factors affecting student satisfaction with CDIO oriented training programs at Hanoi University of Industry. Based on the research of previous studies, the paper has built a research model including 6 main factors: Trust, Responsiveness, Service Capacity, Sympathy, Tangible Media, Satisfaction. Research using SPSS 21 software to process data, the results show that the tangible means of supporting teaching, learning and service capacity are the two factors that most impact the Students' satisfaction with the CDIO curriculum.

<sup>1</sup>Lớp Kế toán 6 - K10, Khoa Kế toán - Kiểm toán, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

<sup>2</sup>Khoa Kế toán - Kiểm toán, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

\*Email: huyentrancao@gmail.com

## 1. GIỚI THIỆU

Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội là một ngôi trường có bề dày lịch sử. Định hướng chiến lược phát triển đào tạo của trường là xây dựng Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội trở thành một cơ sở đào tạo chất lượng cao theo định hướng ứng dụng, nhiều ngành, nhiều loại hình, nhiều cấp trình độ, đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực chất lượng cao cho thị trường lao động trong nước và quốc tế. Các chương trình đào tạo được thiết kế theo định hướng ứng dụng và thường xuyên được cập nhật, chuẩn đầu ra các chương trình đào tạo được công khai và đảm bảo đánh giá định lượng được. Do đó, toàn bộ chương trình đào tạo hiện nay của trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

đã và đang được xây dựng theo định hướng CDIO (Conceive - Design - Implement - Operate), đây là một giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo đáp ứng yêu cầu xã hội trên cơ sở xác định chuẩn đầu ra (learning outcomes) để thiết kế chương trình và phương pháp đào tạo theo một quy trình khoa học. Sau khi hình thành vào những năm 2000, CDIO trở thành một tiêu chuẩn được nhiều trường đại học trên thế giới áp dụng. Hiện tại, đã có 140 trường đại học trên thế giới là thành viên của tổ chức này, trong đó Việt Nam hiện có ba trường đã chính thức triển khai CDIO, đó là Đại học Quốc gia TP. HCM, Đại học Duy Tân và Đại học Thủ Dầu Một

Với mục đích tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng đào tạo theo định hướng CDIO nhằm góp phần cải tiến, nâng cao chất lượng đào tạo, nâng cao sự hài lòng của sinh viên đối với chương trình đào tạo tại trường Đại học Công nghiệp Hà Nội, nhóm nghiên cứu tiến hành nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên đối với chương trình đào tạo theo định hướng ứng dụng CDIO tại trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.

## 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### Cơ sở lý thuyết

Ở Việt Nam đã có một số nghiên cứu về những nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng được thực hiện bởi các tác giả như: Võ Việt Vương (2016), Lưu Thanh Đức Hải & Nguyễn Hồng Giang (2011); Đặng Hồng Anh (2013); Lê Tấn Trường (2018),... Tuy nhiên hạn chế của những nghiên cứu này là quy mô nghiên cứu còn nhỏ, chưa đánh giá được rõ nét các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng.

#### ❖ Chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ là một phạm trù rộng và có rất nhiều định nghĩa khác nhau tùy thuộc vào từng loại dịch vụ, nhưng bản chất của chất lượng dịch vụ nói chung được xem là những gì mà khách hàng cảm nhận được. Mỗi khách hàng có nhận thức và nhu cầu cá nhân khác nhau nên cảm nhận về chất lượng dịch vụ cũng khác nhau.

❖ Sự hài lòng của khách hàng

Theo Philip Kotler, sự thỏa mãn - hài lòng của khách hàng (Customer satisfaction) là mức độ trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh kết quả thu được từ việc tiêu dùng sản phẩm/dịch vụ với những kỳ vọng của chính họ.

Theo Oliver (1999) và Zineldin (2000) thì 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.

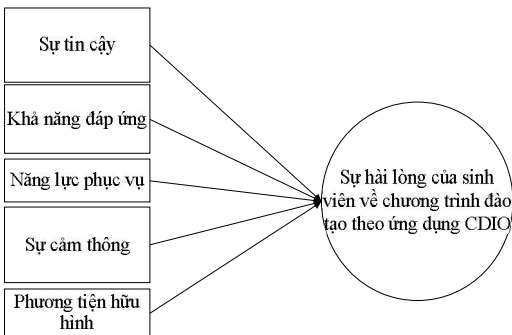
Từ các quan điểm trên thì sự hài lòng là hàm của sự khác biệt giữa kết quả nhận được và kỳ vọng. Khách hàng có thể có cảm nhận một trong ba mức độ thỏa mãn sau: Nếu kết quả thực hiện kém hơn so với kỳ vọng thì khách hàng sẽ không hài lòng. Nếu kết quả thực hiện tương xứng với kỳ vọng thì khách hàng sẽ hài lòng. Nếu kết quả thực tế vượt quá sự mong đợi thì khách hàng rất hài lòng và thích thú.

❖ Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng

Chất lượng dịch vụ là nhân tố tác động nhiều đến sự hài lòng của khách hàng. Nếu nhà cung cấp dịch vụ đem đến cho khách hàng những sản phẩm có chất lượng thỏa mãn nhu cầu của họ thì nhà mạng đó đã bước đầu làm cho khách hàng hài lòng. Do đó, muốn nâng cao sự hài lòng khách hàng, nhà cung cấp dịch vụ phải nâng cao chất lượng dịch vụ. Nói cách khác, chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng có quan hệ chặt chẽ với nhau, trong đó chất lượng dịch vụ là cái tạo ra trước, quyết định đến sự hài lòng của khách hàng. Mối quan hệ nhân quả giữa hai yếu tố này là vấn đề then chốt trong hầu hết các nghiên cứu về sự hài lòng của khách hàng. Nếu chất lượng được cải thiện nhưng không dựa trên nhu cầu của khách hàng thì sẽ không bao giờ khách hàng thỏa mãn với dịch vụ đó. Do đó, khi sử dụng dịch vụ, nếu khách hàng cảm nhận được dịch vụ có chất lượng cao thì họ sẽ thỏa mãn với dịch vụ đó. Ngược lại nếu khách hàng cảm nhận dịch vụ có chất lượng thấp thì việc không hài lòng sẽ xuất hiện.

❖ Mô hình đề xuất nghiên cứu

Nghiên cứu này sẽ sử dụng khung lý thuyết của Parasuraman để đề xuất mô hình nghiên cứu sự hài lòng của sinh viên đối với chất lượng đào tạo tại trường Đại học Công nghiệp Hà Nội:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

\* **Giả thuyết nghiên cứu:** Từ mô hình nghiên cứu ta đưa ra các giả thiết nghiên cứu sau:

H1: Sự tin cậy có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của sinh viên về chương trình đào tạo (TC).

H2: Khả năng đáp ứng có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của sinh viên về chương trình đào tạo (ĐU).

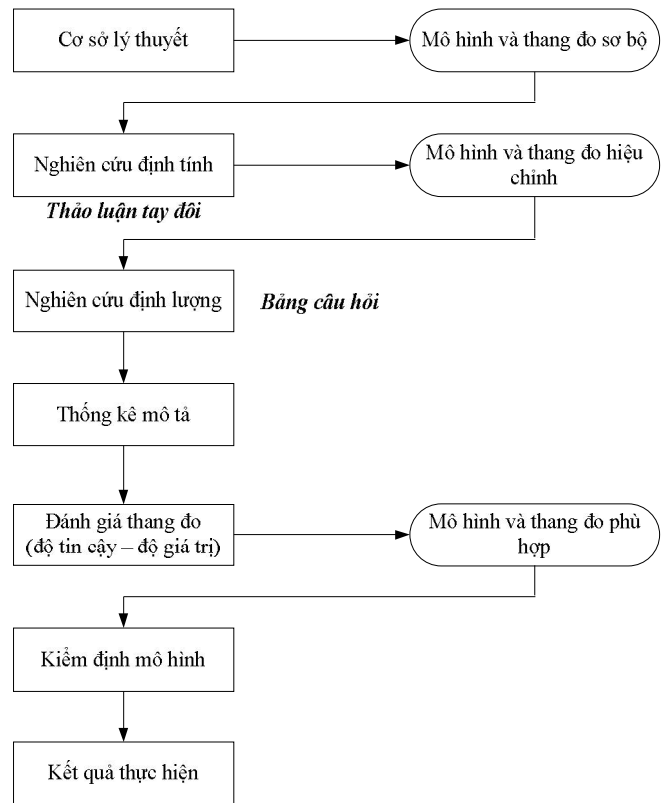
H3: Năng lực phục vụ có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của sinh viên về chương trình đào tạo (NLPV).

H4: Sự cảm thông có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của sinh viên về chương trình đào tạo (TC).

H5: Phương tiện hữu hình có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của sinh viên về chương trình đào tạo (HH).

❖ Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện qua hai bước chính là nghiên cứu sơ bộ và nghiên cứu chính thức. Mỗi giai đoạn được tiến hành với kỹ thuật tương ứng. Nghiên cứu được tiến hành theo quy trình trong sơ đồ hình 2.



(Nguồn: Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang, 2009)

Hình 2. Quy trình nghiên cứu

Bước nghiên cứu đầu tiên sẽ là nghiên cứu định tính, nhằm khám phá, điều chỉnh và bổ sung các biến quan sát dùng để đo lường các khái niệm trong mô hình. Từ đó, các thang đo sơ bộ khái niệm được điều chỉnh phù hợp. Thông tin có được từ thảo luận sẽ được tổng hợp và là cơ sở cho việc hiệu chỉnh, bổ sung các biến trong thang đo.

Sau khi hình thành thang đo sơ bộ, nhóm nghiên cứu tiến hành thiết kế Phiếu khảo sát dựa trên thang đo sơ bộ, sau đó sử dụng phần mềm SPSS 21 để xử lý dữ liệu.

Bảng 1. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,679 <sup>a</sup>	0,461	0,450	0,25112	1,895

a. Predictors: (Constant), HH, TC, ĐƯ, NLPV, CT

b. Dependent Variable: HL

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	13,468	5	2,694	42,714	0,000 <sup>b</sup>
Residual	15,766	250	0,063		
Total	29,234	255			

a. Dependent Variable: HL

b. Predictors: (Constant), HH, TC, ĐƯ, NLPV, CT

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,162	0,266		4,362	0,000		
1 TC	0,085	0,033	-0,124	-2,577	0,011	0,930	1,075
ĐƯ	0,050	0,032	0,077	1,547	0,023	0,881	1,135
NLPV	0,320	0,053	0,397	6,043	0,000	0,500	2,000
CT	0,043	0,057	0,054	0,751	0,053	0,412	2,427
HH	0,382	0,061	0,374	6,304	0,000	0,614	1,629

a. Dependent Variable: HL

**3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho thấy những yếu tố có ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên tại trường Đại học Công nghiệp Hà Nội là những chỉ số > 0,7 đạt yêu cầu kiểm định Cronbach's Alpha.

Theo bảng kết quả cả năm biến TC, ĐƯ, NLPV, CT, HH có ý nghĩa thống kê với mức ý nghĩa 10%. Ngoài ra, hệ số VIF của tất cả các biến đều nhỏ hơn 10 chứng tỏ mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến. Đồng thời giá trị thống kê d (Durbin-Watson) bằng 1,895 (d > du = 1,841), kết luận không có tự tương quan bậc 1.

Như vậy kết quả cho thấy TC, ĐƯ, NLPV, CT, HH thỏa mãn tất cả các giả định của mô hình hồi quy. Chỉ số R<sup>2</sup> hiệu chỉnh bằng 0,450 chỉ ra rằng các nhân tố TC, ĐƯ, NLPV, CT, HH ảnh hưởng và giải thích được 45% sự hài lòng của sinh viên về chất lượng đào tạo theo định hướng ứng dụng CDIO tại trường Đại học Công nghiệp Hà Nội.

Mô hình hồi quy phù hợp với mức ý nghĩa 10% có dạng như sau:

$$HL = 1,162 + 0,085TC + 0,050ĐƯ + 0,320NLPV + 0,043CT + 0,382HH$$

Trong nghiên cứu này, sự hài lòng của sinh viên về chất lượng đào tạo theo định hướng ứng dụng CDIO tại trường Đại học Công nghiệp Hà Nội chịu ảnh hưởng đáng kể của nhân tố phương tiện hữu hình với hệ số là 0,382; sau đó là nhân tố tin cậy với hệ số 0,085; nhân tố năng lực phục vụ với hệ số là 0,320; nhân tố đáp ứng có hệ số là 0,050; cuối cùng là nhân tố cảm thông với hệ số 0,043. Theo kết quả này, các giả thuyết ở mô hình nghiên cứu đều được chấp nhận và phù hợp với các nghiên cứu trên.

Như vậy, theo kết quả nghiên cứu cho thấy, nhân tố phương tiện hữu hình có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của sinh viên. Có nghĩa là các yếu tố thuộc về phương tiện hữu hình như: phòng học đủ ánh sáng rộng rãi thoáng mát, đủ chỗ ngồi cho sinh viên, có màn hình máy chiếu, các thiết bị hiện đại phục vụ cho công tác học tập và giảng dạy; cơ sở vật chất của nhà trường khang trang... sẽ làm tăng mức độ hài lòng của sinh viên. Kết quả này hoàn toàn phù hợp với kết quả của các nghiên cứu trước.

Ngoài yếu tố về phương tiện hữu hình thì năng lực phục vụ cũng là một yếu tố tác động tích cực đến sự hài lòng của sinh viên. Trong đó liên quan đến kiến thức, kinh nghiệm, phương pháp giảng dạy của giảng viên; tính cập nhật của

bài giảng, tính khoa học của giáo trình; sự hợp lý của chương trình đào tạo, thái độ cũng như năng lực của đội ngũ phục vụ.

Nhân tố sự tin cậy có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của sinh viên. Trong đó, nếu nhà trường thực hiện đúng với những điều cam kết với sinh viên: luôn cam kết cung cấp những thông tin chính xác; ghi nhận những mong muốn của sinh viên; hiểu rõ năng lực sinh viên... sẽ góp phần làm tăng độ tin cậy của sinh viên đối với nhà trường, từ đó sẽ làm gia tăng sự hài lòng của họ.

Sự đáp ứng về các dịch vụ có liên quan đến phục vụ công tác học tập giảng dạy như: sự đáp ứng của thư viện đối với nhu cầu của sinh viên, sự đáp ứng của hệ thống căng-tin, kí túc xá... sẽ tác động đến sự hài lòng của sinh viên về chất lượng đào tạo.

Cuối cùng là nhân tố cảm thông, nhân tố này thể hiện sự cảm thông của nhà trường với sinh viên như: nhà trường luôn tìm hiểu nguyện vọng của sinh viên, sắp xếp thời gian học thuận tiện, quan tâm đến sinh viên và có các hình thức khen thưởng khích lệ sinh viên sẽ làm gia tăng sự hài lòng của sinh viên với chất lượng đào tạo.

#### 4. KẾT LUẬN

Qua kết quả nghiên cứu có thể thấy được các thành phần của chất lượng đào tạo có mối quan hệ cùng chiều với sự hài lòng của người học. Trong đó, các yếu tố có ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên theo thứ tự giảm dần là: phương tiện hữu hình, năng lực phục vụ, sự tin cậy, sự đáp ứng và sự cảm thông. Dựa vào kết quả thu được, ta có thể dễ dàng nhận thấy, cần tập trung nhất vào củng cố và nâng cao phương tiện hữu hình, năng lực phục vụ và nâng cao sự tin cậy của sinh viên đối với nhà trường. Nhóm tác giả đưa ra một số khuyến nghị sau:

- Cải tiến và đầu tư đồng bộ phương tiện hữu hình, ứng dụng phòng học đa phương tiện phục vụ công tác giảng dạy, học tập;
- Nâng cao năng lực phục vụ;
- Nâng cao sự tin cậy của sinh viên đối với nhà trường.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Việt, V. V., 2017. *Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về chất lượng dịch vụ đào tạo: một nghiên cứu từ cựu sinh viên Trường Đại học Nông lâm Tp Hồ Chí Minh*. Education Science, 14(4), 171-182
- [2]. Nguyễn, L. T. Đ. H., 2011. *Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách khi đến du lịch ở Kiên Giang*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, 19b, 85-96.
- [3]. Đặng, H. A., 2013.. *Nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố đến sự hài lòng của bệnh nhân đối với dịch vụ khám chữa bệnh tại Bệnh viện Hoàn Mỹ thành phố Đà Nẵng (Doctoral dissertation)*.
- [4]. Lê, T.T., 2018. *Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm nước uống đóng chai của công ty cổ phần cấp nước Hải Dương*.
- [5]. Lê, A.T, Nguyễn, T.H.T, Nguyễn, T.T.K., 2018. *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của sinh viên Trường Đại học Duy Tân khi học các môn học lý luận chính trị (LLCT)*. Tạp chí Trường Đại học Duy Tân, 18a, 86-91

[6]. Bùi, T. N. Á., & Đào, T. H. V., 2013. *Khảo sát sự hài lòng của sinh viên về chất lượng đào tạo tại trường Đại học Kinh tế-ĐHQGHN*.

[7]. Hải, T. H., 2014. *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ ATM của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương chi nhánh Vinh Long (Doctoral dissertation)*. Luận văn Thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Tài chính Marketing).

[8]. Lê, N. N., 2018. *Nghiên cứu về sự hài lòng công việc của nhân viên trong công ty TNHH MTV Cà phê Việt Đức tại Đắk Lắk*. Trường Đại học Kinh tế Đà Nẵng.

[9]. Richardson, J., & Swan, K., 2003. *Examining social presence in online courses in relation to students' perceived learning and satisfaction*.

[10]. Hasan, S. M. A., & Ko, K., 2016. *Depth edge detection by image-based smoothing and morphological operations*. Journal of Computational Design and Engineering, 3(3), 191-197.