

CẢM NHẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KÝ TÚC XÁ VÀ LÒNG TRUNG THÀNH CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

FEELING ABOUT THE QUALITY OF THE DORMITORIES SERVICES AND LEGENDS OF HANOI UNIVERSITY OF INDUSTRY'S STUDENTS

Tạ Thị Chất¹, Nguyễn Thị Vân Anh¹, Nguyễn Thị Hòa¹,
Nguyễn Thị Hiền¹, Nguyễn Thị Trang Nhung^{2,*}

TÓM TẮT

Nghiên cứu dựa trên số liệu điều tra 400 sinh viên, bằng phương pháp EFA, CFA, mô hình SEM, phần mềm SPSS.22 và AMOS.22 để nghiên cứu sự hài lòng và các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của sinh viên đối với ký túc xá của trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Kết quả nghiên cứu cho thấy, sinh viên Đại học Công nghiệp Hà Nội đánh giá các dịch vụ của nhà trường ở mức khá và có 5 nhóm yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của sinh viên với các dịch vụ nhà trường cung cấp gồm: Sự cảm thông, an toàn tiện nghi, năng lực phục vụ, giá cả cảm nhận, lợi ích cảm nhận.

Từ khóa: Lòng trung thành, sự hài lòng, dịch vụ, chất lượng dịch vụ.

ABSTRACT

The research is carried out buy using Exploratory Factor Analysis (EFA), Confirmatory Factor Analysis (CFA), paradigm SEM, software SPSS.22 and AMOS.22 based on a surveying data 400 students in order to the research student satisfaction and influence factor to student loyalty to dormitories of Hanoi University of Industry. The results show that the students rate the service at a reasonable level and there are 5 groups of factors affecting students' satisfaction including sympathy, safe facilities, service capabilities, price feel, and perceived benefits among which the most important geoups are facilities and the reliability of the commitments by the university.

Keywords: Loyalty, Satisfaction, service, quality service.

¹Lớp QTKD3 - K11, Khoa Quản lý kinh doanh, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

²Khoa Quản lý Kinh doanh, Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội

*Email: ntrangnhung32@gmail.com

1. GIỚI THIỆU

Cùng với sự phát triển kinh tế của đất nước, giáo dục đại học ngày càng được Đảng và Nhà nước đặc biệt quan tâm. Bên cạnh việc đầu tư xây dựng các giảng đường, công trình phục vụ học tập, nghiên cứu khoa học, khuôn viên trường học,... việc tạo chỗ ở an toàn, sạch đẹp cho sinh viên ngày càng được chú trọng. Hiện nay, hầu hết các trường Đại học ở Việt Nam đều có kí túc xá dành cho những sinh viên ở xa nhà, không có điều kiện đi lại, nhờ

vậy đã giúp các bạn sinh viên yên tâm học tập, sinh hoạt và nâng cao trình độ học vấn.

Theo số liệu thống kê từ Bộ Xây dựng, hiện nay nước ta có khoảng 3 triệu HSSV, trong đó có khoảng 20% sinh viên được ở trong ký túc xá còn lại phải ở ngoại trú. Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội là một trong những trung tâm giáo dục lớn, đào tạo hàng nghìn nhân lực chất lượng cao mỗi năm. Nhu cầu về chỗ ở cho sinh viên là rất lớn trong khi ký túc xá tại các trường và các khu vực ngoại trú còn hạn hẹp.

Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội có 03 cơ sở đào tạo với diện tích hơn 50ha, đào tạo nhiều ngành nghề, nhiều lĩnh vực phục vụ cho nhu cầu xã hội, quy mô đào tạo trên 30.000 sinh viên, học viên. Cả 3 cơ sở đều có Ký túc xá - Nhà ăn với diện tích trên 40.000m², gồm 545 phòng ở, nâng tổng số sinh viên được ở trong ký túc xá lên gần 5.000 em. Nhà trường đã tạo điều kiện cải thiện, quan tâm đến chất lượng cuộc sống sinh viên ở ký túc xá, đặc biệt các bạn sinh viên ở vùng sâu vùng xa, dân tộc thiểu số. Sinh viên sinh hoạt ở ký túc xá có nhiều ưu điểm: chi phí thấp, gần trường học, môi trường giao lưu và học tập thuận lợi. Tuy nhiên, có nhiều ý kiến phản ánh của sinh viên về việc không hài lòng khi sinh hoạt tại các khu ký túc xá trong trường. Vì vậy, lòng trung thành đối với dịch vụ ký túc xá cũng bị giảm và nhiều sinh viên đã chọn ngoại trú thay vì ở ký túc xá trong trường. Vậy chất lượng dịch vụ của ký túc xá đang ở mức độ nào? Độ hài lòng và sự trung thành của sinh viên đang ở mức nào

2. CƠ SỞ LÝ LUẬN

2.1. Dịch vụ

Dựa theo định nghĩa về dịch vụ của Zeithaml, Bitner, and Gremler (2013): "Dịch vụ ký túc xá là những hành vi, quá trình, cách thức thực hiện các hoạt động liên quan đến ký túc xá tạo ra giá trị sử dụng nhằm thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của sinh viên".

Dựa theo Philip, Einstein A., Rosen (1935) có thể định nghĩa: "Dịch vụ ký túc xá là bất kỳ hành động hay lợi ích về các hoạt động ký túc xá mà nhà trường có thể cung cấp cho

sinh viên và ngược lại mà về cơ bản là vô hình và không đem lại sự sở hữu nào cả”.

2.2. Chất lượng dịch vụ

Kể từ thập niên 1990, chất lượng dịch vụ là lĩnh vực nhận được quan tâm của các nhà khoa học cũng như các nhà quản trị tổ chức, bởi dịch vụ ngày càng có vị trí quan trọng trong cơ cấu nền kinh tế quốc dân, đóng góp không nhỏ vào GDP của mỗi quốc gia trên thế giới. Đặc biệt, sự hội tụ về công nghệ đã dẫn đến việc doanh nghiệp không chỉ cạnh tranh bằng sản phẩm vật chất mà còn phải cạnh tranh bằng dịch vụ, đặc biệt là dịch vụ quảng bá và dịch vụ chăm sóc khách hàng.

Parasuraman et al. (1985) đã cho rằng: “Chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa sự mong đợi (kỳ vọng) của khách hàng và nhận thức (cảm nhận) của họ khi đã sử dụng qua dịch vụ”. Định nghĩa này đã được giới học giả và quản trị chấp nhận, sử dụng rộng rãi vào nghiên cứu cũng như ứng dụng thực tế

2.3. Mô hình dịch vụ chất lượng

Tuy nhiên, chúng ta phải đo lường chất lượng dịch vụ ra sao, bằng cách nào là một vấn đề khó khăn, phức tạp. Rất may cả hai mô hình 10 thành phần chất lượng dịch vụ (Zeithaml et al., 2013) và mô hình 5 khoảng trống chất lượng dịch vụ (Parasuraman et al., 1985) nêu trên có ưu điểm là bao quát hầu hết mọi khía cạnh của dịch vụ. Tuy nhiên, mô hình này có nhược điểm là phức tạp trong việc đo lường, mang tính lý thuyết và có thể sẽ có nhiều thành phần của mô hình chất lượng dịch vụ không đạt được giá trị phân biệt. Chính vì vậy các nhà nghiên cứu này đã nhiều lần kiểm định mô hình này và đi đến kết luận là chất lượng dịch vụ bao gồm năm thành phần cơ bản là:

(1) Tin cậy (Reliability): Liên quan đến khả năng chắc chắn thực hiện dịch vụ theo đúng cam kết với khách hàng.

(2) Đáp ứng (Responsiveness): Thể hiện qua sự mong muốn, khả năng sẵn sàng đáp ứng, cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng.

(3) Năng lực phục vụ (Assurance): Thể hiện qua trình độ chuyên môn và cung cách phục vụ lịch sự, niềm nở với khách hàng.

(4) Đồng cảm (Sympathy): Thể hiện sự quan tâm thấu hiểu những ước muốn, mối quan tâm của từng khách hàng.

(5) Phương tiện hữu hình (Tangibles): Liên quan đến cơ sở vật chất, trang thiết bị cũng như trang phục, ngoại hình nhân viên phục vụ,...

3. PHƯƠNG PHÁP VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

3.1. Phương pháp thu thập số liệu

Thu thập dữ liệu thứ cấp thông qua các tài liệu nghiên cứu trong và ngoài nước có liên quan tới đề tài nhằm làm rõ tính cấp thiết của nghiên cứu.

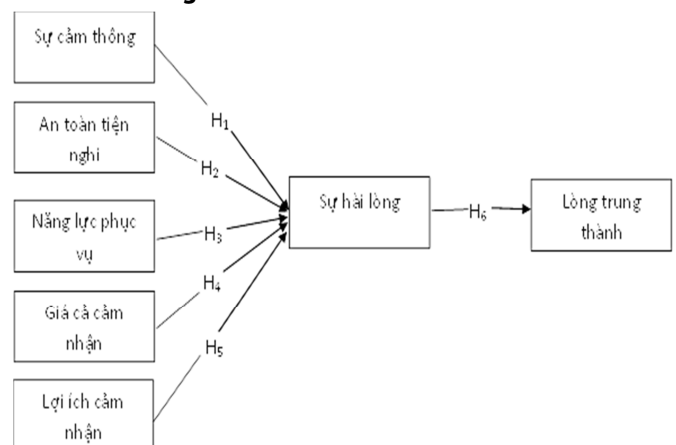
Thu thập dữ liệu sơ cấp được thực hiện dựa trên nguồn thông tin thu thập từ các phiếu điều tra sinh viên bằng kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp thông qua bảng câu hỏi điều tra, nhằm kiểm định mô hình thang đo và xác định các nhân tố

quan trọng tác động đến sự hài lòng của sinh viên về dịch vụ ký túc xá tại trường, mô tả phân tích để đánh giá sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá của trường. Sau đó, phân tích nhân tố EFA để kiểm tra độ tin cậy, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Ngoài ra, đề tài sử dụng mô hình cấu trúc SEM để đánh giá tác động của các thang đo xuất hiện trong mô hình nghiên cứu. Công cụ nghiên cứu gồm có phỏng vấn sinh viên, phiếu điều tra, phần mềm SPSS.22 và AMOS.22 để phân tích, xử lý số liệu. Phiếu điều tra sử dụng thang đo của Rennis Likert (hay được gọi là thang đo Likert), thang đo Likert với 5 mức độ thể hiện từ thấp đến cao được sắp xếp từ 1 - 5 như sau: (1) Hoàn toàn không đồng ý, (2) Không đồng ý, (3) Bình thường, (4) Đồng ý, (5) Hoàn toàn đồng ý. Tổng số phiếu phát ra là 400 phiếu, số phiếu thu về hợp lệ để đưa vào xử lý dữ liệu là 367 phiếu.

3.2. Phương pháp xử lý dữ liệu

Số liệu sơ cấp sau khi thu thập được sẽ tiến hành xử lý số liệu thông qua phần mềm SPSS.22 và AMOS.22. Nghiên cứu kiểm định độ tin cậy của thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha, là một phép kiểm định thống kê về mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau. Sau đó, tiến hành phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis) để kiểm tra tính đơn hướng của các thang đo trong nghiên cứu. Tiếp theo sử dụng phương pháp phân tích yếu tố khẳng định CFA (Confirmatory factor analysis) để kiểm định thang đo. Cuối cùng nghiên cứu sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM (cấu trúc hiệp phương sai) để kiểm định độ thích ứng của mô hình lý thuyết và các giả thuyết.

3.3. Mô hình nghiên cứu



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

Các giả thiết:

H1: Sự cảm thông được sinh viên đánh giá càng cao thì sự hài lòng của sinh viên đối với ký túc xá cao. Mối quan hệ giữa thành phần sự cảm thông và sự hài lòng của sinh viên là thuận chiều.

H2: Tiện nghi an toàn được sinh viên đánh giá càng cao thì sự hài lòng của sinh viên đối với ký túc xá cao. Mối quan hệ giữa thành phần tiện nghi an toàn và sự hài lòng của sinh viên là thuận chiều.

H3: Năng lực phục vụ được sinh viên đánh giá càng cao thì sự hài lòng của sinh viên đối với ký túc xá càng cao. Mối quan hệ giữa thành phần năng lực phục vụ và sự hài lòng của sinh viên là thuận chiều.

H4: Sinh viên đánh giá càng cao thì sự hài lòng của sinh viên đối với ký túc xá càng cao. Mối quan hệ giữa thành phần giá và sự hài lòng của sinh viên là thuận chiều.

H5: Lợi ích cảm nhận được sinh viên đánh giá càng cao thì sự hài lòng của sinh viên đối với ký túc xá càng cao. Mối quan hệ giữa thành phần lợi ích cảm nhận và sự hài lòng của sinh viên là thuận chiều.

H6: Sự hài lòng có ảnh hưởng mạnh mẽ đến sự trung thành hành vi như chi tiêu và tiếp tục duy trì dịch vụ. Khi sự hài lòng được sinh viên đánh giá là cao thì sinh viên sẽ có khuynh hướng tiếp tục chi tiêu cho dịch vụ cao hơn

Các thang đo: Các thang đo trong nghiên cứu được mô tả chi tiết trong bảng 1.

Bảng 1. Thang đo các biến

Biến tiềm ẩn	Ký hiệu	Biến quan sát
Lòng trung thành	TT1	Lựa chọn của tôi khi sử dụng dịch vụ ký túc xá là một sự lựa chọn khôn ngoan
	TT2	Nếu chuyển ra ở trọ tôi sẽ thấy phiền phức và e sợ dịch vụ họ cung cấp không tốt bằng dịch vụ ký túc xá
	TT3	Tôi sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ ký túc xá
	TT4	Tôi sẽ giới thiệu bạn bè, người thân sử dụng dịch vụ ký túc xá Đại học Công nghiệp Hà Nội
	TT5	Nếu có dịch vụ ở trọ tốt hơn, giá rẻ hơn tôi vẫn sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ ký túc xá Đại học Công nghiệp Hà Nội
Sự hài lòng	HL1	Tôi cảm thấy hài lòng với phong cách và thái độ phục vụ của cán bộ nhà trường trong khu ký túc xá.
	HL2	Tôi cảm thấy hài lòng với thủ tục và cách thức tổ chức phục vụ của cán bộ nhân viên quản lý ký túc xá
	HL3	Tôi cảm thấy hài lòng với trang thiết bị, cơ sở vật chất phục vụ sinh hoạt cho sinh viên ký túc xá.
	HL4	Tôi cảm thấy hài lòng với mức chi tiêu cho việc sử dụng dịch vụ ký túc xá
	HL5	Tôi cảm thấy hài lòng với lợi ích mà ký túc xá mang lại.
	HL6	Nhìn chung, tôi hài lòng với chất lượng dịch vụ tại ký túc xá của nhà trường
Sự cảm thông	CT1	Nhân viên quản lý ký túc xá luôn lắng nghe tâm sự, đưa ra lời khuyên và động viên như người anh, người chị.
	CT2	Nhà trường luôn chú ý đến việc đầu tư các trang thiết bị phục vụ cho học tập và sinh hoạt cho sinh viên ký túc xá.
	CT3	Thời gian đóng mở cửa hợp lý

An toàn tiện nghi	ATTN1	Diện tích phòng đảm bảo đủ tiêu chuẩn cho những nhu cầu tối thiểu
	ATTN2	Diện tích nhà tắm thoải mái, sạch sẽ
	ATTN3	Diện tích khu phơi đồ rộng rãi, thông thoáng, hướng nắng, gió
	ATTN4	Trang thiết bị sinh hoạt đầy đủ, tiện nghi (giường, bàn học, tủ quần áo...)
	ATTN5	Hệ thống điện, nước an toàn đầy đủ
	ATTN6	Khu vui chơi giải trí rộng rãi, tiện nghi và hiện đại
	ATTN7	Dịch vụ internet, siêu thị, gym, internet đáp ứng đủ nhu cầu sinh viên
	ATTN8	Đồ ăn ở canteen đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm
	ATTN9	Đảm bảo yêu cầu về cháy nổ và các trang bị phòng chống chữa cháy
Năng lực phục vụ	NLPV1	Ban quản lý ký túc xá rất nhiệt tình với công việc, gây được thiện cảm, niềm tin cho sinh viên
	NLPV2	Nhà trường làm việc chuyên nghiệp, tận tình, luôn giải đáp mọi thắc mắc của sinh viên một cách nhanh chóng
	NLPV3	Việc giải quyết các yêu cầu cho sinh viên trong ký túc xá là chính xác và thỏa đáng
	NLPV4	Bảo vệ thường xuyên đi kiểm tra, tình hình an ninh tốt
	NLPV5	Nhân viên canteen vui vẻ, thân thiện
	NLPV6	Nhà trường luôn thực hiện ngay những hoạt động ngoại khóa cần thiết để phục vụ tốt cho các bạn trong quá trình lưu trú tại ký túc xá
Giá cả cảm nhận	GC1	Giá phòng phù hợp với túi tiền của bạn
	GC2	Giá phòng phù hợp với chất lượng dịch vụ và cơ sở vật chất của ký túc xá
	GC3	Giá điện rẻ hơn giá nước phòng trọ bên ngoài
	GC4	Giá nước rẻ hơn giá điện phòng trọ bên ngoài
	GC5	Giá cả sản phẩm, dịch vụ tại siêu thị, canteen cung cấp phù hợp với túi tiền sinh viên
Lợi ích cảm nhận	LI1	Sinh viên ở ký túc xá tiết kiệm được nhiều chi phí.
	LI2	Sinh viên ở ký túc xá dễ dàng tham gia các hoạt động ngoại khóa giúp tăng khả năng giao tiếp, mối quan hệ.
	LI3	Sinh viên sử dụng dịch vụ ký túc xá là văn minh, tránh xa được các tệ nạn xã hội
	LI4	Ở kí túc xá sinh viên thuận tiện trao đổi, giao lưu học tập giữa các "tiền bối" khóa trên và các bạn cùng khóa mới
	LI5	Khi ở kí túc xá việc đi học dậy sớm hay muộn cũng không phải lo lắng, không lo tắc đường, kẹt xe, đi lại ùn tắc nóng nực khó chịu
	LI6	Sinh viên được hình thành tính tự lập ngay khi ở ký túc xá
	LI7	Giúp sinh viên nâng cao kĩ năng sống, biết cách cư xử và giao tiếp tốt hơn

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Để thu thập được 400 mẫu, tác giả tiến hành khảo sát trực tiếp tại ký túc xá 3 cơ sở của trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Sau khi thu thập và kiểm tra, 33 mẫu bị loại do có các lỗi liên quan đến trả lời. Cuối cùng 367 bảng câu hỏi hoàn tất được sử dụng. Dữ liệu được cập nhật và làm sạch thông qua phần mềm SPSS 22.0.

Về giới tính, có 131 sinh viên nam (chiếm 35,7% mẫu); 236 sinh viên nữ (chiếm 64,3% mẫu) (bảng 2).

Bảng 2. Bảng phân bố tần suất theo giới tính

		Tần suất	Phần trăm	Phần trăm hợp lệ	Phần trăm cộng dồn
Giá trị hợp lệ	Nam	131	35,7	35,7	35,7
	Nữ	236	64,3	64,3	100
Tổng		367	100,0	100,0	

Về năm học của sinh viên, có 116 sinh viên năm thứ nhất (chiếm 31,6% mẫu); 135 sinh viên năm thứ hai (chiếm 36,8% mẫu), 83 sinh viên năm ba (chiếm 22,6% mẫu; và 33 sinh viên năm tư (chiếm 9% mẫu) (bảng 3).

Bảng 3. Bảng phân bố tần suất theo năm học

		Tần suất	Phần trăm	Phần trăm hợp lệ	Phần trăm cộng dồn
Giá trị hợp lệ	Sinh viên năm nhất	116	31,6	31,6	31,6
	Sinh viên năm hai	135	36,8	36,8	68,4
	Sinh viên năm ba	83	22,6	22,6	91
	Sinh viên năm tư	33	9	9	100
	Tổng	367	100	100	

4.2. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Kết quả Cronbach Alpha cho thấy các thang đo đều đạt độ tin cậy. Các hệ số tương quan biến tổng đều cao (nhỏ nhất là biến ATTN6 = 0,662). Cronbach Alpha của các thang đo cũng đều cao. Nhỏ nhất là của thang đo sự cảm thông (0,867). Cụ thể là Cronbach Alpha của Lòng trung thành của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá (TT) là 0,912, Sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá (HL) là 0,938, Sự cảm thông (CT) là 0,867, an toàn tiện nghi (ATTN) là 0,922, năng lực phục vụ (NLPV) là 0,897, giá cả cảm nhận (GC) là 0,930 và lợi ích cảm nhận (LI) là 0,950 (bảng 4). Vì vậy, tất cả các biến quan sát sẽ được sử dụng trong phân tích EFA tiếp theo.

Bảng 4. Cronbach Alpha của các khái niệm nghiên cứu

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến này
Lòng trung thành của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá (TT): Alpha = 0,912				
TT1	11,26	6,681	0,687	0,901
TT3	10,62	8,373	0,705	0,832
TT4	10,54	7,938	0,869	0,851
TT5	10,62	8,209	0,781	0,897

Sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá (HL): Alpha = 0,938				
HL1	18,9	12,361	0,781	0,93
HL2	18,83	12,352	0,761	0,933
HL3	18,84	11,735	0,854	0,921
HL4	18,84	11,869	0,828	0,925
HL5	18,88	11,962	0,827	0,925
HL6	18,89	11,952	0,836	0,924
Sự cảm thông (CT): Alpha = 0,867				
CT1	7,5	2,196	0,697	0,85
CT2	7,52	1,988	0,827	0,798
CT3	7,46	2,085	0,8	0,732
An toàn tiện nghi (ATTN): Alpha = 0,922				
ATTN1	32,06	21,808	0,738	0,912
ATTN2	32,07	22,09	0,711	0,914
ATTN3	32,05	22,268	0,726	0,913
ATTN4	32,05	21,995	0,747	0,912
ATTN5	32,03	21,758	0,761	0,911
ATTN6	32,03	22,469	0,662	0,917
ATTN7	31,96	22,288	0,699	0,915
ATTN8	32,07	22,526	0,715	0,914
ATTN9	32,01	21,847	0,735	0,913
Năng lực phục vụ (NLPV): Alpha = 0,897				
NLPV1	19,02	9,609	0,726	0,878
NLPV2	18,67	9,086	0,738	0,876
NLPV3	18,63	9,196	0,754	0,873
NLPV4	18,74	9,321	0,704	0,881
NLPV5	18,91	9,637	0,676	0,885
NLPV6	18,7	9,221	0,73	0,877
Giá cả cảm nhận (GC): Alpha = 0,930				
GC1	15,3	7,242	0,76	0,925
GC2	15,3	7,029	0,883	0,902
GC3	15,33	6,965	0,804	0,917
GC4	15,29	7,049	0,875	0,904
GC5	15,35	7,125	0,769	0,924
Lợi ích cảm nhận (LI): Alpha = 0,950				
LI2	18,49	14,567	0,707	0,956
LI3	18,46	13,09	0,881	0,937
LI4	18,45	13,024	0,892	0,935
LI5	18,48	13,185	0,895	0,935
LI6	18,47	13,19	0,901	0,934
LI7	18,47	13,867	0,801	0,946

4.3. Kết quả EFA

Kết quả EFA cho thấy có 7 yếu tố được trích tại Eigenvalue là 1,254 và tổng phương sai trích là 72,961% (bảng 5). Tất cả các biến quan sát được nhóm về đúng với khái niệm ban đầu. Phương pháp phân tích CFA tiếp theo sẽ kiểm định lại kết quả này.

Bảng 5. Kết quả EFA

Biến quan sát	Nhóm nhân tố						
	1	2	3	4	5	6	7
CT1	0,658						
CT2	0,798						
CT3	0,805						
ATTN1		0,746					
ATTN2		0,679					
ATTN3		0,725					
ATTN4		0,738					
ATTN5		0,732					
ATTN6		0,693					
ATTN7		0,678					
ATTN8		0,703					
ATTN9		0,735					
NLPV1			0,735				
NLPV2			0,739				
NLPV3			0,781				
NLPV4			0,699				
NLPV5			0,665				
NLPV6			0,743				
GC1				0,794			
GC2				0,924			
GC3				0,8			
GC4				0,922			
GC5				0,796			
LI2					0,939		
LI3					0,933		
LI4					0,935		
LI5					0,841		
LI6					0,844		
LI7					0,741		
HL1						0,859	
HL2						0,84	
HL3						0,875	
HL4						0,867	
HL5						0,895	
HL6						0,895	
TT1							0,707
TT3							0,672
TT4							0,646
TT5							0,652

4.4. Kiểm định thang đo bằng CFA

Phần này trình bày kết quả kiểm định các mô hình thang đo này bằng phương pháp phân tích nhân tố khẳng

định CFA thông qua phần mềm phân tích cấu trúc tuyến tính AMOS 22.0.

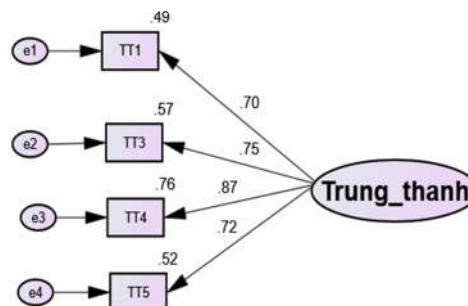
Trong kiểm định thang đo, phương pháp CFA trong phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính có nhiều ưu điểm hơn so với phương pháp truyền thống như phương pháp hệ số tương quan, phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA, phương pháp đa phương pháp - đa khái niệm MTMM,... (Bagozzi & Foxall, 1996). Lý do là CFA cho phép chúng ta kiểm định cấu trúc lý thuyết của các thang đo lường như mối quan hệ giữa một khái niệm nghiên cứu với các khái niệm khác mà không bị chệch do sai số đo lường (Steenkamp & Van Trijp, 1991). Hơn nữa, chúng ta có thể kiểm định giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo mà không cần dùng nhiều nghiên cứu như trong phương pháp truyền thống MTMM.

4.4.1. Thang đo lòng trung thành của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá

Lòng trung thành của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá được đo lường với thang đo có 4 biến quan sát. Sau khi kiểm định bằng CFA ta thấy các biến quan sát đều có trọng số tương đối lớn và đều vượt tiêu chuẩn cho phép (0,50). Hơn nữa, kết quả cũng cho thấy mô hình này có độ phù hợp với dữ liệu thị trường: Chi-bình phương = 5,314, bậc tự do df = 2. Các chỉ tiêu đo lường độ phù hợp khác cũng đạt được rất cao (IFI = 0,972, GFI = 0,973, AGFI = 0,866, NFI = 0,969, TLI = 0,958, CFI = 0,972, RMSEA = 0,071 và RMR = 0,023). Thành phần thang đo lòng trung thành của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá đạt được tính đơn hướng vì không có tương quan sai số. Các trọng số λ_i đều đạt tiêu chuẩn cho phép và có ý nghĩa thống kê với các giá trị p đều bằng 0,000. Vì vậy, chúng ta có thể kết luận các biến quan sát dùng để đo lường lòng trung thành của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá đạt được giá trị hội tụ.

Mặt khác độ tin cậy tổng hợp của thang đo lòng trung thành của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá là 0,847 với phương sai trích được là 58,2%. Kết quả này cho chúng ta kết luận thang đo này đạt được tiêu chuẩn về độ tin cậy và phương sai trích được.

Chi-square=5.314; df=2; P=.000
 ; Chi-square/df=2.657; IFI=.972; GFI=.973
 ; AGFI=.866; NFI=.969; TLI=.958
 ; CFI=.972; RMSEA=.071; RMR=.023

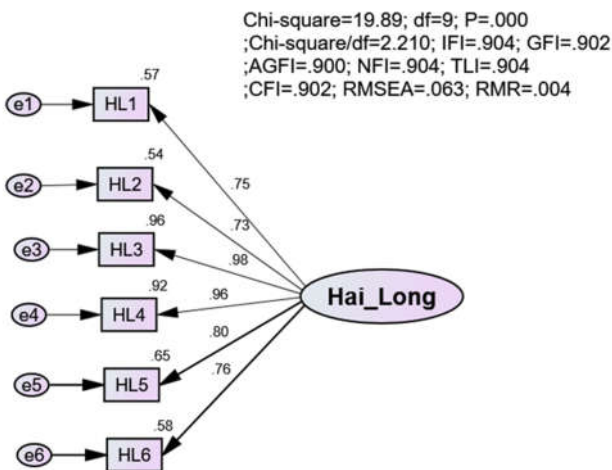


Hình 2. Kết quả CFA: Lòng trung thành của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá (chuẩn hóa)

4.4.2. Thang đo sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá

Thang đo sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá được đo lường bởi 6 biến quan sát. Sau khi kiểm định bằng CFA ta thấy các biến quan sát đều có trọng số tương đối lớn và đều vượt tiêu chuẩn cho phép (0,50). Hơn nữa, kết quả cũng cho thấy mô hình này có độ phù hợp với dữ liệu thị trường: Chi-bình phương = 19,89, bậc tự do df = 9. Các chỉ tiêu đo lường độ phù hợp khác cũng đạt được rất cao (IFI = 0,904, GFI = 0,902, AGFI = 0,900, NFI = 0,904, TLI = 0,904, CFI = 0,902, RMSEA = 0,063 và RMR = 0,004). Thành phần thang đo niềm tin đạt được tính đơn hướng vì không có tương quan sai số. Các trọng số λ_i đều đạt tiêu chuẩn cho phép và có ý nghĩa thống kê với các giá trị p đều bằng 0,000. Vì vậy, chúng ta có thể kết luận các biến quan sát dùng để đo lường sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá đạt được giá trị hội tụ.

Mặt khác độ tin cậy tổng hợp của thang đo sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá là 0,932 với phương sai trích được là 69,9%. Kết quả này cho phép chúng ta kết luận thang đo này đạt tiêu chuẩn về độ tin cậy và phương sai trích được.



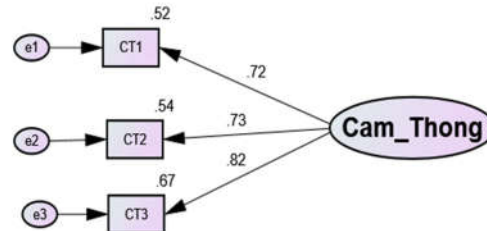
Hình 3. Kết quả CFA: Sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá (chuẩn hóa)

4.4.3. Thang đo sự cảm thông

Sự cảm thông được đo lường với thang đo có 3 biến quan sát. Sau khi kiểm định bằng CFA ta thấy các biến quan sát đều có trọng số tương đối lớn và đều vượt tiêu chuẩn cho phép (0,50). Hơn nữa, kết quả cũng cho thấy mô hình này có độ phù hợp với dữ liệu thị trường: Chi-bình phương = 5,743, bậc tự do df = 2. Các chỉ tiêu đo lường độ phù hợp khác cũng đạt được rất cao (IFI = 0,968, GFI = 0,968, AGFI = 0,928, NFI = 0,968, TLI = 0,968, CFI = 0,958, RMSEA = 0,021 và RMR = 0,002). Thành phần thang đo sự cảm thông đạt được tính đơn hướng vì không có tương quan sai số. Các trọng số λ_i đều đạt tiêu chuẩn cho phép và có ý nghĩa thống kê với các giá trị p đều bằng 0,000. Vì vậy, chúng ta có thể kết luận các biến quan sát dùng để đo lường sự cảm thông đạt được giá trị hội tụ.

Mặt khác độ tin cậy tổng hợp của thang đo sự cảm thông là 0,801 với phương sai trích được là 57,4%. Kết quả này cho phép chúng ta kết luận thang đo này đạt được tiêu chuẩn về độ tin cậy và phương sai trích được.

Chi-square=5.743; df=2; P=.000
;Chi-square/df=2.867; IFI=.968; GFI=.968
;AGFI=.928; NFI=.968; TLI=.958
;CFI=.958; RMSEA=.021; RMR=.002

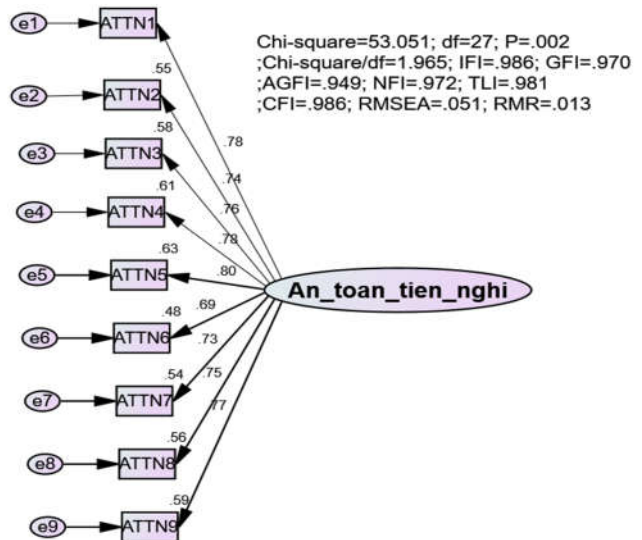


Hình 4. Kết quả CFA: Sự cảm thông (chuẩn hóa)

4.4.4. Thang đo an toàn tiện nghi

An toàn tiện nghi được đo lường với thang đo có 9 biến quan sát. Sau khi kiểm định bằng CFA ta thấy các biến quan sát đều có trọng số tương đối lớn và đều vượt tiêu chuẩn cho phép (0,50). Hơn nữa, kết quả cũng cho thấy mô hình này có độ phù hợp với dữ liệu thị trường: Chi-bình phương = 53,051, bậc tự do df = 27. Các chỉ tiêu đo lường độ phù hợp khác cũng đạt được rất cao (IFI = 0,986, GFI = 0,970, AGFI = 0,949, NFI = 0,972, TLI = 0,981, CFI = 0,986, RMSEA = 0,051 và RMR = 0,013). Thành phần thang đo an toàn tiện nghi đạt được tính đơn hướng vì không có tương quan sai số. Các trọng số λ_i đều đạt tiêu chuẩn cho phép và có ý nghĩa thống kê với các giá trị p đều bằng 0,000. Vì vậy, chúng ta có thể kết luận các biến quan sát dùng để đo lường an toàn tiện nghi đạt được giá trị hội tụ.

Mặt khác độ tin cậy tổng hợp của thang đo an toàn tiện nghi là 0,928 với phương sai trích được là 76,3%. Kết quả này cho phép chúng ta kết luận thang đo này đạt được tiêu chuẩn về độ tin cậy và phương sai trích được.

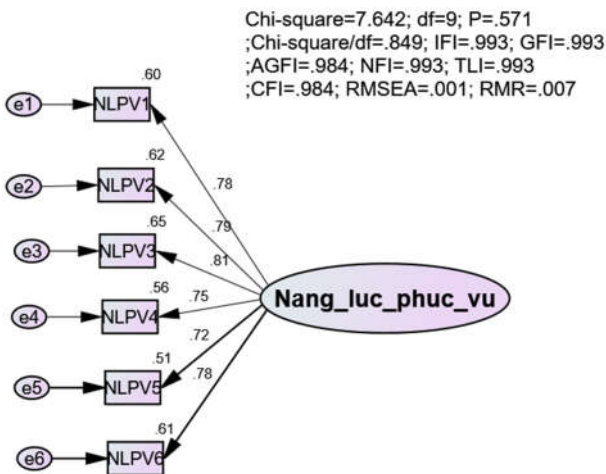


Hình 5. Kết quả CFA: An toàn tiện nghi (chuẩn hóa)

4.4.5. Thang đo năng lực phục vụ

Năng lực phục vụ được đo lường với thang đo có 6 biến quan sát. Sau khi kiểm định bằng CFA ta thấy các biến quan sát đều có trọng số tương đối lớn và đều vượt tiêu chuẩn cho phép (0,50). Hơn nữa, kết quả cũng cho thấy mô hình này có độ phù hợp với dữ liệu thị trường: Chi-bình phương = 7,642, bậc tự do df = 9. Các chỉ tiêu đo lường độ phù hợp khác cũng đạt được rất cao (IFI = 0,993, GFI = 0,993, AGFI = 0,984, NFI = 0,993, TLI = 0,993, CFI = 0,984, RMSEA = 0,001 và RMR = 0,007). Thành phần thang đo năng lực phục vụ đạt được tính đơn hướng vì không có tương quan sai số. Các trọng số λ_i đều đạt tiêu chuẩn cho phép và có ý nghĩa thống kê với các giá trị p đều bằng 0,000. Vì vậy, chúng ta có thể kết luận các biến quan sát dùng để đo lường năng lực phục vụ đạt được giá trị hội tụ.

Mật khác độ tin cậy tổng hợp của thang đo năng lực phục vụ là 0,898 với phương sai trích được là 59,6%. Kết quả này cho phép chúng ta kết luận thang đo này đạt được tiêu chuẩn về độ tin cậy và phương sai trích được.

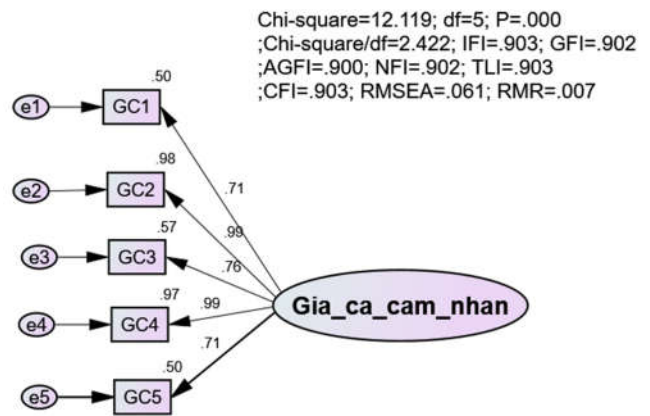


Hình 6. Kết quả CFA: Năng lực phục vụ (chuẩn hóa)

4.4.6. Thang đo giá cả cảm nhận

Giá cả cảm nhận được đo lường với thang đo có 5 biến quan sát. Sau khi kiểm định bằng CFA ta thấy các biến quan sát đều có trọng số tương đối lớn và đều vượt tiêu chuẩn cho phép (0,50). Hơn nữa, kết quả cũng cho thấy mô hình này có độ phù hợp với dữ liệu thị trường: Chi-bình phương = 12,119, bậc tự do df = 5. Các chỉ tiêu đo lường độ phù hợp khác cũng đạt được rất cao (IFI = 0,903, GFI = 0,902, AGFI = 0,900, NFI = 0,902, TLI = 0,902, CFI = 0,903, RMSEA = 0,061 và RMR = 0,007). Thành phần thang đo đạt được tính đơn hướng vì không có tương quan sai số. Các trọng số λ_i đều đạt tiêu chuẩn cho phép và có ý nghĩa thống kê với các giá trị p đều bằng 0,000. Vì vậy, chúng ta có thể kết luận các biến quan sát dùng để đo lường giá cả cảm nhận đạt được giá trị hội tụ.

Mật khác độ tin cậy tổng hợp của thang đo giá cả cảm nhận là 0,922 với phương sai trích được là 70,9%. Kết quả này cho phép chúng ta kết luận thang đo này đạt được tiêu chuẩn về độ tin cậy và phương sai trích được.

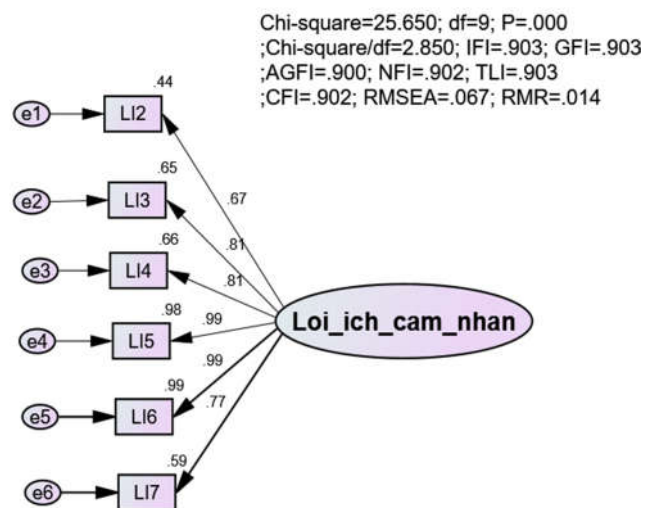


Hình 7. Kết quả CFA: Giá cả cảm nhận (chuẩn hóa)

4.4.7. Thang đo lợi ích cảm nhận

Lợi ích cảm nhận với thang đo có 6 biến quan sát. Sau khi kiểm định bằng CFA ta thấy các biến quan sát đều có trọng số tương đối lớn và đều vượt tiêu chuẩn cho phép (0,50). Hơn nữa, kết quả cũng cho thấy mô hình này có độ phù hợp với dữ liệu thị trường: Chi-bình phương = 25,650, bậc tự do df = 9. Các chỉ tiêu đo lường độ phù hợp khác cũng đạt được rất cao (IFI = 0,903, GFI = 0,902, AGFI = 0,900, NFI = 0,902, TLI = 0,903, CFI = 0,902, RMSEA = 0,067 và RMR = 0,014). Thành phần thang đo lợi ích cảm nhận đạt được tính đơn hướng vì không có tương quan sai số. Các trọng số λ_i đều đạt tiêu chuẩn cho phép và có ý nghĩa thống kê với các giá trị p đều bằng 0,000. Vì vậy, chúng ta có thể kết luận các biến quan sát dùng để đo lường lợi ích cảm nhận đạt được giá trị hội tụ.

Mật khác độ tin cậy tổng hợp của thang đo lợi ích cảm nhận là 0,938 với phương sai trích được là 71,9%. Kết quả này cho phép chúng ta kết luận thang đo này đạt được tiêu chuẩn về độ tin cậy và phương sai trích được.



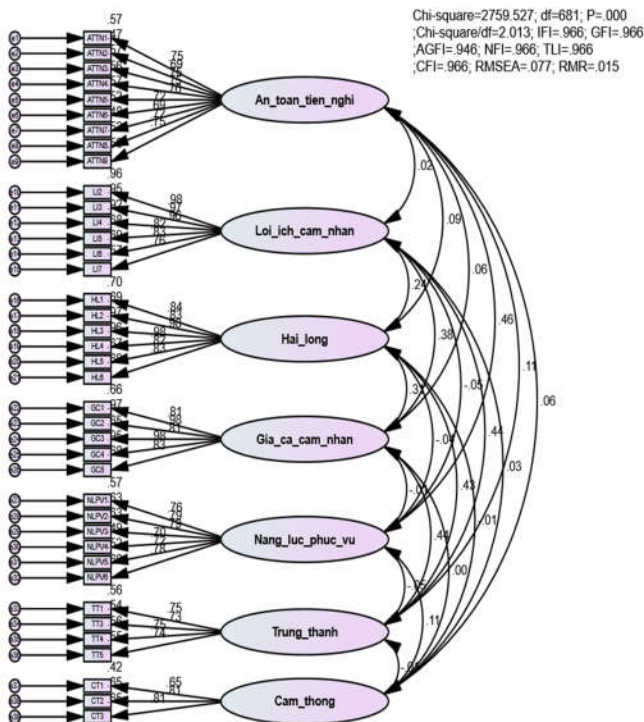
Hình 8. Kết quả CFA: Lợi ích cảm nhận (chuẩn hóa)

4.5. Kiểm định giá trị phân biệt giữa các khái niệm

Để kiểm định giá trị phân biệt của tất cả các khái niệm nghiên cứu xem xét trong nghiên cứu này, một mô hình tới

hạn (Saturated model) được thiết lập. Mô hình tới hạn là mô hình mà trong đó các khái niệm nghiên cứu được tự do quan hệ với nhau (Anderson & Gerbing, 1988), vì vậy nó có bậc tự do thấp nhất.

Kết quả của phân tích cấu trúc tuyến tính cho thấy mô hình này có giá trị thống kê Chi-bình phương là 2759,527 với 681 bậc tự do (p = 0,000). Tuy nhiên, khi tính tương đối theo bậc tự do Cmin/df = 2,013, đạt yêu cầu cho độ tương thích. Hơn nữa, các chỉ tiêu khác cũng đạt yêu cầu (IFI = 0,966, GFI = 0,966, AGFI = 0,946, NFI = 0,966, TLI = 0,966, CFI = 0,966, RMSEA = 0,077, RMR = 0,015). Vì vậy có thể kết luận mô hình tới hạn đạt được độ tương thích với dữ liệu thị trường (hình 9).



Hình 9. Kết quả CFA mô hình đo lường tới hạn

Các hệ số tương quan kèm với sai lệch chuẩn cho thấy chúng đều khác với 1 (bảng 6). Hay nói cách khác, các khái niệm đều đạt được giá trị phân biệt. Kết quả kiểm định các mô hình thang đo cũng cho thấy các khái niệm đạt được giá trị hội tụ và phân biệt.

Bảng 6. Kết quả kiểm định giá trị phân biệt giữa các biến

Mối quan hệ		Estimate	S.E.	C.R.	P
ATTN1	<--> An_toan_tien_nghi	0,752			
ATTN2	<--> An_toan_tien_nghi	0,688	0,053	18,067	***
ATTN3	<--> An_toan_tien_nghi	0,754	0,05	20,005	***
ATTN4	<--> An_toan_tien_nghi	0,75	0,052	19,883	***
ATTN5	<--> An_toan_tien_nghi	0,755	0,052	20,04	***
ATTN6	<--> An_toan_tien_nghi	0,719	0,053	18,966	***
ATTN7	<--> An_toan_tien_nghi	0,689	0,053	18,111	***

ATTN8	<--> An_toan_tien_nghi	0,718	0,051	18,944	***
ATTN9	<--> An_toan_tien_nghi	0,751	0,052	19,919	***
LI2	<--> Loi_ich_cam_nhan	0,979			
LI3	<--> Loi_ich_cam_nhan	0,972	0,012	79,855	***
LI4	<--> Loi_ich_cam_nhan	0,96	0,014	71,56	***
LI5	<--> Loi_ich_cam_nhan	0,825	0,023	36,096	***
LI6	<--> Loi_ich_cam_nhan	0,83	0,023	36,728	***
LI7	<--> Loi_ich_cam_nhan	0,757	0,025	29,173	***
HL1	<--> Hai_long	0,837			
HL2	<--> Hai_long	0,83	0,035	27,704	***
HL3	<--> Hai_long	0,985	0,032	38,204	***
HL4	<--> Hai_long	0,978	0,033	37,692	***
HL5	<--> Hai_long	0,816	0,036	26,934	***
HL6	<--> Hai_long	0,829	0,037	27,646	***
GC1	<--> Gia_ca_cam_nhan	0,814			
GC2	<--> Gia_ca_cam_nhan	0,985	0,034	35,172	***
GC3	<--> Gia_ca_cam_nhan	0,807	0,04	25,393	***
GC4	<--> Gia_ca_cam_nhan	0,976	0,034	34,659	***
GC5	<--> Gia_ca_cam_nhan	0,826	0,039	26,266	***
NLPV1	<--> Nang_luc_phuc_vu	0,758			
NLPV2	<--> Nang_luc_phuc_vu	0,792	0,057	20,831	***
NLPV3	<--> Nang_luc_phuc_vu	0,793	0,054	20,865	***
NLPV4	<--> Nang_luc_phuc_vu	0,703	0,055	18,288	***
NLPV5	<--> Nang_luc_phuc_vu	0,719	0,053	18,759	***
NLPV6	<--> Nang_luc_phuc_vu	0,776	0,054	20,389	***
TT1	<--> Trung_thanh	0,749			
TT3	<--> Trung_thanh	0,734	0,057	17,752	***
TT4	<--> Trung_thanh	0,75	0,059	18,099	***
TT5	<--> Trung_thanh	0,742	0,057	17,929	***
CT1	<--> Cam_thong	0,65			
CT2	<--> Cam_thong	0,808	0,082	15,373	***
CT3	<--> Cam_thong	0,807	0,08	15,376	***

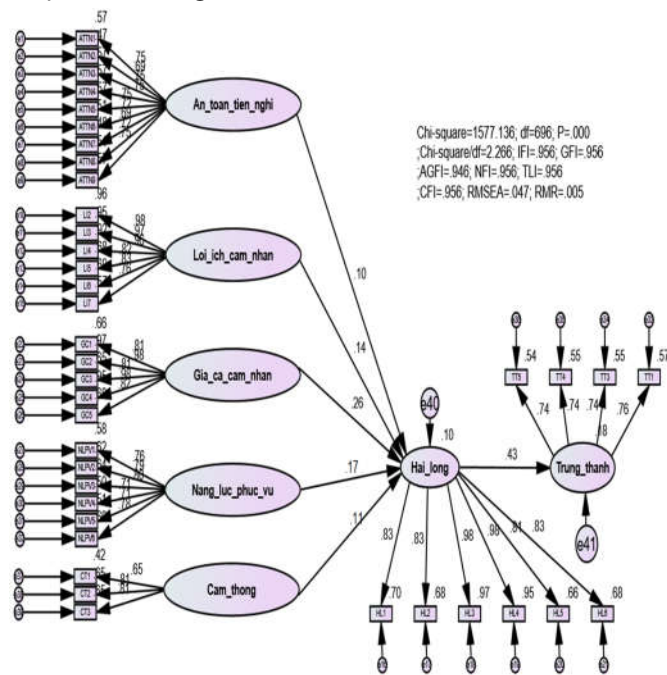
Từ kết quả kiểm định các thang đo, EFA và CFA cho thấy bảy khái niệm: lòng trung thành của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá, sự hài lòng, an toàn tiện nghi, lợi ích cảm nhận, giá cả cảm nhận, năng lực phục vụ và sự cảm thông là các khái niệm phân biệt và là các khái niệm đơn hướng về cả lý thuyết và thực tiễn. Trên cơ sở này mô hình nghiên cứu vẫn được giữ nguyên như mô hình tác giả đề xuất ban đầu.

4.6. Kiểm định mô hình lý thuyết chính thức

Mô hình lý thuyết chính thức sau khi điều chỉnh được trình bày ở hình 10. Có 7 khái niệm trong mô hình: Lòng trung thành của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá, sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá, năng lực phục vụ, giá cả cảm nhận, lợi ích cảm nhận, sự cảm thông, và an toàn tiện nghi. Có 5 khái niệm độc lập là năng lực phục vụ, giá cả cảm nhận, lợi ích cảm nhận, sự cảm thông, và an

toàn tiện nghi. Khái niệm sự hài lòng vừa là phụ thuộc vừa là khái niệm trung gian. Lòng trung thành là khái niệm phụ thuộc.

Kết quả phân tích cấu trúc tuyến tính cho thấy mô hình có 696 bậc tự do với giá trị thống kê Chi-bình phương = 1577,136 ($p = 0,000$). Tuy nhiên khi điều chỉnh với bậc tự do $Cmin/df$ thì giá trị này cho thấy mô hình đạt mức thích hợp với dữ liệu thị trường (2,266). Hơn nữa, các chỉ tiêu đánh giá mức độ phù hợp khác đều đạt yêu cầu $IFI = 0,956$, $GFI = 0,956$, $AGFI = 0,946$, $NFI = 0,956$, $TLI = 0,956$, $CFI = 0,956$, $RMSEA = 0,047$ và $RMR = 0,005$. Như vậy chúng ta có thể kết luận là mô hình này thích hợp với dữ liệu thu thập từ thị trường.



Hình 10. Kết quả SEM của mô hình lý thuyết (chuẩn hóa)

Kết quả ước lượng (chuẩn hóa) của các tham số chính được trình bày trong bảng 7. Kết quả này cho thấy các mối quan hệ này đều có ý nghĩa thống kê ($p < 5\%$). Thêm vào đó, kết quả này cũng cho chúng ta kết luận là các thang đo lường của các khái niệm trong mô hình đạt giá trị liên hệ lý thuyết vì “mỗi một đo lường có mối liên hệ với các đo lường khác như đã kỳ vọng về mặt lý thuyết” (Churchill & Peter, 1995).

Bảng 7. Quan hệ giữa các khái niệm trong mô hình nghiên cứu (chuẩn hóa)

Mối quan hệ		ML	S.E.	C.R.	P
Hai_long	<--- An_toan_tien_nghi	0,1	0,051	2,594	***
Hai_long	<--- Loi_ich_cam_nhan	0,142	0,034	3,841	***
Hai_long	<--- Gia_ca_cam_nhan	0,261	0,04	6,847	***
Hai_long	<--- Nang_luc_phuc_vu	0,172	0,054	2,795	***
Hai_long	<--- Cam_thong	0,113	0,046	2,261	***
Trung_thanh	<--- Hai_long	0,43	0,032	10,03	***

4.7. Kiểm định giả thuyết

Có 6 giả thuyết cần kiểm định:

- Giả thuyết 1 phát biểu: *Sự cảm nhận của sinh viên về sự cảm thông khi sử dụng dịch vụ ký túc xá có tác động tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.* Có nghĩa rằng khi họ cảm nhận họ nhận được nhiều sự cảm thông từ nhân viên cung cấp dịch vụ càng cao thì sự hài lòng của họ càng cao và ngược lại. Kết quả ước lượng cho thấy mối quan hệ giữa sự cảm thông và sự hài lòng của sinh viên đối với dịch vụ ký túc xá là 0,113 với sai lệch chuẩn se = 0,046. Ước lượng này có mức ý nghĩa thống kê $p = 0,000$. Như vậy giả thuyết này được chấp nhận.

- Giả thuyết 2 được phát biểu là: *Cảm nhận của sinh viên về sự an toàn tiện nghi khi sử dụng dịch vụ ký túc xá có tác động tích cực đến sự hài lòng của họ khi sử dụng dịch vụ.* Kết quả ước lượng cho thấy mối quan hệ giữa cảm nhận về sự an toàn tiện nghi khi sử dụng dịch vụ ký túc xá và sự hài lòng khi sử dụng dịch vụ là 0,10 với sai lệch chuẩn se = 0,051. Ước lượng này có mức ý nghĩa thống kê $p = 0,000$. Như vậy giả thuyết này được chấp nhận.

- Giả thuyết 3 được phát biểu là: *Cảm nhận của sinh viên về năng lực phục vụ ký túc xá có tác động tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.* Kết quả ước lượng cho thấy mối quan hệ giữa cảm nhận về năng lực phục vụ ký túc xá và sự hài lòng của sinh viên là 0,172 với sai lệch chuẩn se = 0,054. Ước lượng này có mức ý nghĩa thống kê $p = 0,000$. Như vậy giả thuyết này được chấp nhận.

- Giả thuyết 4 được phát biểu là: *Cảm nhận của sinh viên về giá cả của các dịch vụ ký túc xá có tác động tích cực đến mức độ hài lòng của sinh viên khi sử dụng dịch vụ.* Kết quả ước lượng cho thấy mối quan hệ giữa cảm nhận của sinh viên về giá cả của dịch vụ ký túc xá và sự hài lòng của sinh viên khi sử dụng dịch vụ ký túc xá là 0,261 với sai lệch chuẩn se = 0,004. Ước lượng này có mức ý nghĩa thống kê $p = 0,000$. Như vậy giả thuyết này được chấp nhận.

- Giả thuyết 5 được phát biểu là: *Cảm nhận của sinh viên về lợi ích khi sử dụng dịch vụ ký túc xá có tác động tích cực đến sự hài lòng của sinh viên khi sử dụng dịch vụ.* Kết quả ước lượng cho thấy mối quan hệ giữa cảm nhận của sinh viên về lợi ích khi sử dụng dịch vụ và sự hài lòng của sinh viên là 0,142 với sai lệch chuẩn se = 0,034. Ước lượng này có mức ý nghĩa thống kê $p = 0,000$. Như vậy giả thuyết này được chấp nhận.

- Giả thuyết 6 được phát biểu là: *Sự hài lòng của sinh viên về việc sử dụng dịch vụ ký túc xá có tác động tích cực đến lòng trung thành của sinh viên khi sử dụng dịch vụ.* Kết quả ước lượng cho thấy mối quan hệ giữa sự hài lòng của sinh viên và lòng trung thành của họ là 0,43 với sai lệch chuẩn se = 0,032. Ước lượng này có mức ý nghĩa thống kê $p = 0,000$. Như vậy giả thuyết này được chấp nhận.

5. KẾT LUẬN

Kết quả của các mô hình đo lường cho thấy, sau khi đã bổ sung và điều chỉnh, các thang đo đều đạt độ tin cậy và giá trị cho phép.

Kết quả cũng cho thấy, cảm nhận chất lượng dịch vụ ký túc xá trường Đại học Công nghiệp Hà Nội bao gồm 5 thành phần, đó là: Sự cảm thông, an toàn tiện nghi, năng lực phục vụ, giá cả cảm nhận và lợi ích cảm nhận. Các kết quả đó cho thấy

Một là, Nghiên cứu này góp phần vào hệ thống thang đo lường cảm nhận chất lượng dịch vụ ký túc xá của sinh viên tại Việt Nam bằng cách bổ sung vào nó một hệ thống thang đo lường sự hài lòng của sinh viên, cụ thể là ký túc xá của trường Đại học Công nghiệp Hà Nội. Điều này giúp cho các nhà nghiên cứu ứng dụng trong lĩnh vực dịch vụ tại Việt Nam có được hệ thống thang đo để thực hiện các nghiên cứu của mình tại các thị trường khác. Hơn nữa, hệ thống thang đo này có thể làm cơ sở để hình thành hệ thống thang đo thống nhất trong các nghiên cứu về sự hài lòng của sinh viên ở các trường đại học, góp phần quan trọng trong lĩnh vực nghiên cứu hành vi khách hàng tại Việt Nam.

Hai là, các nhà nghiên cứu trong lĩnh vực quản lý kinh doanh trong các doanh nghiệp kinh doanh giáo dục có thể sử dụng, điều chỉnh và bổ sung thang đo lường này cho các nghiên cứu trong lĩnh vực nghiên cứu tiếp thị dịch vụ. Bản thân các yếu tố này trước đây vẫn thường được đo lường một cách trực tiếp thông qua các bảng kết quả ở trên. Quan trọng hơn, nghiên cứu này khẳng định thêm quan điểm "Không nên đo lường tất cả các khái niệm tiềm ẩn bằng các yếu tố trên. Vì mỗi đối tượng nghiên cứu có thể hiểu các biến tiềm ẩn theo những cách khác nhau" (Thọ, 2003).

Theo kết quả nghiên cứu, cảm nhận chất lượng dịch vụ ký túc xá của sinh viên được đo lường bằng 29 biến quan sát (hay còn gọi là 29 tiêu chí). Trong đó, an toàn tiện nghi được đo lường bằng 9 biến quan sát, lợi ích cảm nhận được đo lường bằng 6 biến quan sát, giá cả cảm nhận được đo lường bằng 5 biến quan sát, năng lực phục vụ 6 biến quan sát, sự cảm thông 3 biến quan sát.

Cũng nên chú ý rằng, ý nghĩa chính của kết quả này nếu đo lường một khái niệm (biến) tiềm ẩn bằng nhiều biến quan sát (biến đo lường) sẽ làm tăng giá trị và độ tin cậy của đo lường chứ không nhất thiết phải đo lường đúng số lượng biến quan sát được sử dụng trong nghiên cứu này. Các biến quan sát này có thể được điều chỉnh và bổ sung cho phù hợp từng thị trường, từng ngành dịch vụ cụ thể và từng thời kỳ khác nhau. Lý do là mỗi dịch vụ có những thuộc tính đặc trưng riêng và mỗi thời kỳ có những thay đổi.

Kết quả nghiên cứu này cũng gợi ý cho các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ, đặc biệt là dịch vụ ký túc xá cũng như các tổ chức có liên quan đến dịch vụ là không thể đánh giá chất lượng dịch vụ một cách chung chung như chất lượng dịch vụ này cao hay thấp mà chất lượng dịch vụ phải được đo lường bằng tập hợp nhiều thang đo để đo lường các thành phần có liên hệ với nhau và chúng cùng tạo nên chất lượng dịch vụ. Nếu không đánh giá chất lượng dịch vụ một cách có khoa học và nghiêm túc thì kết quả của việc đánh giá các thể dẫn đến các kết quả lạc hướng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Philip K., Einstein A., B. P., Rosen N., 1935. *Can quantum-mechanical description of physical reality be considered complete*. (Vol. 47): Phys. Rev.
- [2]. Parasuraman A., Zeithaml A., V., Berry L., 1985. *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. Journal of Marketing, 49 (3), 41-50.
- [3]. Zeithaml V. A., Bitner M. J., Gremler D. D., 2013. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*.
- [4]. Bagozzi R. P., Foxall G. R., 1996. *Construct validation of a measure of adaptive-innovative cognitive styles in consumption*. International Journal of Research in Marketing, 13(3), 201-213.
- [5]. Steenkamp J. B. E., Van Trijp H. C., 1991. *The use of LISREL in validating marketing constructs*. International Journal of Research in Marketing, 8(4), 283-299.
- [6]. Anderson J. C., Gerbing D. W., 1988. *Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach*. Psychological Bulletin, 103(3), 411.
- [7]. Churchill G. A., Peter J. P., 1995. *Marketing: Creating value for customers*: Irwin Boston.
- [8]. Thọ N. Đ., 2003. *Đo lường chất lượng dịch vụ vui chơi giải trí ngoài trời tại TP. HCM*.
- [9]. Singh H., 2006. *The importance of customer satisfaction in relation to customer loyalty and retention*. Academy of Marketing Science, 60(193-225), 46.
- [10]. Spreng R. A., Mackoy R. D., 1996. *An empirical examination of a model of perceived service quality and satisfaction*. Journal of retailing, 72(2), 201-214.
- [11]. Bagozzi R. P., Foxall G. R., 1996. *Construct validation of a measure of adaptive-innovative cognitive styles in consumption*. International Journal of Research in Marketing, 13(3), 201-213.
- [12]. Bai B., Law R., Wen I., 2008. *The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intentions: Evidence from Chinese online visitors*. International journal of hospitality management, 27(3), 391-402.
- [13]. Bojanic D. C., 1991. *Quality Measurement in Professional Services Firms*. Professional Services Marketing, 7(2), 27-36.
- [14]. Bojanic D. C., Drew Rosen L., 1994. *Measuring service quality in restaurants: an application of the SERVQUAL instrument*. Hospitality Research Journal, 18(1), 3-14.
- [15]. Bollen K. A., 1989. *A new incremental fit index for general structural equation models*. Sociological Methods & Research, 17, 303-316.