

THỰC TRẠNG MỘT SỐ NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA SINH VIÊN ĐỐI VỚI CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO NGÀNH DU LỊCH CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐẠI NAM

● VŨ TUẤN DƯƠNG - TRẦN SỸ NGUYÊN - PHẠM THỊ DUNG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu đánh giá thực trạng các thành phần chất lượng dịch vụ ảnh hưởng tới sự hài lòng của sinh viên (SV) thông qua bộ dữ liệu sơ cấp thu thập từ 242 SV Khoa Du lịch, Trường Đại học Đại Nam. Kết quả phân tích định tính và định lượng cho 39 biến quan sát bao gồm 6 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc đã chỉ ra các biến độc lập có ý nghĩa thống kê với biến độc lập là sự hài lòng của SV với chất lượng dịch vụ. Dựa trên kết quả phân tích, bài viết đưa ra những đánh giá sơ bộ về thực trạng nhân tố tác động đến sự hài lòng của SV đối với chương trình đào tạo ngành Du lịch của Trường Đại học Đại Nam, cung cấp cơ sở thực tiễn cho việc điều chỉnh các chính sách quản lý của Nhà trường và Khoa Du lịch nhằm không ngừng nâng cao chất lượng dạy và học của SV ngành Du lịch.

Từ khoá: Chất lượng dịch vụ, sự hài lòng, khoa Du lịch, Đại học Đại Nam.

1. Cơ sở lý luận về chất lượng và sự hài lòng của sinh viên

Chất lượng dịch vụ trở thành một chủ đề nghiên cứu được giới nghiên cứu quan tâm trong vài thập kỷ gần đây. Theo Parasuraman và cộng sự (1988), khi kết hợp quan điểm này với tính chất cơ bản của dịch vụ là sự vô hình và không đồng nhất thì "Chất lượng dịch vụ là thước đo đánh giá mức độ cung cấp đáp ứng sự mong đợi của dịch vụ tới khách hàng". Theo Ghobadian & cộng sự (1994), chất lượng được xem là "những đơn vị phẩm chất tốt được đóng gói trong một sản phẩm hoặc dịch vụ". Ngoài ra, mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng cũng đã được nhiều nhà nghiên cứu xem xét.

Theo một số quan điểm, về bản chất chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng là một, nhưng nhiều nghiên cứu đã chỉ ra đây là hai yếu tố riêng biệt và có quan hệ mật thiết. Nổi bật là theo Cronin và Taylor (1992); Yavas et al (1997); Ahmad và Kamal (2002) thì "Chất lượng dịch vụ đóng vai trò rất quan trọng tới sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Chất lượng dịch vụ chính là bước đi đầu tiên

giúp doanh nghiệp (DN) tạo dựng sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Để nâng cao sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, trước hết DN cần cải thiện chất lượng dịch vụ. Giữa chất lượng dịch vụ và sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng tồn tại mối quan hệ tương hỗ, chất lượng dịch vụ dẫn trước và sẽ quyết định sự thỏa mãn nhu cầu của khách hàng".

2. Một số nhân tố tác động tới sự hài lòng của SV về chất lượng đào tạo

2.1. Nhân tố học thuật

Nhân tố học thuật được tiếp cận trong các nghiên cứu theo hướng những yếu tố mang tới giá trị học thuật trong dịch vụ giáo dục. Trong nghiên cứu về mô hình HEDPERF, Firdaus (2006) cho biết "Yếu tố học thuật là các yếu tố liên quan đến việc thực thi nhiệm vụ của giảng viên. Những yếu tố này tập trung chủ yếu vào các vấn đề bao gồm: (1) Kiến thức và trình độ của đội ngũ giảng viên; (2) Thái độ làm việc của đội ngũ giảng viên; (2) Khả năng đánh giá chất lượng học tập của SV; (3) Khả năng hỗ trợ nghiên cứu khoa học.

2.2. Nhân tố phi học thuật

Trong phần lớn những nghiên cứu về chất lượng dịch vụ, nhóm yếu tố phi học thuật được hiểu là các yếu tố hỗ trợ cho hoạt động học tập của SV. Theo Firdaus (2006) "Yếu tố phi học thuật là các yếu tố liên quan đến việc thực thi nhiệm vụ của các nhân viên hành chính". Thông thường nhóm yếu tố này bao gồm các yếu tố liên quan đến các công việc hành chính như: (1) Khả năng phục vụ của đội ngũ cán bộ hành chính; (2) Thái độ phục vụ của đội ngũ cán bộ hành chính.

2.3. Nhân tố chương trình đào tạo

Chương trình đào tạo bao gồm cách thức vận hành, lộ trình đào tạo, danh sách các môn học, chuẩn đầu ra.... Theo Firdaus (2006), "Yếu tố chất lượng chương trình đào tạo bao gồm những vấn đề liên quan đến tính đa dạng, linh hoạt của chương trình đào tạo và chất lượng chương trình đào tạo". Chương trình đào tạo tại mỗi cơ sở giáo dục thường được xây dựng có những nét riêng biệt. Các yếu tố quan trọng trong nhóm này bao gồm: (1) Kiến thức trong chương trình đào tạo; (2) Sự phù hợp của kiến thức với thị trường lao động.

2.4. Nhân tố cơ sở vật chất

Cơ sở vật chất là nhân yếu tố mang tới cảm nhận đầu tiên cho người học khi cảm nhận dịch vụ. Nhóm yếu tố này đóng vai trò hỗ trợ hoạt động đào tạo. Bên cạnh đó hệ thống cơ sở vật chất còn hỗ trợ nhà trường tổ chức các hoạt động ngoại khóa cho SV. Nhìn chung nhóm yếu tố cơ sở vật chất luôn được đánh giá là nhóm yếu tố đóng vai trò quan trọng tác động tới sự hài lòng của SV.

2.5. Nhân tố danh tiếng của cơ sở giáo dục

Mối liên hệ sự hài lòng của cá nhân và danh tiếng tổ chức họ tham gia hay danh tiếng công ty cung cấp hàng hoá cho họ đã được nhiều nghiên cứu chứng minh. Theo Firdaus (2006): "Yếu tố danh tiếng là các yếu tố liên quan đến hình ảnh của cơ sở giáo dục đại học". Danh tiếng trường đại học là yếu tố vô hình được xây dựng qua quá trình hoạt động của cơ sở giáo dục. Điều này cũng trực tiếp tác động tới sự hài lòng của SV đối với chất lượng dịch vụ tổng thể của trường mang lại. Các khía cạnh đề cập trong yếu tố danh tiếng nổi bật là: Hình ảnh của cơ sở đào tạo với xã hội; Mức độ phồn thịnh của cơ sở đào tạo trên các kênh truyền thông; Sự công nhận của xã hội dành cho cơ sở giáo dục....

2.6. Nhân tố chất lượng tương tác với DN

Trong vài thập kỷ trở lại đây, đào tạo gắn với nhu

cầu DN dần trở thành một xu hướng tất yếu. Nhiều tiêu chí liên quan tới tỉ lệ có việc làm sau khi tốt nghiệp của SV đang dần trở thành bắt buộc để đánh giá chất lượng dịch vụ trong giáo dục đại học. Vì vậy, cầu nối giữa DN và cơ sở giáo dục càng trở nên quan trọng. Việc liên kết với DN tại một số ngành đào tạo đặc thù như du lịch, công nghệ thông tin.... đóng vai trò quyết định tới chất lượng đầu ra của SV. Nhóm yếu tố này bao gồm: (1) Liên kết với DN để tạo môi trường thực hành thực tập; (2) Hỗ trợ đầu ra cho SV; (3) Liên kết để hỗ trợ nguồn nhân lực trong hoạt động đào tạo; (4) Liên kết để hỗ trợ quản lý SV trong quá trình thực hành, thực tập.

3. Phương pháp nghiên cứu

Từ cơ sở lý thuyết, nhóm tác giả khái quát nên bảng hỏi và tiến hành khảo sát 242 SV chính quy đang theo học năm từ năm thứ nhất đến năm thứ tư tại Khoa Du lịch, - Đại học Đại Nam. Các phiếu được phát ra trực tiếp, thời gian tiến hành điều tra từ tháng 12/2019 đến tháng 2/2020. Dữ liệu sau khi thu thập được xử lý trên phần mềm SPSS 20 và được kết quả phân tích EFA cho giá trị KMO là 0.936 thỏa mãn $0.5 < KMO < 1$ và giá trị Sig.=0.000, giá trị là tổng phương sai trích là 71.644% và Eigenvalues 1.273 > 1. Kết quả ma trận nhân tố xoay cho các biến nhóm lại thành 6 nhân tố chính, các biến đặc trưng đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0.5 và được xếp thành 6 nhân tố đại diện cho các nhân tố tác động đến sự hài lòng của SV phù hợp với mô hình lý thuyết nên không loại bỏ biến nào. Kết quả kiểm định độ tin cậy cho hệ số Cronbach's Alpha của cả 6 nhân tố đều lớn hơn 0.7 và hệ số tương quan biến tổng của các thang đo đều lớn hơn 0.3 nên không loại bỏ thêm biến nào, các thang đo là phù hợp.

4. Thực trạng sự hài lòng và một số nhân tố tác động đến sự hài lòng của SV đối với chương trình đào tạo ngành Du lịch của Trường Đại học Đại Nam

4.1. Thực trạng sự hài lòng

Kết quả thống kê mô tả về sự hài lòng ở mức cao, dao động từ 4,24 đến 4,45. Biến quan sát "Sẽ giới thiệu về trường cho mọi người khi có cơ hội" đạt giá trị cao nhất. Còn giá trị trung bình của biến "SV sẵn sàng chi trả học phí cho các dịch vụ của trường cung cấp" đạt kết quả thấp nhất. Khi khách hàng sẵn sàng chia sẻ về cơ sở giáo dục sau khi có cơ hội trải nghiệm là một điểm rất ý nghĩa cho thấy sự tin tưởng của SV với chất lượng dịch vụ tổng thể của Khoa Du lịch. Vấn đề liên quan đến học phí có giá

Bảng 1. Thống kê mô tả sự hài lòng của sinh viên

	N	TB
Dịch vụ của Nhà trường/khoa đáp ứng tốt mong đợi của SV	242	4,3719
Dịch vụ của Nhà trường/khoa giúp SV đạt kết quả như mong muốn	242	4,3967
SV cảm thấy hài lòng thực sự khi học tập tại trường	242	4,3719
SV sẵn sàng chi trả học phí cho các dịch vụ của trường cung cấp	242	4,2438
Sẽ giới thiệu về trường cho mọi người khi có cơ hội	242	4,4504
Sẽ tiếp tục chọn trường để nâng cao trình độ nếu có nhu cầu trong tương lai	242	4,3802

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu trên phần mềm SPSS)

trị thấp phần nào được giải thích vì so với mặt bằng chung đào tạo ngành Du lịch, học phí Khoa Du lịch, Đại học Đại Nam đang ở mức khá cao. Việc kết quả thống kê mô tả của nhóm biến quan sát sự hài lòng đạt mức cao cho thấy SV hài lòng đối với chất lượng dịch vụ Khoa Du lịch cung cấp. (Bảng 1)

4.2. Thực trạng nhân tố tác động đến sự hài lòng của SV đối với chương trình đào tạo ngành Du lịch của Trường Đại học Đại Nam

Để đánh giá thực trạng các nhân tố tác động đến sự hài lòng của SV đối với chương trình đào tạo ngành Du lịch của Trường Đại học Đại Nam, nhóm tác giả tiến hành phân tích thống kê mô tả, kết quả nghiên cứu được tổng hợp trong Bảng 2.

4.2.1. Thực trạng nhân tố chất lượng học thuật

Các giá trị trung bình của các biến thuộc nhân tố này đều ở mức cao, trong đó cao nhất (4,3719) là

biến “Giảng viên (GV) sẵn sàng giải đáp thắc mắc của SV cho thấy SV đánh giá cao sự sẵn sàng giúp đỡ khi SV gặp khó khăn” của giảng viên. Điều này cũng phản ánh đúng với mô hình quản lý và đào tạo của Nhà trường khi GV luôn có những nỗ lực trong việc hỗ trợ SV không chỉ trong học tập mà còn trong thực hành. Kết quả này cũng phản ánh đúng thực tế khi nguồn nhân lực Khoa Du lịch - Đại học Đại Nam còn có những hạn chế về số lượng so với khối lượng công việc được giao. Ngoài ra, do hoạt động theo mô hình đặc thù nên đối với mỗi SV bên cạnh tiêu chí thông qua kết quả học tập trên lớp, còn có nhiều tiêu chí khác như thái độ, kỹ năng thực hành thực tập. Vì vậy, việc đánh giá SV cần quá trình lâu dài, có sự theo sát của đội ngũ cán bộ GV của khoa. Phần nào yếu tố này chưa được thực hiện tốt như những yếu tố khác.

Bảng 2. Bảng thống kê mô tả một số nhân tố tác động đến sự hài lòng của SV

TT	Biến quan sát	N	Trung bình
I. Chất lượng học thuật			
1	Giảng viên có kiến thức cơ bản vững chắc để phục vụ giảng dạy	242	4,3388
2	Giảng viên có sự quan tâm tới SV	242	4,2893
3	Giảng viên sẵn sàng giải đáp thắc mắc của SV	242	4,3719
4	SV nhận được sự hỗ trợ tích cực từ phía giảng viên	242	4,3471
5	Giảng viên làm việc một cách tích cực	242	4,3347
6	Giảng viên có kĩ năng sư phạm và truyền đạt tốt	242	4,2562
7	Giảng viên có khả năng đánh giá và phân loại SV tốt	242	4,1074
8	Giảng viên có học vị cao và chuyên môn sâu về lĩnh vực giảng viên	242	4,2645
II. Chất lượng phi học thuật			
9	Công việc hành chính được giải quyết đúng hẹn với SV	242	4,1488

10	Cán bộ - nhân viên hành chính làm việc tích cực	242	4.1901
11	Cán bộ - nhân viên lịch sử khi làm việc với SV	242	4.4174
12	Cán bộ - nhân viên hành chính nắm chắc thủ tục, quy trình xử lý công việc	242	4.3678
13	SV cảm thấy an tâm và tự tin khi liên hệ giải quyết các công việc hành chính	242	4.3182
14	Nhà trường giải quyết các công việc hành chính đúng theo quy định cam kết	242	4.4463
III. Chất lượng chương trình đào tạo			
15	Kiến thức nhà trường đáp ứng nhu cầu thực tế	242	4.4132
16	SV được làm rõ mục tiêu chương trình đào tạo	242	4.4256
17	Nội dung các môn học hỗ trợ SV phát triển kỹ năng trong thực tế	242	4.4091
18	SV được theo học các kiến thức hỗ trợ công việc trong tương lai như kỹ năng mềm, định hướng nghề nghiệp	242	4.4380
19	Chương trình đào tạo đa dạng, phù hợp	242	4.5826
IV. Chất lượng cơ sở vật chất			
20	Phòng học sạch sẽ, thông thoáng, tiện nghi	242	4.2521
21	Phương tiện giảng dạy đáp ứng nhu cầu học tập của SV	242	4.2273
22	Thư viện phục vụ tốt quá trình học tập, nghiên cứu	242	4.2231
23	Các công trình như nhà vệ sinh, bãi đỗ xe, căng tin, hệ thống thang máy, hệ thống làm mát phòng học có chất lượng tốt	242	4.2149
V. Danh tiếng cơ sở giáo dục			
24	Khoa Du lịch Đại học Đại Nam/Đại học Đại Nam có uy tín và chất lượng	242	3.9711
25	SV ra trường có thể cạnh tranh và đáp ứng nhu cầu thị trường lao động	242	3.9587
26	SV cảm thấy tự tin vào chương trình đào tạo của trường	242	4.1240
27	Hình ảnh của nhà trường/khoa được biết đến rộng rãi trong xã hội	242	3.7727
VI. Chất lượng tương tác DN			
28	Nhà trường/khoa tổ chức với DN để có chuyên đi hữu ích cho SV	242	4.3050
29	Nhà trường/khoa liên hệ DN để hỗ trợ địa điểm thực tập cho SV	242	4.3760
30	Nhà trường/khoa có liên kết với DN mời đội ngũ chuyên gia về làm diễn giả, giảng viên giảng dạy	242	4.3760
31	Nhà trường/khoa có liên hệ tốt với DN để quản lý SV trong quá trình thực tập và thực hành của SV tại DN	242	4.4008
32	Nhà trường/khoa liên kết DN để hỗ trợ SV tìm kiếm việc làm sau khi tốt nghiệp	242	4.3471

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu trên phần mềm SPSS)

4.2.2. Thực trạng nhận tố chất lượng phi học thuật

Kết quả phân tích cho thấy các biến được đánh giá ở mức trung bình cao. Điều này cho thấy Đại học Đại Nam nói chung và Khoa Du lịch đã có những cố gắng về việc giải quyết các thủ tục hành chính để hỗ trợ SV trong quá trình học tập tại trường. Việc yếu tố đúng hẹn trong các đầu việc hành chính được đánh giá thấp hơn các yếu tố khác cũng phản ánh những yếu tố còn hạn chế, đó chính là lực lượng nhân sự phụ trách các nhiệm vụ hành chính chưa thực sự phù hợp xứng với quy mô, số lượng SV đang theo học.

4.2.3. Thực trạng nhận tố chất lượng chương trình đào tạo

Các giá trị trung bình của kết quả thống kê mô tả đều ở mức rất cao. Điều này cho thấy chất lượng chương trình đào tạo của Khoa Du lịch - Đại học Đại Nam là cao. Có thể thấy, góc nhìn về chương trình đào tạo của SV sẽ có những hạn chế so với đội ngũ quản lý, chuyên gia do thiếu cả những góc nhìn bao quát cũng như thông tin chi tiết. Bên cạnh đó, phần lớn SV tham gia nghiên cứu thuộc nhóm SV năm thứ nhất và năm thứ hai, điều này có những hạn chế về mức độ cam nhận do thời gian trải nghiệm chưa

lưu. Kết quả cho thấy phương châm đào tạo gắn với nhu cầu DN, phù hợp với xu thế của thị trường lao động, chú trọng vào các kỹ năng có tính ứng dụng cao và tính thực tế của Khoa Du lịch đang đạt được nhiều kết quả khả quan. Bên cạnh đó, biên quan sát SV được theo học các kiến thức hỗ trợ công việc trong tương lai như kỹ năng mềm, định hướng nghề nghiệp cũng được đánh giá ở mức rất cao 4.4380. Bên cạnh tác động của chương trình đào tạo của khoa, điều này cũng phản ánh tầm quan trọng của hệ thống các học phần kỹ năng mềm của Trường Đại học Đại Nam.

4.2.4. Thực trạng nhân tố chất lượng cơ sở vật chất

Kết quả thống kê mô tả cho thấy các giá trị trung bình của các đánh giá đều lớn hơn 4. Trong đó cao nhất là "Phòng học sạch sẽ, thông thoáng, tiện nghi" ở mức 4.2521. Các giá trị trung bình giữa các biến không có sự chênh lệch nhiều. Khuôn viên của Trường Đại học Đại Nam có diện tích rộng, được đặt tại vị trí có không gian, cảnh quan nhiều cây xanh. Bên cạnh đó, trong các phòng học đều được trang bị hệ thống điều hoà và các trang thiết bị phục vụ giảng dạy hiện đại. Thư viện của Trường và các phòng thí nghiệm được xây dựng khang trang, đầy đủ các dụng cụ thí nghiệm. Những yếu tố này giải thích cho kết quả các biến quan sát tại nhóm yếu tố cơ sở vật chất có kết quả cao.

4.2.5. Thực trạng nhân tố danh tiếng cơ sở giáo dục

Kết quả thống kê mô tả cho thấy các đánh giá ở mức từ 3.7727 tới 4.1240, điều này cho thấy danh tiếng được đánh giá ở mức thấp hơn các yếu tố khác. Kết quả cho thấy yếu tố danh tiếng là yếu tố tương đối khó có thể nâng cao và cải thiện ngay. Đây là nhóm yếu tố cần nhiều thời gian và sự cố gắng của cơ sở giáo dục, với một cơ sở giáo dục còn non trẻ như Khoa Du lịch, việc yếu tố danh tiếng chưa được đánh giá cao cũng là phù hợp. Kết luận này đặt ra vấn đề cho đội ngũ quản lý khoa, Nhà trường cần có những giải pháp để xây dựng danh tiếng cho Khoa Du lịch - Đại học Đại Nam trong tương lai.

4.2.6. Thực trạng nhân tố chất lượng tương tác DN

Kết quả thống kê mô tả cho thấy các đánh giá về danh tiếng cơ sở giáo dục ở mức cao và các giá trị đồng đều. Hiện nay, Khoa Du lịch đang là đơn vị đào tạo tiên phong với mô hình liên kết nhà trường và DN. Không chỉ tạo điều kiện cho SV tham quan, hỗ trợ định hướng nghề nghiệp mà còn cho phép tham gia vào đào tạo trực tiếp và đánh giá SV. SV du lịch bắt buộc phải tham gia học tập có môn nghiệp vụ và thực hành, thực tập tại môi trường DN. Điều này giúp SV có thêm nhiều cơ hội được rèn luyện, phát triển các kỹ năng nghề nghiệp và làm quen sớm với môi trường công việc thực tế. Kỹ năng nghề nghiệp được đặt làm nền tảng, đây cũng là yếu tố đào tạo ưu tiên trong mô hình này để giúp SV giải quyết ngay được những công việc trong các tổ hợp kiến thức.

5. Kết luận

Qua việc khảo sát ý kiến của SV trong mẫu nghiên cứu, kết quả cho thấy, các kết quả giá trị trung bình của các biến quan sát được đánh giá ở mức rất cao. Kết quả này phần nào cho thấy SV đánh giá cao chất lượng dịch vụ mà Khoa Du lịch cung cấp. Nhóm danh tiếng cơ sở giáo dục có kết quả trung bình thấp nhất. Ngoài ra, những biến có giá trị trung bình thấp phần nào phản ánh đúng những vấn đề khó khăn mà Khoa Du lịch đang gặp phải:

- Một là, vấn đề tiến độ công việc hành chính liên quan đến nguồn nhân lực.
- Hai là, vấn đề danh tiếng liên quan đến chiến lược phát triển dài hạn của tổ chức.
- Ba là, vấn đề đánh giá và phân loại SV liên quan đến hệ thống đánh giá chất lượng, theo dõi quá trình học tập cho SV chưa hoàn chỉnh.

Kết quả nghiên cứu này giúp có thêm những luận cứ cho việc đánh giá thực trạng các nhân tố thành phần chất lượng đào tạo tác động đến sự hài lòng của SV ngành Du lịch, qua đó giúp tạo căn cứ nhằm đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo cho SV ngành Du lịch của Trường Đại học Đại Nam trong thời gian tới. ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A and Berry, L.L. (1988), "A conceptual model of service quality and its implications for future research". *Journal of Marketing*. Vol. 49, pp. 41- 50.
2. Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1992), "Measuring service quality: re-examination and extension" *Journal of Marketing*. Vol. 9 No 3, pp. 55-68.
3. Gronroos, C. (1984), "A service quality model and its marketing implications". *European Journal of Marketing*. 18(4), 36-446

4. Hair, J., Anderson, R., Tatham, P., and Black, W. (2006). *Multivariate Data Analysis*, 6th ed., Prentice-Hall, Upper Saddle River, N.J.
5. Luận Giáo dục Đại học 2012.
6. LeBlanc, G., Nguyen, N. (1999), "Listening to the customer's voice: examining perceived service value among business college students", *International Journal of Education Management*, Vol 13 No 4, pp 187-198.
7. Hoàng Thị Phương Thảo, Hoàng Trọng (2007), "Giá trị và chất lượng dịch vụ trong giáo dục đại học nhìn từ góc độ sinh viên", *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, tr. 38- 43.
8. Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. (1996). *Services Marketing*. McGraw-Hill, Singapore

Ngày nhận bài: 24/4/2020

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/5/2020

Ngày chấp nhận đăng bài: 14/5/2020

Thông tin tác giả.

VŨ TUẤN DƯƠNG - TRẦN SỸ NGUYỄN - PHẠM THỊ DUNG

Trường Đại học Đại Nam

THE CURRENT STATUS OF FACTORS AFFECTING THE SATISFACTION OF STUDENTS WITH THE TOURISM TRAINING PROGRAM OF DAI NAM UNIVERSITY

● VU TUAN DUONG - TRAN SY NGUYEN - PHAM THI DUNG

Dai Nam University

ABSTRACT:

This research assesses the current status of service quality components affecting student satisfaction by analyzing primary data collected from 242 students of Faculty of Tourism, Dai Nam University. Qualitative and quantitative analyses of 39 observed variables including 6 independent variables and 1 dependent variable show that the student satisfaction (independent variables) is statistically significant with the quality service (independent variable). Based on these results, this research provides preliminary assessments on the current status of factors affecting the satisfaction of students with the tourism training program of Dai Nam University, providing a practical basis to adjust the management policies of the university and the Faculty of Tourism in order to constantly improve the quality of teaching and learning of tourism students.

Keywords: Service quality, satisfaction, Faculty of Tourism, Dai Nam University.