

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN LÒNG TRUNG THÀNH CỦA SINH VIÊN KHỎI NGÀNH NÔNG NGHIỆP: NGHIÊN CỨU TẠI ĐẠI HỌC NÔNG LÂM THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Võ Văn Việt* và Lê Anh Thư

Khoa Ngoại ngữ - Sư phạm, Trường Đại học Nông Lâm thành phố Hồ Chí Minh

Tóm tắt. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục tiêu xác định ảnh hưởng của hình ảnh trường, chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng và lòng trung thành của sinh viên khối ngành nông nghiệp. Tiếp cận nghiên cứu định lượng đã được vận dụng. Dữ liệu được thu thập bằng bảng câu hỏi với kích thước mẫu là 313 sinh viên đang theo học các ngành Bác sĩ thú y, Chăn nuôi, Nông học, Bảo vệ thực vật đang học tại trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh. Mẫu nghiên cứu đã được chọn bằng phương pháp thuận tiện. Kết quả nghiên cứu cho thấy hình ảnh trường, chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng đến sự hài lòng và lòng trung thành của sinh viên khối ngành nông nghiệp trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh. Trong đó hình ảnh trường có ảnh hưởng quan trọng đến sự hài lòng và lòng trung thành của sinh viên. Từ kết quả nghiên cứu của đề tài, nhóm nghiên cứu đã đưa ra kết luận và một số đề xuất góp phần nâng cao lòng trung thành của sinh viên.

Từ khóa: lòng trung thành, hình ảnh, chất lượng dịch vụ, sinh viên.

1. Mở đầu

Nếu trước đây, giáo dục được xem đơn thuần như một hoạt động sự nghiệp đào tạo con người mang tính phi thương mại, phi lợi nhuận, thì ngày nay dưới tác động của các yếu tố bên ngoài và đặc biệt là sự tác động của nền kinh tế thị trường, giáo dục dần được nhìn nhận như một dịch vụ giáo dục mà ở đó khách hàng là sinh viên và phụ huynh (Phạm Thị Liên, 2016). Trong bối cảnh hiện tại, với sự gia tăng về số lượng của các cơ sở giáo dục đã tạo điều kiện cho những khách hàng (sinh viên, phụ huynh) của dịch vụ giáo dục có nhiều lựa chọn cho việc đầu tư và gắn kết với một nhà cung cấp dịch vụ (các trường học) mà họ cho là phù hợp nhất. Tuy nhiên, điều này đã dẫn đến xu hướng giảm về số lượng sinh viên trong tuyển sinh của các trường học, tạo ra những cạnh tranh nhất định giữa các trường. Vì thế, để có thể tiếp tục tồn tại và phát triển các tổ chức giáo dục cần có những nhận định đúng đắn và phương hướng cụ thể trong việc thu hút và giữ chân sinh viên. Kotler và Fox cũng đã chỉ ra rằng, việc duy trì và gia tăng giá trị khách hàng tạo ra lợi thế vượt trội của nhà trường trong thị trường giáo dục cạnh tranh cao [2]. Nghiên cứu của Austin & Pervaiz (2017) đã nhận định rằng để ứng phó với những cạnh tranh của thị trường giáo dục đòi hỏi các nhà hoạch định chính sách của các tổ chức giáo dục cần phải có những giải pháp nâng cao lòng trung thành của sinh viên [3]. Một nghiên cứu khác của Sam Thomas cũng nói rằng, nâng cao lòng trung thành của sinh viên là một trong những mục tiêu chính của các tổ chức giáo dục. Ông cũng giải thích thêm, sinh viên trung thành

Ngày nhận bài: 19/11/2020. Ngày sửa bài: 17/12/2020. Ngày nhận đăng: 5/1/2021.

Tác giả liên hệ: Võ Văn Việt. Địa chỉ e-mail: vvviet@hcmuaf.edu.vn

là một nguồn lợi thế cạnh tranh với kết quả thu được là những giao tiếp truyền miệng tích cực và việc duy trì sử dụng dịch vụ tại tổ chức giáo dục [4].

Có thể thấy, lòng trung thành của sinh viên là một yếu tố quan trọng và then chốt cho công tác giữ chân sinh viên hiện tại và thu hút nguồn sinh viên tiềm năng, cũng như duy trì mối liên hệ với sinh viên đã hoàn thành khóa học tại trường. Vì vậy việc thiết lập và nâng cao lòng trung thành của sinh viên đối với một tổ chức giáo dục là vô cùng cần thiết. Từ những cơ sở nêu trên, nghiên cứu này được tiến hành nhằm xác định và đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành và đề xuất giải pháp nhằm nâng cao lòng trung thành của sinh viên khối ngành nông nghiệp.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Một số khái niệm

Hình ảnh trường

Nói về hình ảnh của một đối tượng nào đó, [2] phát biểu, hình ảnh là ấn tượng tổng thể mà một người có về một đối tượng. Hình ảnh được hình thành dựa trên những thông tin chưa đầy đủ, mỗi đối tượng khác nhau sẽ mang một hình ảnh khác nhau. Gronroos (2001) cho rằng, hình ảnh có tác động đến nhận thức của khách hàng về thông tin liên lạc và hoạt động của công ty, tổ chức trong nhiều khía cạnh [5]. Một nghiên cứu về lĩnh vực giáo dục của Helgesen và Nesset cũng có nhận định tương tự. Họ khẳng định rằng, hình ảnh của một trường đại học có ảnh hưởng trực tiếp và tích cực đến lòng trung thành của sinh viên [6].

Sự hài lòng của sinh viên

Sự hài lòng của sinh viên là kết quả của việc đánh giá kinh nghiệm của họ với dịch vụ giáo dục nhận được [7]. Trong một nghiên cứu vào năm 2002, Elliott và Shin đã nhận định Sự hài lòng trong giáo dục xảy ra khi hiệu suất nhận thức đáp ứng hoặc vượt quá kỳ vọng của sinh viên, được định hình liên tục và lặp đi lặp lại trong suốt quá trình học tập tại trường [8].

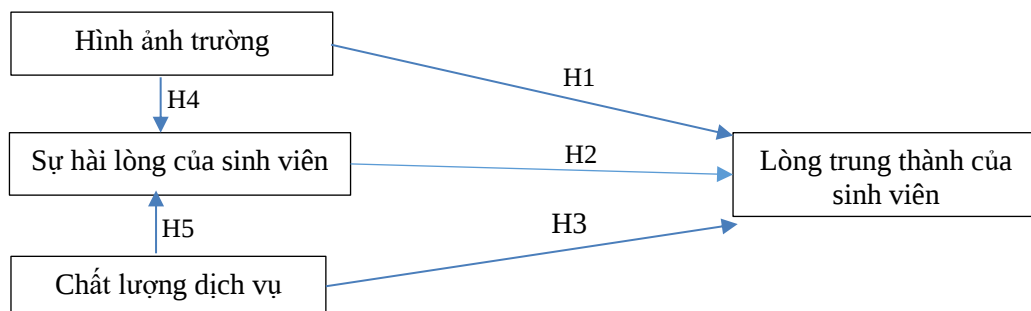
Chất lượng dịch vụ giáo dục

Theo Hufton và ctv, chất lượng dịch vụ giáo dục là kết quả dịch vụ tổng thể do nhà trường cung cấp, bao gồm giảng dạy, môi trường lớp học, dịch vụ hành chính, dịch vụ hỗ trợ và cơ sở vật chất [9]. Cũng trong năm 2003, Hill và các cộng tác viên của mình đã nhận định, chất lượng giảng dạy là cốt lõi để đánh giá chất lượng dịch vụ giáo dục [10]. Tsai (2008) nhận định rằng, chất lượng dịch vụ giáo dục được chia thành các phần chính: dịch vụ giảng dạy nhận thức và dịch vụ hành chính nhận thức. Trong đó, dịch vụ giảng dạy nhận thức liên quan đến giảng dạy sư phạm, dịch vụ hành chính nhận thức liên quan đến các dịch vụ hỗ trợ hành chính ngoại vi như cơ sở vật chất và giải quyết vấn đề sinh viên [11]. Một nghiên cứu khác của Senthilkumar vào năm 2011, đã phân tích về chất lượng dịch vụ giáo dục trên ba khía cạnh: phương pháp giảng dạy, môi trường học tập và hành động kỉ luật [12].

Mazhar Ali và cộng sự (2018) đã tiến hành phân tích về chất lượng dịch vụ giáo dục theo ba chiều hướng cảm nhận chất lượng học tập, chất lượng hành chính, chất lượng cơ sở vật chất. Các tác giả chỉ rõ, kiến thức, chuyên môn của giảng viên trong việc cung cấp bài giảng và phản ứng đối với các truy vấn của sinh viên tạo thành nền tảng cho chất lượng học tập. Chất lượng hành chính được hình thành dựa trên các hoạt động học thuật trong nhà trường, kiến thức và thái độ của nhân viên hành chính trong việc hỗ trợ sinh viên. Sự đáp ứng của các trường đại học đối với mong đợi của sinh viên về các phòng học có thiết kế tốt và thẩm mỹ, có đủ phòng thí nghiệm và thư viện phục vụ học tập đóng góp vào chất lượng của cơ sở vật chất nhà trường [13].

2.2. Mô hình và các giả thuyết

Trên cơ sở xem xét các mô hình nghiên cứu liên quan đến lòng trung thành của các tác giả Mulyono (2016), Fares, Achour, & Kachkar (2017) và Chandra, Ng, Chandra, & Priyono (2018),... nhóm nghiên cứu đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Các giả thuyết nghiên cứu:

Giả thuyết H1: Có sự tương quan giữa yếu tố hình ảnh trường và lòng trung thành của sinh viên khối ngành nông nghiệp.

Giả thuyết H2: Có sự tương quan giữa yếu tố sự hài lòng của sinh viên và lòng trung thành của sinh viên khối ngành nông nghiệp.

Giả thuyết H3: Có sự tương quan giữa yếu tố chất lượng dịch vụ và lòng trung thành của sinh viên khối ngành nông nghiệp.

Giả thuyết H4: Có mối tương quan thuận giữa yếu tố hình ảnh trường và sự hài lòng của sinh viên khối ngành nông nghiệp.

Giả thuyết H5: Có mối tương quan thuận giữa yếu tố chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của sinh viên khối ngành nông nghiệp.

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng tiếp cận nghiên cứu định lượng. Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua phương pháp cụ thể như sau:

Phương pháp chuyên gia: phương pháp này được sử dụng để tham khảo ý kiến liên quan đến bảng câu hỏi khảo sát.

Phương pháp điều tra: đây là phương pháp chính dùng để thu thập thông tin cho nghiên cứu. Bảng câu hỏi đã được thiết kế để là công cụ thu thập thông tin. Bảng câu hỏi gồm 2 phần: phần thứ nhất là các thông tin cá nhân của người được khảo sát; phần thứ 2 là phần nội dung chính, gồm 25 phát biểu, chia thành 4 nhóm yếu tố, đánh giá theo thang đo Likert 5 cấp độ từ 1: rất không đồng ý đến 5: rất đồng ý. Bảng câu hỏi được xây dựng và phát triển dựa trên các bảng câu hỏi của các nhà nghiên cứu trước đó và có những điều chỉnh để phù hợp với tình hình thực tế. Nhóm yếu tố sự hài lòng của sinh viên được đo lường bởi 6 biến quan sát, nhóm yếu tố chất lượng dịch vụ đo lường bởi 11 biến quan sát, nhóm yếu tố hình ảnh trường đo lường bởi 3 biến quan sát và lòng trung thành của sinh viên đo lường bằng 5 biến quan sát (chi tiết xem bảng 1).

Bảng 1. Danh sách các biến quan sát của thang đo

Stt	Phát biểu	Nguồn
NHÓM YẾU TỐ SỰ HÀI LÒNG		
1	Bạn hài lòng với chất lượng dịch vụ tổng thể được cung cấp tại trường.	[17]
2	Bạn hài lòng với chất lượng dịch vụ giảng dạy mà giảng viên cung cấp cho sinh viên	[18], [16]
3	Bạn hài lòng với chất lượng dịch vụ hành chính.	[16]
4	Bạn hài lòng với các trang thiết bị và cơ sở vật chất của trường.	[16]

5	Bạn hài lòng với danh tiếng của trường.	[19]
6	Bạn hài lòng với các dịch vụ hỗ trợ của trường.	[17]
NHÓM YẾU TỐ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ		
1	Giảng viên đối xử với tất cả sinh viên theo cách bình đẳng.	[16]
2	Giảng viên phương pháp giảng dạy tốt.	[16]
3	Giảng viên thân thiện với sinh viên.	[16]
4	Nội dung khóa học phát triển kiến thức sinh viên.	[16]
5	Nhân viên hành chính của nhà trường lịch sự, sẵn sàng giúp đỡ, hỗ trợ sinh viên.	[19], [15], [16]
6	Công tác quản lý, lưu trữ và truy xuất hồ sơ chính xác.	[16]
7	Phòng học sạch sẽ, thoải mái.	[16]
8	Phòng máy tính, thí nghiệm được trang bị tốt.	[16], [20]
9	Thư viện có tài liệu học tập đầy đủ.	[16], [20]
10	Nhà trường có cung cấp các dịch vụ tư vấn.	[16]
11	Khuôn viên trường học đảm bảo an toàn, an ninh.	[15], [16]
NHÓM YẾU TỐ HÌNH ẢNH TRƯỜNG		
1	Trường của bạn có hình ảnh và danh tiếng vượt trội hơn các trường khác	[18]
2	Trường của bạn có một hình ảnh tốt trong ấn tượng của bạn.	
3	Bạn cho rằng trường của bạn cung cấp nhiều lợi ích cho sinh viên và có dịch vụ tốt hơn các trường khác.	
LÒNG TRUNG THÀNH		
1	Bạn sẽ giới thiệu về trường với bạn bè và người học có nhu cầu	[18], [20]
2	Bạn sẵn sàng nói những điều tích cực về trường	[21]
3	Bạn sẽ rất vui khi được tham gia vào các hoạt động của hội cựu sinh viên trường sau khi tốt nghiệp	[20]
4	Nếu bạn quyết định học cao học, bạn sẽ tiếp tục chọn trường này.	[22]
5	Bạn thấy tự hào khi được gắn kết với các hoạt động của trường	[23]

Kết quả đánh giá độ tin cậy của bốn thang đo thành phần (sự hài lòng của sinh viên, chất lượng dịch vụ, hình ảnh trường và lòng trung thành của sinh viên) bằng hệ số Cronbach's Alpha của đều có giá trị lớn hơn 0,6 nên kết luận là thang đo có độ tin cậy để sử dụng cho nghiên cứu.

2.4. Đặc điểm khách thể nghiên cứu

Khách thể nghiên cứu là 313 sinh viên được chọn lựa bằng kỹ thuật chọn mẫu thuận tiện. Đặc điểm chính của mẫu nghiên cứu như sau:

Về giới tính: trong 313 sinh viên được khảo sát thì có 144 nữ chiếm tỉ lệ 46,0 % và 169 nam chiếm tỉ lệ 54,0 %. Tỉ lệ trên cho thấy sự chênh lệch không lớn giữa số lượng sinh viên nam và nữ trong nghiên cứu.

Về xếp hạng năm đào tạo: có 65 sinh viên là sinh viên năm nhất chiếm tỉ lệ 20,8%, 76 sinh viên đang là sinh viên năm hai chiếm tỉ lệ 24,3%, sinh viên năm ba có 72 sinh viên chiếm 23,0%, 78 sinh viên là sinh viên năm tư chiếm tỉ lệ 24,9% và 22 sinh viên năm thứ năm chiếm tỉ lệ 7,0%.

Về ngành học: có 88 sinh viên đang theo học ngành bác sĩ thú y chiếm tỉ lệ 28,1%, 64 sinh viên là sinh viên thuộc ngành chăn nuôi chiếm tỉ lệ 20,4%, 91 sinh viên là sinh viên thuộc ngành nông học chiếm tỉ lệ là 29,1%, sinh viên ngành bảo vệ thực vật có 70 sinh viên chiếm tỉ lệ 22,4%.

Bảng 2. Thông tin mẫu nghiên cứu

		Tần số	Phần trăm	Phần trăm hợp lệ
Giới tính	Nữ	144	46,0	46,0
	Nam	169	54,0	54,0
Năm đào tạo	Năm nhất	65	20,8	20,8
	Năm hai	76	24,3	24,3
	Năm ba	72	23,0	23,0
	Năm tư	78	24,9	24,9
	Năm năm	22	7,0	7,0
Ngành đào tạo	Bác sĩ thú y	88	28,1	28,1
	Chăn nuôi	64	20,4	20,4
	Nông học	91	29,1	29,1
	Bảo vệ thực vật	70	22,4	22,4

2.5. Kết quả nghiên cứu

Kiểm định giả thuyết H1, H2, H3

Kiểm định hệ số tương quan dùng để kiểm tra mối quan hệ tuyến tính giữa các biến trong mô hình.

Bảng 3. Kiểm định mối tương quan giữa các yếu tố

		Lòng trung thành	Sự hài lòng	Chất lượng dịch vụ	Hình ảnh trường
Lòng trung thành	Hệ số tương quan Pearson	1	0,454	0,463	0,729
	Mức ý nghĩa (sig)		0,000	0,000	0,000
	Mẫu (n)	313	313	313	313
Sự hài lòng	Hệ số tương quan Pearson	0,454	1	0,317	0,239
	Mức ý nghĩa (sig)	0,000		0,000	0,000
	Mẫu (n)	313	313	313	313
Chất lượng dịch vụ	Hệ số tương quan Pearson	0,463	0,317	1	0,224
	Mức ý nghĩa (sig)	0,000	0,000		0,000
	Mẫu (n)	313	313	313	313
Hình ảnh trường	Hệ số tương quan Pearson	0,729	0,239	0,224	1
	Mức ý nghĩa (sig)	0,000	0,000	0,000	
	Mẫu (n)	313	313	313	313

Từ Bảng 3 kết quả kiểm định mối tương quan cho thấy, các yếu tố chất lượng dịch vụ, hình ảnh trường, sự hài lòng và lòng trung thành có tương quan với nhau (mức ý nghĩa Sig = 0,000 < 0,05).

Trên cơ sở của việc phân tích tương quan, tiếp tục tiến hành phân tích hồi quy để xác định yếu tố nào là yếu tố quyết định hay ảnh hưởng quan trọng đến lòng trung thành của sinh viên khối ngành nông nghiệp trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh.

Kiểm định giả thuyết H1, H2, H3 bằng cách sử dụng mô hình hồi quy giữa 3 biến độc lập: gồm Sự hài lòng (SS), chất lượng dịch vụ (SQ), hình ảnh trường (IMG và biến phụ thuộc là lòng trung thành.

Theo kết quả phân tích (bảng 4) ta có, giá trị R^2 hiệu chỉnh là 0,667 chứng minh rằng có 66,7% lòng trung thành của sinh viên là do các biến độc lập (SS, SQ, IMG) tác động, còn lại 33,3% là do các yếu tố ngoài nghiên cứu và sai số.

Bảng 4. Kết quả phân tích hồi quy với biến độc lập là lòng trung thành

Mô Hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Mức ý nghĩa (sig)	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Độ sai biệt	Hệ số phóng đại phương sai (VIF)
1 (Hằng số)	0,173	0,123		1,39	0,163		
Sự hài lòng	0,194	0,030	0,226	6,45	0,000	0,870	1,149
Chất lượng dịch vụ	0,234	0,032	0,252	7,23	0,000	0,876	1,141
Hình ảnh trường	0,496	0,027	0,619	18,1	0,000	0,918	1,089
$R^2=0,670$ R^2 hiệu chỉnh= 0,667 $F=209,493$ (sig=0,000)							

Các hệ số hồi quy trong mô hình cho thấy, mức ý nghĩa của các yếu tố sự hài lòng của sinh viên (SS), yếu tố chất lượng dịch vụ (SQ) và yếu tố hình ảnh trường (IMG) có giá trị mức ý nghĩa Sig. = 0,000 (nhỏ hơn 0,05). Do đó, ta có thể nói rằng 3 biến độc lập đều có tác động đến lòng trung thành (SL) của sinh viên. Ba yếu tố này có các hệ số hồi quy đều mang dấu dương nên có tác động cùng chiều đối với lòng trung thành của sinh viên (SL).

Sử dụng tiếp bảng 4, ta thấy giá trị Variance Inflation Factor (Độ phóng đại phương sai) VIF của 3 biến đều < 10 (từ 1,089 – 1,149). Kết luận: Không có hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình. Có thể yên tâm rằng giữa các biến độc lập không có quan hệ với nhau làm ảnh hưởng tới kết quả nghiên cứu. Qua kết quả phân tích hồi quy ta có phương trình:

$$SL = 0,226*SS + 0,252*SQ + 0,619*IMG$$

Trong đó

SL là biến phụ thuộc: Lòng trung thành của sinh viên

SS: sự hài lòng; SQ: chất lượng dịch vụ; IMG: hình ảnh trường, là các biến độc lập.

Như vậy, dựa vào phương trình hồi quy cho thấy lòng trung thành của sinh viên các khối ngành nông nghiệp Trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh chịu ảnh hưởng bởi 3 yếu tố theo mức độ quan trọng từ cao đến thấp dựa vào hệ số Beta: yếu tố hình ảnh trường là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất, tiếp theo là yếu tố chất lượng dịch vụ và yếu tố sự hài lòng của sinh viên.

Kiểm định giả thuyết H_4, H_5

Theo kết quả tại bảng 5 ta thấy giá trị R^2 hiệu chỉnh là 0,124 chứng minh rằng có 12,4% sự hài lòng của sinh viên là do các biến chất lượng dịch vụ, hình ảnh trường tác động, còn lại 87,6% là do các yếu tố ngoài nghiên cứu và sai số.

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy với biến độc lập là sự hài lòng

	Mô Hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Mức ý nghĩa (sig)	Thống kê đa cộng tuyến	
		B	Sai số chuẩn	Beta			Độ sai biệt	Hệ số phóng đại phương sai (VIF)
1	(Hằng số)	1,897	0,206		9,202	0,000		
	Chất lượng dịch vụ	0,165	0,051	0,177	3,252	0,001	0,950	1,053
	Hình ảnh trường	0,298	0,058	0,277	5,097	0,000	0,950	1,053
	$R^2=0,130$ R^2 hiệu chỉnh= 0,124 $F=23,158$ (sig=0,000)							

Kết quả ở Bảng 5 cho thấy, các hệ số beta đều mang dấu dương và có mức ý nghĩa sig < 0.01.

Do đó, ta có thể nói rằng chất lượng dịch vụ và hình ảnh trường đều có tác động cùng chiều đến sự hài lòng (SS) của sinh viên.

Sử dụng tiếp Bảng 5, ta thấy giá trị Hệ số phóng đại phương sai (VIF) của 2 biến là 1.053 đều < 10 nên có thể kết luận không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Như vậy, các giả thuyết H_{04}, H_{05} được chấp nhận.

Bảng 6. Kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

	Giả thuyết	Sig	Kết quả kiểm định
H_1	Có sự tương quan giữa yếu tố hình ảnh trường và lòng trung thành của sinh viên khối ngành nông nghiệp	0,000	Chấp nhận
H_2	Có sự tương quan giữa yếu tố sự hài lòng của sinh viên và lòng trung thành của sinh viên khối ngành nông nghiệp	0,000	Chấp nhận
H_3	Có sự tương quan giữa yếu tố chất lượng dịch vụ và lòng trung thành của sinh viên khối ngành nông nghiệp.	0,000	Chấp nhận
H_4	Có mối tương quan thuận giữa yếu tố chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của sinh viên.	0,001	Chấp nhận
H_5	Có sự tương quan thuận giữa yếu tố hình ảnh trường và sự hài lòng của sinh viên.	0,000	Chấp nhận

3. Kết luận

Mục tiêu chính của nghiên cứu này là xác định ảnh hưởng của hình ảnh trường và chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng và lòng trung thành của sinh viên khối ngành nông nghiệp trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu đã xác định hình ảnh trường và chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng hướng đến sự hài lòng và lòng trung thành của sinh viên khối ngành nông nghiệp. Đồng thời việc gia tăng sự hài lòng cũng tác động tích cực đến lòng trung thành của sinh viên. Do đó, các nhà quản lý của trường cần phải nắm bắt được những mong đợi và kỳ vọng của sinh viên để có thể đề ra các giải pháp phù hợp gia tăng mức độ hài lòng của sinh viên nhằm tạo nên sự gắn kết giữa sinh viên và nhà trường.

Qua phân tích hồi quy, ta có thể thấy chất lượng dịch vụ là yếu tố quan trọng để thúc đẩy sự phát triển của lòng trung thành trong sinh viên. Vì vậy lãnh đạo nhà trường cần có các giải pháp cải thiện chất lượng dịch vụ để đáp ứng yêu cầu và gia tăng lòng trung thành của sinh viên. Cụ thể nhà trường cần nâng cao chất lượng của các thành phần tạo nên chất lượng dịch vụ như chất lượng giảng dạy, hành chính, các dịch vụ hỗ trợ, cơ sở vật chất, cơ sở hạ tầng khuôn viên, ... Đặc biệt là đối với phương pháp giảng dạy, nhà trường cần có các biện pháp để khích lệ giảng viên thay đổi phương pháp dạy học có hiệu quả hơn. Đồng thời nhà trường cần cải thiện hơn về chất lượng phòng học, phòng thí nghiệm và phòng học. Chất lượng dịch vụ của trường học tăng lên sẽ giúp sinh viên có cơ sở để nói những điều tích cực về trường, tự tin giới thiệu trường cho người khác.

Trong nghiên cứu này hình ảnh trường được đánh giá là yếu tố có tác động mạnh mẽ nhất đến lòng trung thành của sinh viên. Hình ảnh trường được xem là một yếu tố quan trọng trong việc thu hút sinh viên. Một ngôi trường có hình ảnh, uy tín tốt sẽ hấp dẫn sinh viên đến học tập vì họ cho rằng uy tín và hình ảnh tốt đẹp đó sẽ giúp họ có nhiều lợi thế và cơ hội hơn trong việc tìm kiếm việc làm trong tương lai (Arambewela và Hall, 2009). Vì thế nhà trường cần có những chiến lược, chính sách quản lý, xây dựng và phát triển hình ảnh trường. Thực hiện các chương trình hành động góp phần quảng bá hình ảnh trường. Khi sinh viên có ấn tượng tốt về ngôi trường của mình có thể họ sẽ tiếp tục gắn bó với trường cả khi đã tốt nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Phạm Thị Liên, “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*, vol. 32, no. S 4, pp. 81–89, 2016.
- [2] P. Kotler and K. F. A. Fox, 1995. *Strategic marketing for educational institutions*. Prentice Hall.
- [3] A. J. Austin and S. Pervaiz, 2017. “The relation between ‘student loyalty’ and ‘student satisfaction’(a case of college/intermediate students at Forman Christian College),” *Eur. Sci. J.*, vol. 13, no. 1, pp. 100–117.
- [4] S. Thomas, 2011. “What Drives Student Loyalty in Universities: An Empirical Model from India,” *Int. Bus. Res.*, vol. 4, no. 2.
- [5] C. Grönroos, 2001. “*The perceived service quality concept—a mistake?*,” *Manag. Serv. Qual. An Int. J.*.
- [6] Ø. Helgesen and E. Nettet, 2007. “Images, satisfaction and antecedents: Drivers of student loyalty? A case study of a Norwegian university college,” *Corp. Reput. Rev.*, vol. 10, no. 1, pp. 38–59.

- [7] K. M. Elliott and M. A. Healy, 2001. “Key Factors Influencing Student Satisfaction Related to Recruitment and Retention,” *J. Mark. High. Educ.*, vol. 10, no. 4, pp. 1–11, Jun.
- [8] K. M. Elliott and D. Shin, 2002. “Student satisfaction: An alternative approach to assessing this important concept,” *J. High. Educ. Policy Manag.*, vol. 24, no. 2, pp. 197–209.
- [9] N. R. Hufton, J. G. Elliott, and L. Illushin, 2003. “Teachers’ beliefs about student motivation: Similarities and differences across cultures,” *Comp. Educ.*, vol. 39, no. 3, pp. 367–389.
- [10] Y. Hill, L. Lomas, and J. MacGregor, 2003. “Students’ perceptions of quality in higher education,” *Qual. Assur. Edc.*
- [11] Y. H. Tsai, 2008. “Modeling educational quality and student loyalty: a quantitative approach based on the theory of information cascades,” *Qual. Quant.*, vol. 42, no. 3, pp. 397–415.
- [12] N. Senthilkumar and A. Arulraj, 2011. “SQM-HEI–determination of service quality measurement of higher education in India,” *J. Model. Manag.*
- [13] M. Ali and M. Ahmed, 2018. “Determinants of Students’ Loyalty to University: A Service-Based Approach,” *SSRN Electron. J.*, no. 84352.
- [14] H. Mulyono, 2016. “Mediating Effect of Trust and Commitment on Student Loyalty,” *Bus. Entrep. Rev.*, vol. 14, no. 1, p. 57.
- [15] D. Fares, M. Achour, and O. Kachkar, 2017. “The impact of service quality , student satisfaction , and university reputation on student loyalty : A case study on international students in iium , malaysia,” *Inf. Manag. Bus. Rev.*, vol. 5, no. 12, pp. 584–590.
- [16] T. Chandra, M. Ng, S. Chandra, and Priyono, 2018. “The effect of service quality on student satisfaction and student loyalty: An empirical study,” *J. Soc. Stud. Educ. Res.*, vol. 9, no. 3, pp. 109–131.
- [17] S. Annamdevula and R. S. Bellamkonda, 2016. “The effects of service quality on student loyalty: the mediating role of student satisfaction,” *J. Model. Manag.*, vol. 11, no. 2, pp. 446–462.
- [18] D. Fares and O. Kachkar, 2013. “The impact of service quality, student satisfaction, and university reputation on student loyalty: A case study of international students in IIUM, Malaysia,” *Inf. Manag. Bus. Rev.*, vol. 5, no. 12, pp. 584–590.
- [19] F. V. de M. Bergamo, A. C. Giuliani, and L. C. do L. A. Galli, 2011. “Students’ loyalty and retention pattern for higher education institutions: a theoretical study based on the relationship marketing,” *Brazilian Bus. Rev.*, vol. 8, no. 2, pp. 42–65.
- [20] F. V. de Macedo Bergamo, A. C. Giuliani, and L. C. do L. A. Galli, 2011. “Students’ loyalty and retention pattern for higher education institutions: a theoretical study based on the relationship marketing,” *Brazilian Bus. Rev.*, vol. 8, no. 2, pp. 42–65.
- [21] F. C. Encinas Orozco and J. Cavazos Arroyo, 2017. “Students’ loyalty in higher education: the roles of affective commitment, service co-creation and engagement,” *Cuad. Adm. (Universidad del Valle)*, vol. 33, no. 57, pp. 96–110.
- [22] W. S. M. Helen, 2011. “Building relationship between education institutions and students: Student loyalty in self-financed tertiary education,” *IBIMA Bus. Rev.*
- [23] S. Annamdevula and R. S. Bellamkonda, 2016. “Effect of student perceived service quality on student satisfaction, loyalty and motivation in Indian universities: Development of HiEduQual,” *J. Model. Manag.*, vol. 11, no. 2, pp. 488–517.

ABSTRACT

Factors affecting agricultural students' loyalty: a study at Nong Lam University Ho Chi Minh City

Vo Van Viet* and Le Anh Thu

Faculty of Foreign Languages and Education, Nong Lam University, Ho Chi Minh City

This study was conducted with the objective of identifying the influence of service quality, university image on agricultural students' satisfaction and loyalty. The quantitative research approach was applied. Data were collected using questionnaires with a sample size of 313 students who majored in Veterinary Medicine, Animal Husbandry, Agronomy and Plant Protection at Nong Lam University Ho Chi Minh City. The sample has been selected by convenient method. The research results show that agricultural students' satisfactions and loyalty are affected by service quality and school image. In which, the school image has the stronger impact on student satisfaction and loyalty. From the findings, the researcher has made conclusions and some suggestions to contribute to improving student loyalty.

Keywords: loyalty, image, service quality, student satisfaction.