



Original Article

Factors Influencing University Students' Satisfaction and Intention to Value Co-Creation: A Study in Hanoi

Pham Thi Huyen*, Nguyen Thi Ngoc Anh, Luu Tran Minh Tam, Pham Ngoc Minh

National Economics University, 207 Giai Phong, Hai Ba Trung, Hanoi, Vietnam

Received 29th May 2024

Revised 05th June 2025; Accepted 13th June 2025

Abstract: This study investigates and analyzes factors influencing students' intention to participate in value co-creation, through mediation is student satisfaction during the learning process at the university. The results reveal that both institutional factors (such as the university's reputation, teaching quality, and support services) and student-related factors (such as self-efficacy, trust in instructors, and interactions among students) positively impact their satisfaction with the university. Furthermore, students' satisfaction with teaching and learning activities at the university significantly promotes their engagement in value co-creation during each school hour and throughout their academic journey. Notably, the identified institutional and student-related factors indirectly affect students' intention to engage in co-creation through student satisfaction, emphasizing the crucial role of satisfaction in the learning process. Based on these findings, the authors propose several solutions to enhance students' intention for co-creation by developing schools' activities, leveraging their individual competencies.

Keywords: Co-creation, student satisfaction, trust, interaction, teaching quality.

* Corresponding author.

E-mail address: huyenpt@neu.edu.vn

<https://doi.org/10.25073/2588-1159/vnuer.5034>

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng và ý định tham gia đồng sáng tạo của sinh viên đại học: Nghiên cứu tại Hà Nội

Phạm Thị Huyền*, Nguyễn Thị Ngọc Ánh, Lưu Trần Minh Tâm, Phạm Ngọc Minh

Đại học Kinh tế Quốc dân, 207 Giải Phóng, Hai Bà Trưng, Hà Nội, Việt Nam

Nhận ngày 29 tháng 5 năm 2024

Chỉnh sửa ngày 05 tháng 6 năm 2025; Chấp nhận đăng ngày 13 tháng 6 năm 2025

Tóm tắt: Nghiên cứu này tìm hiểu và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tham gia đồng sáng tạo giá trị của sinh viên trong quá trình học tập tại trường đại học, qua yếu tố trung gian là sự hài lòng của họ. Kết quả cho thấy các yếu tố thuộc về nhà trường (danh tiếng, chất lượng giảng dạy, các dịch vụ hỗ trợ) và các yếu tố thuộc về sinh viên (nhận thức về năng lực bản thân, niềm tin với giảng viên, sự tương tác lẫn nhau của sinh viên) có ảnh hưởng thuận chiều đến sự hài lòng của họ về nhà trường; và sự hài lòng có ý nghĩa thúc đẩy sinh viên tham gia vào quá trình đồng sáng tạo giá trị trong mỗi giờ học và trong suốt quá trình học tập tại trường. Một kết quả đáng chú ý là các yếu tố thuộc về nhà trường và thuộc về sinh viên nêu trên chỉ có tác động lên ý định tham gia đồng sáng tạo thông qua biến trung gian là sự hài lòng, chứ không có ảnh hưởng trực tiếp; điều đó khẳng định vai trò quan trọng của sự hài lòng trong quá trình học tập. Trên cơ sở kết quả đó, nhóm tác giả có đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy ý định đồng sáng tạo của sinh viên thông qua các hoạt động của nhà trường, trên nền tảng hiểu năng lực của sinh viên.

Từ khóa: đồng sáng tạo, sự hài lòng, niềm tin, tương tác, chất lượng giảng dạy.

1. Mở đầu

Trong giáo dục đại học, các hoạt động sáng tạo nhằm phát triển môi trường học tập khai phóng ngày càng trở nên quan trọng. Sinh viên không còn chỉ đến nghe để tiếp nhận kiến thức từ giảng viên mà họ đóng vai trò chủ động như người hỗ trợ, người thụ hưởng, cùng nghiên cứu [1] và tham gia thiết kế chương trình và nội dung giảng dạy [2, 3]. Sự thay đổi vai trò này đến từ thực tiễn, khi cạnh tranh trên thị trường lao động ngày càng gay gắt buộc mỗi người lao động phải khẳng định giá trị bản thân để đáp ứng yêu cầu của công việc trong cả hiện tại và tương lai [4, 5] chứ không chỉ dựa trên bằng cấp mà nhà trường cung cấp. Sinh viên trở thành đối tác của nhà trường [6], tình nguyện phối hợp để rèn luyện kỹ năng và phát triển tư duy sáng tạo, phục vụ cho sự nghiệp tương lai.

Trong môi trường giáo dục, sự tham gia của sinh viên vào hoạt động đồng sáng tạo có ý nghĩa to lớn, góp phần phát triển nhà trường, tạo nên thương hiệu, uy tín của nhà trường trên cơ sở nâng cao năng lực làm việc của người học ngay khi ra trường, nâng cao khả năng cạnh tranh, giúp nhà trường phát triển bền vững [7]. Sự tham gia này thúc đẩy sự sáng tạo vô hạn của người học. Những sáng kiến và dự án sinh viên cùng tham gia sáng tạo giá trị trong trường thường mang lại các giải pháp thực tiễn và đổi mới, giúp nhà trường cải tiến và thích nghi với những thay đổi nhanh chóng của xã hội và công nghệ. Có thể khẳng định, sự tham gia đồng sáng tạo giá trị của người học trong quá trình học tập tại trường đại học có ý nghĩa với cả người học và nhà trường. Đó là mối quan hệ hai chiều hỗ trợ lẫn nhau giữa người học với nhà trường, mối quan hệ tương hỗ, vô cùng cần thiết trong giáo dục đại học hiện nay. Trước những thay đổi về vai trò của sinh viên cũng như tính cấp thiết của việc gắn kết sinh viên với nhà trường, các hoạt động đồng sáng tạo giá trị đã ra đời nhằm đáp ứng với xu thế mới.

* Tác giả liên hệ.

Địa chỉ email: huyenpt@neu.edu.vn

<https://doi.org/10.25073/2588-1159/vnuer.5034>

Về mặt lý thuyết, “đồng sáng tạo giá trị trong hoạt động kinh doanh là quá trình người cung cấp kết hợp với khách hàng để tạo ra giá trị” [8]. Đây là các hoạt động mà các doanh nghiệp thường tổ chức nhằm tạo môi trường để khách hàng tham gia đồng sáng tạo giá trị cho sản phẩm. *Trong giáo dục đại học, đồng sáng tạo giá trị trong nhà trường là quá trình các bên tham gia quá trình giảng dạy và học tập cùng tham gia vào quá trình tạo ra giá trị, từ đó cả người học, giảng viên và nhà trường đều có thêm được giá trị.* Từ góc nhìn sinh viên, đồng sáng tạo giá trị là việc sinh viên được cùng tham gia vào quá trình tạo ra và thẩm thấu giá trị từ các hoạt động của họ trong quá trình học.

Tham gia vào hoạt động đồng sáng tạo giá trị sẽ giúp sinh viên tăng cường giá trị nội sinh của chính họ, đồng thời xây dựng môi trường giáo dục năng động, sáng tạo và chuyên nghiệp hơn, góp phần cải tiến chất lượng đào tạo và sáng tạo giá trị bền vững trong nhà trường. Qua trải nghiệm hoạt động đồng sáng tạo giá trị trong trường, sinh viên sẽ có cảm nhận chung về việc mình được lắng nghe, được tôn trọng và được hỗ trợ bởi nhà trường. Họ sẽ tham gia sâu hơn, chia sẻ nhiều hơn và học được nhiều hơn; từ đó, có nhiều giá trị hơn và sẽ hài lòng hơn với hoạt động dạy và học trong nhà trường. Đó chính là cơ sở để nâng tầm uy tín của nhà trường và từ đó thu hút được nhiều học sinh, để lựa chọn được nhiều sinh viên có chất lượng hơn. Nguyễn [9] đã khẳng định “khách hàng đến trước chính là cơ sở để thu hút khách hàng đến sau, một cơ sở giáo dục thành công được đo lường bằng số lượng sinh viên đăng ký vào cơ sở đó”. Trong bối cảnh đó, sự hài lòng của sinh viên đã học đóng vai trò quan trọng để “thu hút” những khóa sinh viên tiếp theo [10]. Vậy, câu hỏi được đặt ra là, trong bối cảnh tại Việt Nam, có các yếu tố nào ảnh hưởng tới sự hài lòng của sinh viên với nhà trường? Việc cải thiện sự hài lòng của sinh viên có thúc đẩy ý định tham gia đồng sáng tạo giá trị trong quá trình học của sinh viên khi đang học không? Làm thế nào để thúc đẩy ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo đó?

Nghiên cứu này được thực hiện với mục tiêu xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định

tham gia hoạt động đồng sáng tạo của sinh viên tại các trường đại học trên địa bàn Hà Nội thông qua sự hài lòng của họ. Nội dung tiếp theo sau đây trình bày về quá trình tổng quan để xây dựng mô hình nghiên cứu; từ đó, mô tả phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu làm căn cứ kiểm định các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu. Cuối cùng, một số kết luận và gợi ý giúp các trường đại học thúc đẩy ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị trong nhà trường.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Đồng sáng tạo giá trị trong lĩnh vực giáo dục đại học

Trong giáo dục đại học, tư duy về giá trị và đồng sáng tạo giá trị có ý nghĩa đặc biệt, đòi hỏi sự dịch chuyển từ cách tiếp cận truyền thống “hướng tới người tiêu dùng” sang “hướng tới các bên liên quan” [24]. Việc đồng sáng tạo giá trị sẽ có nhiều bên cùng tham gia (sinh viên, giảng viên, nhân viên hành chính, cán bộ, chính phủ, cộng đồng doanh nghiệp, cơ quan quản lý nhà nước và đặc biệt là gia đình người học,...) Tuy nhiên, mối quan hệ cốt lõi vẫn là giữa sinh viên và giảng viên [3].

Gần đây, những nghiên cứu về hành vi đồng sáng tạo giá trị của khách hàng là một trong những ưu tiên nghiên cứu hàng đầu trong lĩnh vực marketing và giáo dục [11]. Hơn ba thập kỷ qua, khái niệm về đào tạo lấy người học làm trung tâm [12, 13], tự định hướng và học tập tự chủ [14] và sự tham gia của người học [15-17] đóng vai trò quan trọng trong lĩnh vực giáo dục đại học. Đặc biệt, sự tham gia và gắn bó của sinh viên có thể giúp trao quyền và thúc đẩy sự hợp tác của sinh viên trong quá trình dạy và học [2, 18, 19] từ đó tạo nên sự thành công trong giáo dục đại học.

Sự tham gia đồng sáng tạo giá trị của sinh viên trong giáo dục đại học được thể hiện trong “quá trình sinh viên đóng góp thông tin phản hồi, ý kiến, thái độ và những nguồn lực khác (năng lực, trí tuệ, nhân cách, hoạt động cộng đồng,...); kết hợp với các nguồn lực tiềm tàng trong tổ chức giáo dục, nhằm tạo ra giá trị chung cho cả sinh viên và tổ chức” [20]. Tham

gia đồng sáng tạo giá trị trong quá trình học cho phép sinh viên nắm bắt cơ hội thể hiện quan điểm riêng, thể hiện năng lực và nỗ lực của bản thân trong quá trình học tập. Cùng với sự kết hợp từ nhiều nguồn lực trong tổ chức (nguồn nhân lực, cơ sở vật chất,...), sinh viên và nhà trường có thể tạo ra giá trị vượt trội hơn cho cả hai bên thay vì chỉ có một bên cố gắng thỏa mãn nhu cầu của bên kia [21]. Những yêu cầu của thị trường lao động, của toàn cầu hóa và việc thị trường hoá dịch vụ giáo dục đã buộc các trường đại học phải cạnh tranh với nhau để thu hút sinh viên hơn [22]. Bằng nỗ lực thúc đẩy sự tham gia của sinh viên vào việc đồng sáng tạo và cung cấp trải nghiệm học tập độc đáo và đáng nhớ [23]. Sự tham gia này cho phép các trường đại học điều chỉnh những dịch vụ giáo dục được cung cấp phù hợp với nhu cầu và mong muốn của người học [10]; từ đó mang lại danh tiếng, uy tín và sự phát triển bền vững cho các cơ sở đào tạo đại học trước sự biến đổi liên tục của thị trường giáo dục.

Trong bối cảnh giáo dục đại học hiện đại, sinh viên có thể tham gia vào quá trình đồng sáng tạo giá trị ở ba cấp độ: **tham gia, đề xuất, và cùng thiết kế** [2, 59]. Ở cấp độ đầu tiên – *tham gia*, sinh viên chủ yếu tiếp nhận các hoạt động giảng dạy và dịch vụ giáo dục do nhà trường cung cấp, thể hiện vai trò người học chủ động. Cấp độ tiếp theo – *đề xuất*, phản ánh việc sinh viên đưa ra các ý kiến đóng góp, phản hồi về chương trình học hoặc trải nghiệm học tập, từ đó thúc đẩy sự cải tiến và điều chỉnh phù hợp. Cao nhất là cấp độ *cùng thiết kế*, trong đó sinh viên và giảng viên trở thành đối tác thực sự, cùng nhau thiết kế, triển khai và đánh giá các hoạt động học tập, đồng thời tham gia vào các sáng kiến như cải tiến chương trình đào tạo, nghiên cứu khoa học hay đổi mới phương pháp giảng dạy [6]. Việc khuyến khích sinh viên tham gia ở cả ba cấp độ giúp nâng cao chất lượng giáo dục và xây dựng môi trường học tập hợp tác, gắn kết hơn.

2.2. Ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị

Sự tham gia của sinh viên là yếu tố đặc biệt quan trọng góp phần vào việc đồng sáng tạo giá

trị của trải nghiệm giáo dục [25]. Nó được thể hiện qua “mức độ tham gia vào chuỗi các hoạt động giáo dục có mục đích, tác động lên cả tâm lý và thể chất mà sinh viên được trải nghiệm cả trong lớp và ngoài lớp học” [26, 27]. Về mặt tâm lý học, sự tham gia này bắt nguồn từ ý định, thể hiện thông qua động cơ thực hiện hành vi, được đo lường với chiều hướng (thúc đẩy hay cản trở) và cường độ (mức độ sẵn sàng dành bao nhiêu thời gian và công sức để thực hiện hành vi) trước khi một người đưa ra quyết định thực hiện hành vi [28]. Ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị của sinh viên được hiểu là *động cơ được tạo ra trong quá trình sinh viên cân nhắc giữa việc nên tham gia hay không hoặc nỗ lực họ muốn bỏ ra là bao nhiêu để tham gia vào các hoạt động đồng sáng tạo giá trị tại nhà trường*.

2.3. Sự hài lòng của sinh viên

Các nghiên cứu về chủ đề đồng sáng tạo trong giáo dục đại học luôn xem sự hài lòng của sinh viên là yếu tố quan trọng giúp sinh viên trở nên hứng thú và muốn gắn bó với các cơ sở giáo dục hơn, góp phần thúc đẩy hành vi tham gia vào các hoạt động sáng tạo của sinh viên. *Sự hài lòng của sinh viên được định nghĩa là “thái độ ngăn hạn từ việc sinh viên đánh giá về trải nghiệm học tập của mình”* [29]. Elsharnouby [10] khẳng định, sinh viên sẽ cảm thấy hài lòng nếu nhu cầu và mong muốn của bản thân khi đến trường được đáp ứng. Hoạt động đồng sáng tạo sẽ trở nên một phần không thể thiếu trong cuộc sống của sinh viên, tạo nên gắn bó của họ với nhà trường, thúc đẩy ý định muốn cống hiến chất xám và thời gian để phát triển nhà trường. Điều đó có nghĩa là, sinh viên càng hài lòng với nhà trường, càng có khả năng tham gia vào các hoạt động đồng sáng tạo [10]. Mavondo và cộng sự [30] cho rằng, thông qua giao tiếp truyền miệng, những sinh viên hài lòng với nhà trường thường khuyến khích tân sinh viên đến trường để tham gia vào các khóa học và các hoạt động sáng tạo tại trường đại học. Wilkins và Balakrishnan [31] khẳng định, các trường đại học có thể thúc đẩy sự hợp tác của những sinh viên hài lòng ngay cả trong và sau khi họ đã ra trường bởi lòng biết ơn và tình

yêu với nhà trường được xây dựng trước đó. Đồng thời, sự hài lòng của sinh viên còn khuyến khích việc tự nguyện trở thành nhà tài trợ tiềm năng với tư cách là cựu sinh viên trong tương lai [32], đóng góp giúp nhà trường phát triển bền vững.

Để đo lường sự hài lòng của sinh viên, nhiều trường đại học sử dụng đánh giá của sinh viên về chất lượng dịch vụ đại học bởi vì chất lượng dịch vụ tốt dẫn đến sự hài lòng [30, 33]. Để gia tăng sự tích cực tham gia vào các hoạt động đồng sáng tạo giá trị trong tương lai của sinh viên, nhà trường cần hiểu những gì mà sinh viên đang muốn, tạo sân chơi và môi trường tốt giúp làm tăng trải nghiệm của sinh viên. Khi sinh viên cảm thấy nỗ lực mình bỏ ra là xứng đáng, từ đó họ sẽ chủ động, tích cực tham gia hợp tác cùng nhà trường [27].

2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị thông qua sự hài lòng của sinh viên

Ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị được chứng minh là chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố khác nhau, gồm cả các yếu tố thuộc về nhà trường và các yếu tố thuộc về sinh viên [10, 34]. Trong đó, các yếu tố thuộc về nhà trường, bao gồm danh tiếng nhà trường, chất lượng giảng dạy, sự hỗ trợ từ hệ thống hành chính trong nhà trường, sự hỗ trợ của hạ tầng công nghệ thông tin; và các yếu tố thuộc về sinh viên bao gồm sự nhận thức về năng lực bản thân, niềm tin với giảng viên và sự tương tác lẫn nhau của sinh viên.

Các yếu tố thuộc về nhà trường

Danh tiếng được coi là góc nhìn của các bên liên quan về hình ảnh của trường đại học [35]. Nghiên cứu này xem xét cảm nhận từ phía sinh viên về hình ảnh về nhà trường. Turner [36] cho rằng, từ góc nhìn sinh viên, danh tiếng nhà trường có thể được đo lường thông qua ba yếu tố: truyền thống lịch sử của nhà trường, môi trường học tập, tính thực tiễn của kiến thức và kỹ năng được đào tạo. Các nghiên cứu [33, 37, 38] đã khẳng định rằng danh tiếng nhà trường có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên.

Chất lượng giảng dạy được thể hiện qua kiến thức và kỹ năng được đào tạo trong

trường, trong đó, nhà trường phải có khả năng cung cấp những chỉ dẫn kết hợp với các mục tiêu và phương thức giảng dạy hiệu quả giúp các sinh viên đạt được mục tiêu học tập của riêng mình [39, 40]. Chất lượng giảng dạy được thực hiện qua việc trang bị cho sinh viên hệ thống kiến thức, các kỹ năng chuyên môn và kỹ năng giao tiếp đáp ứng nhu cầu học tập của sinh viên, được Hightower và cộng sự [41] khẳng định là có tác động tích cực hướng đến sự hài lòng. Kết quả trên tương tự với kết quả nghiên cứu của Elsharnouby [10], Monavvarifard và cộng sự [34].

Nghiên cứu của Dollinger và cộng sự [42] nêu bật tầm quan trọng của các yếu tố môi trường của nhà trường tới việc thúc đẩy các hoạt động đồng sáng tạo. Hoạt động của hệ thống hành chính, các phòng ban trong nhà trường là một khía cạnh khác không thể thiếu của quá trình dạy và học trong trường đại học, có ảnh hưởng tới cảm nhận của người học về nhà trường [43]. Hoạt động của hệ thống này giúp cho sinh viên cảm nhận được sự hỗ trợ trong quá trình học tập tại trường, giúp họ thực hiện các thủ tục hành chính, tạo thông tin thông suốt giữa sinh viên và nhà trường,... Kết quả nghiên cứu của Hasan và cộng sự [33], Monavvarifard và cộng sự [34], và Elsharnouby [10] đã chứng minh rằng tồn tại mối quan hệ thuận chiều giữa sự hỗ trợ từ hệ thống hành chính của nhà trường và sự hài lòng của sinh viên.

Monavvarifard và cộng sự [34, Parahoo và cộng sự [32]), Mai [45], Mavondo và cộng sự [30] thực hiện các nghiên cứu về giáo dục đã chỉ ra rằng hạ tầng công nghệ thông tin, hỗ trợ cho quá trình giao tiếp, học tập của sinh viên sẽ có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của sinh viên. Còn Liu và cộng sự [46], việc tích hợp công nghệ thông tin vào giáo dục là một hệ thống phức tạp, làm cho việc học tập của sinh viên trở nên bị ảnh hưởng bởi nhân viên kỹ thuật; đồng thời bị ảnh hưởng bởi phần cứng máy tính và tài nguyên phần mềm trên Internet.

Các yếu tố thuộc về sinh viên

Không phải tất cả sinh viên trong cùng một trường đại học, thụ hưởng cùng một hệ thống hành chính, với cùng một hạ tầng công nghệ thông tin, với cùng hệ thống giảng viên,... có

cùng một mức độ hài lòng với hoạt động của nhà trường và cùng tham gia tích cực vào hoạt động đồng sáng tạo, mà mức độ tham gia vào hoạt động đồng sáng tạo này còn chịu ảnh hưởng bởi chính bản thân mỗi người. Các yếu tố thuộc về sinh viên, ảnh hưởng tới khả năng tham gia vào hoạt động đồng sáng tạo có thể kể đến như sự nhận thức về năng lực bản thân, niềm tin với giảng viên và sự tương tác lẫn nhau của sinh viên.

Bandura [47] định nghĩa “sự nhận thức về năng lực bản thân” (self- efficacy) là những đánh giá cá nhân về khả năng của bản thân trong tổ chức và thực hiện các công việc; sinh viên tự đánh giá khả năng của họ khi thực hiện nhiệm vụ có yêu cầu nhất định [48]. Theo Luszczyńska và cộng sự [49], những người thể hiện mức độ tự tin vào năng lực bản thân cao sẽ lựa chọn thực hiện những nhiệm vụ khó khăn hơn và thể hiện khả năng của họ trong việc khám phá và khai thác những thách thức đối với môi trường xung quanh. Những người này sẽ tự đặt ra các mục tiêu mới và ứng phó tốt hơn với mọi loại nhu cầu. DeWitz và cộng sự [50] khẳng định, sự nhận thức về năng lực bản thân có mối quan hệ thuận chiều tới ý định tham gia đồng sáng tạo của sinh viên.

Niềm tin của sinh viên với giảng viên là một trong những yếu tố quan trọng, đặc biệt là sinh viên năm nhất, tới việc khơi dậy tinh thần học tập và thu hút họ tham gia vào hoạt động của nhà trường. Giảng viên được coi như người hướng dẫn và thay mặt cho nhà trường tiếp xúc trực tiếp với sinh viên [51]. Sinh viên được coi như khách hàng nội bộ của trường đại học; họ tìm đến nhà trường thông qua giảng viên, với mong muốn được giúp đỡ hoàn thiện bản thân và phát triển trí tuệ [30]. Lợi ích mà sinh viên tìm kiếm từ giảng viên là những “trải nghiệm học tập đáng giá” giúp họ đạt được các kỹ năng và kiến thức để áp dụng vào sự nghiệp trong tương lai [52]. Niềm tin của sinh viên đối với giảng viên chính là thước đo niềm tin của sinh viên đối với nhà trường. Nếu như sự tin tưởng về giảng viên được khẳng định, họ sẽ hài lòng và tự nguyện tham gia vào lớp học [53]. Sự tự nguyện này chính là một trong những yếu tố

thúc đẩy ý định tham gia vào hoạt động đồng sáng tạo trong tương lai.

Trong quá trình học tập người học không chỉ tương tác với giảng viên và cán bộ mà việc học tập giúp hình thành được mạng lưới các mối quan hệ giữa các sinh viên, giúp thực được các mục tiêu giáo dục kỹ năng và học tập lẫn nhau [54], thông qua các hoạt động tương tác học tập [55]. Mạng lưới xã hội này được xây dựng thông qua sự tham gia vào các hoạt động học tập hay phối hợp ngoài giờ học trong môi trường giáo dục, tiếp thu những quan điểm, kiến thức và kỹ năng từ người cùng tham gia để tích lũy kiến thức và kỹ năng cho mình [56]. Tương tác giữa các sinh viên với nhau thực hiện thông qua các cơ hội tham gia và trải nghiệm giao lưu với bạn bè đồng trang lứa, chia sẻ cho các sinh viên khác về quan điểm, về đời sống xã hội trong khuôn viên trường, đã được Gibson [37] và Schee [51] chứng minh là những yếu tố có ảnh hưởng tích cực tới sự hài lòng của họ với nhà trường.

Những kết luận kể trên được thực nghiệm trong các bối cảnh nghiên cứu khác nhau. Liệu rằng, tại Việt Nam hiện nay, trong bối cảnh toàn cầu hoá, của CMCN4.0 và của xu hướng thay đổi nhanh chóng của thị trường giáo dục toàn cầu, các yếu tố kể trên có thực sự ảnh hưởng tới sự hài lòng và ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo của sinh viên tại các trường đại học hay không? Nhóm tác giả đã đề xuất các giả thuyết sau đây để kiểm định trong điều kiện Việt Nam:

Giả thuyết H1: sự hài lòng của sinh viên có ảnh hưởng thuận chiều với Ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị trong nhà trường.

Giả thuyết H2: danh tiếng nhà trường có ảnh hưởng thuận chiều với Sự hài lòng của sinh viên.

Giả thuyết H3: chất lượng giảng dạy có ảnh hưởng thuận chiều với Sự hài lòng của sinh viên.

Giả thuyết H4: hạ tầng công nghệ thông tin có ảnh hưởng thuận chiều với Sự hài lòng của sinh viên.

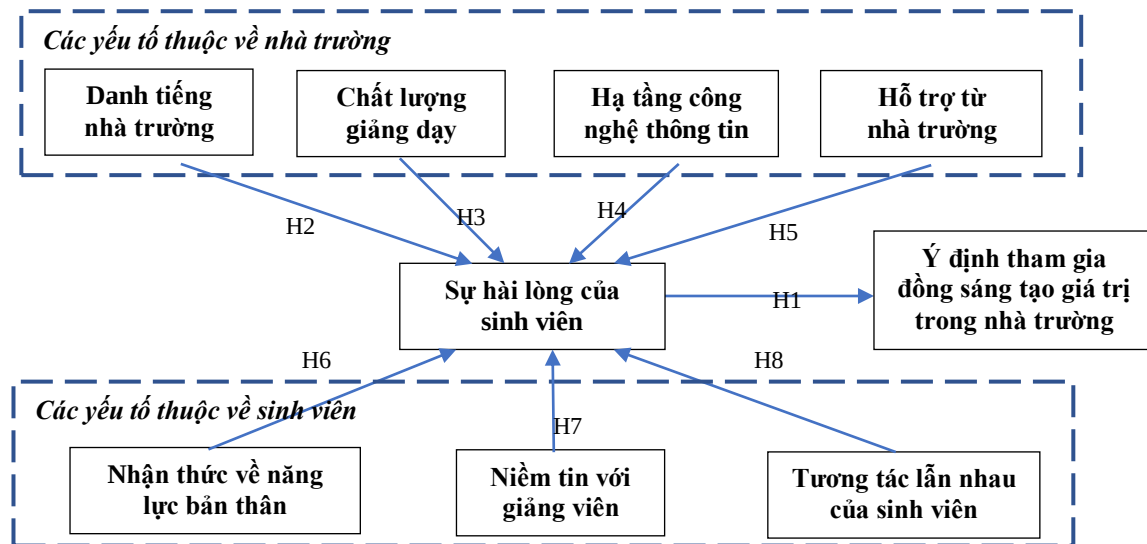
Giả thuyết H5: hỗ trợ từ nhà trường có ảnh hưởng thuận chiều với Sự hài lòng của sinh viên.

Giả thuyết H6: nhận thức về năng lực bản thân có ảnh hưởng thuận chiều với Sự hài lòng của sinh viên.

Giả thuyết H7: niềm tin với giảng viên có ảnh hưởng thuận chiều với Sự hài lòng của sinh viên.

Giả thuyết H8: tương tác lẫn nhau của sinh viên có ảnh hưởng thuận chiều với Sự hài lòng của sinh viên.

Tập hợp các giả thuyết trên được tổng hợp thành mô hình nghiên cứu sau đây:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất.

Nguồn: Nhóm tác giả (2024)

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết này được thực hiện với nhiều phương pháp nghiên cứu khác nhau. Đầu tiên, phương pháp nghiên cứu tại bàn được sử dụng để xây dựng mô hình nghiên cứu và xác định khách thể nghiên cứu. Trên cơ sở đó, nghiên cứu định tính kết hợp với kỹ thuật phỏng vấn sâu được thực hiện với các khách thể tham gia nghiên cứu nhằm xác định sự phù hợp của các biến số cần bổ sung hoặc điều chỉnh ở mô hình nghiên cứu, phù hợp với bối cảnh giáo dục tại Việt Nam. Cuối cùng nghiên cứu định lượng được thực hiện với bảng hỏi anket để thu thập dữ liệu sơ cấp trên nền tảng trực tuyến Google Forms. Khảo sát được thực hiện công khai, tiếp cận đến nhóm đối tượng thông qua hình thức phát bảng hỏi trực tuyến đưa trên diễn đàn của các trường đại học trên phạm vi cả nước.

Khảo sát được thực hiện Từ 02/2024 đến 03/2024 và nhận được 219 phiếu trả lời. Sau khi sàng lọc bằng cách bỏ đi những phiếu chưa

hoàn thiện đầy đủ hoặc người làm phiếu có xu hướng không hợp tác khi các câu trả lời của họ không giống nhau ở các câu hỏi mang tính đồng nghĩa với nhau, cuối cùng 200 phiếu có giá trị được đưa vào phân tích. Người trả lời khảo sát phân bố tại nhiều trường đại học (công lập hoặc tư thục), với quy mô đào tạo (từ 5 ngàn tới 35 ngàn sinh viên), ngành nghề đào tạo (kinh tế, kỹ thuật, sư phạm, sức khỏe) và khu vực địa lý khác nhau (Bắc, Trung, Nam), với kết quả học tập loại khác nhau (trung bình, khá, giỏi, xuất sắc), với các loại giới tính (nam, nữ và khác) và đến từ các tỉnh thành khác nhau (Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, Huế, Thành phố Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai), thể hiện sự đa dạng của cơ cấu mẫu nghiên cứu và phản ánh thực trạng tổng thể nghiên cứu là tệp sinh viên tại các trường đại học ở Việt Nam hiện nay.

Dữ liệu đã thu thập được làm sạch, sắp xếp và phân tích dữ liệu thông qua phân tích thống

kê mô tả đánh giá độ tin cậy của thang đo với kiểm định Cronbach’s Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, mô hình cấu trúc PLS-SEM bằng phần mềm SPSS và Smart PLS.

4. Kết quả và thảo luận

4.1. Độ tin cậy của các chỉ báo đo lường biến số

Hệ số Cronbach’s Alpha được sử dụng để đánh giá độ tin cậy của các chỉ báo đo lường. Theo Hair và cộng sự [57], Cronbach’s Alpha từ 0,6 trở lên là chấp nhận được. Kết quả cụ thể như Bảng 1. Đã không có chỉ báo nào bị loại trong nghiên cứu này.

4.2. Độ hội tụ và độ phân biệt của các chỉ báo đo lường biến số

Phân tích nhân tố khám phá EFA được thực hiện đối với các biến độc lập, biến trung gian và biến phụ thuộc để đo lường mức độ hội tụ của các chỉ báo đo lường cũng như loại bỏ đi những chỉ báo giúp cải thiện kết quả nghiên cứu. Kiểm tra KMO và Bartlett trong EFA cho nhóm biến độc lập cho thấy hệ số KMO = 0,831 (> 0,5) và Sig. của kiểm định Bartlett là 0,000 < 0,050 cho biết việc áp dụng kỹ thuật phân tích nhân tố trong nhóm này là hoàn toàn phù hợp với bộ dữ liệu đã thu thập được. Dựa theo kết quả tổng phương sai giải thích được - Total Variance Explained, có 7 nhân tố đạt giá trị eigenvalues > 1, cho thấy 31 chỉ báo đo lường được rút về 7 nhóm nhân tố chính như thể hiện trong Bảng 2.

Bảng 1. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo lường của các biến số

Nhân tố	Hệ số Cronbach’s Alpha	Hệ số tương quan biến tổng	Số chỉ báo bị loại
Danh tiếng nhà trường (DT)	0,827	0,627 - 0,718	0/3
Chất lượng giảng dạy (CLGD)	0,888	0,625 - 0,791	0/7
Hỗ trợ từ nhà trường (BQL)	0,883	0,688 - 0,740	0/5
Hạ tầng công nghệ thông tin (IT)	0,813	0,591 - 0,656	0/5
Tương tác lẫn nhau của sinh viên (TTXH)	0,831	0,602 - 0,710	0/4
Niềm tin với giảng viên (GV)	0,820	0,564 - 0,721	0/4
Nhận thức về năng lực bản thân (SV)	0,898	0,706 - 0,837	0/5
Sự hài lòng của sinh viên (SS)	0,898	0,705 - 0,827	0/4
Ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị trong nhà trường (CC)	0,867	0,711 - 0,786	0/4

Nguồn: tổng hợp kết quả của nhóm nghiên cứu (2024).

Bảng 2. Kết quả tổng phương sai giải thích được

Tổng phương sai giải thích được						
Các biến số	Hệ số Eigenvalues ban đầu			Tổng hệ số trích xuất		
	Tổng số	Tỷ lệ biến thiên	Giá trị cộng dồn	Tổng số	Tỷ lệ biến thiên	Giá trị cộng dồn
1	19,139	23,628	23,628	18,789	23,197	23,197
2	10,452	12,904	36,533	10,118	12,492	35,689
3	5,116	6,316	42,848	4,811	5,940	41,628
4	4,518	5,578	48,426	4,173	5,151	46,780
5	3,781	4,668	53,094	3,425	4,228	51,008
6	2,679	3,308	56,402	2,378	2,936	53,943
7	2,603	3,214	59,616	2,262	2,793	56,736

Nguồn: nhóm tác giả tính toán từ dữ liệu khảo sát (2024).

Ngoài ra, kết quả Pattern Matrix cũng chỉ ra các biến độc lập chỉ trích được một nhân tố, chứng tỏ thang đo đảm bảo được tính đơn hướng, các biến quan sát của những biến này hội tụ khá tốt. Hệ số tải nhân tố của toàn bộ chỉ báo đều lớn hơn 0,5 cho thấy chúng có ý nghĩa thống kê tốt.

Đối với biến trung gian “Sự hài lòng của sinh viên” và biến phụ thuộc “Ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị trong nhà trường”, kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho thấy mỗi biến đều hội tụ về 1 nhóm nhân tố như dự đoán - 1 nhóm nhân tố của biến trung gian và 1 nhóm nhân tố của biến phụ thuộc.

Nhóm tác giả cũng đã thực hiện đánh giá giá trị phân biệt thông qua xem xét hệ số tải chéo của các biến quan sát. Kết quả cho thấy, nhân tố của biến đo lường lớn hơn tất cả hệ số tải chéo của khái niệm nghiên cứu khác, căn bậc hai của phương sai trích AVE lớn hơn tất cả giá trị tuyệt đối của hệ số tương quan giữa nó với các nhân tố khác nên có thể khẳng định, thang đo của các nhóm biến số không chỉ đảm bảo yêu cầu về tính hội tụ mà còn đáp ứng yêu cầu về tính phân biệt. Thêm nữa, khi tiến hành

phân tích chỉ số tương quan Heterotrait-Monotrait với kết quả, tất cả các hệ số đều nhỏ hơn 0,9. Mỗi một khái niệm nghiên cứu trong mô hình là duy nhất và phản ánh hiện tượng khác biệt so với các khái niệm nghiên cứu khác trong mô hình.

Dữ liệu thu thập được cũng được kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến (Multicollinearity). Kết quả cho thấy giá trị VIF nhỏ nhất là 1,000, giá trị VIF lớn nhất là 1,852, tất cả hệ số VIF đều thỏa mãn (<2), chứng tỏ rằng mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến. Có thể khẳng định, các kết quả phân tích mô hình được thực hiện bởi các dữ liệu trong nghiên cứu có tính khoa học và độ tin cậy cao.

4.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị thông qua sự hài lòng của sinh viên

Bảng 3 thể hiện kết quả chạy PLS-SEM nhằm kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Có thể thấy, tất cả giá trị P đều nhỏ hơn 0,05 và hệ số hồi quy mẫu cùng dương. Do đó, tất cả các giả thuyết từ **H1 đến H8** đều được chấp nhận.

Bảng 3. Kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hồi quy mẫu (O)	Giá trị P	Kết quả
H1	<i>Sự hài lòng của sinh viên có ảnh hưởng thuận chiều với Ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị trong nhà trường</i>	0,378	0,000	Chấp nhận
H2	<i>Danh tiếng nhà trường có ảnh hưởng thuận chiều với Sự hài lòng của sinh viên</i>	0,230	0,000	Chấp nhận
H3	<i>Chất lượng giảng dạy có ảnh hưởng thuận chiều với Sự hài lòng của sinh viên</i>	0,216	0,000	Chấp nhận
H4	<i>Hạ tầng công nghệ thông tin có ảnh hưởng thuận chiều với Sự hài lòng của sinh viên</i>	0,198	0,000	Chấp nhận
H5	<i>Hỗ trợ từ nhà trường có ảnh hưởng thuận chiều với Sự hài lòng của sinh viên</i>	0,197	0,002	Chấp nhận
H6	<i>Nhận thức về năng lực bản thân có ảnh hưởng thuận chiều với Sự hài lòng của sinh viên</i>	0,162	0,011	Chấp nhận

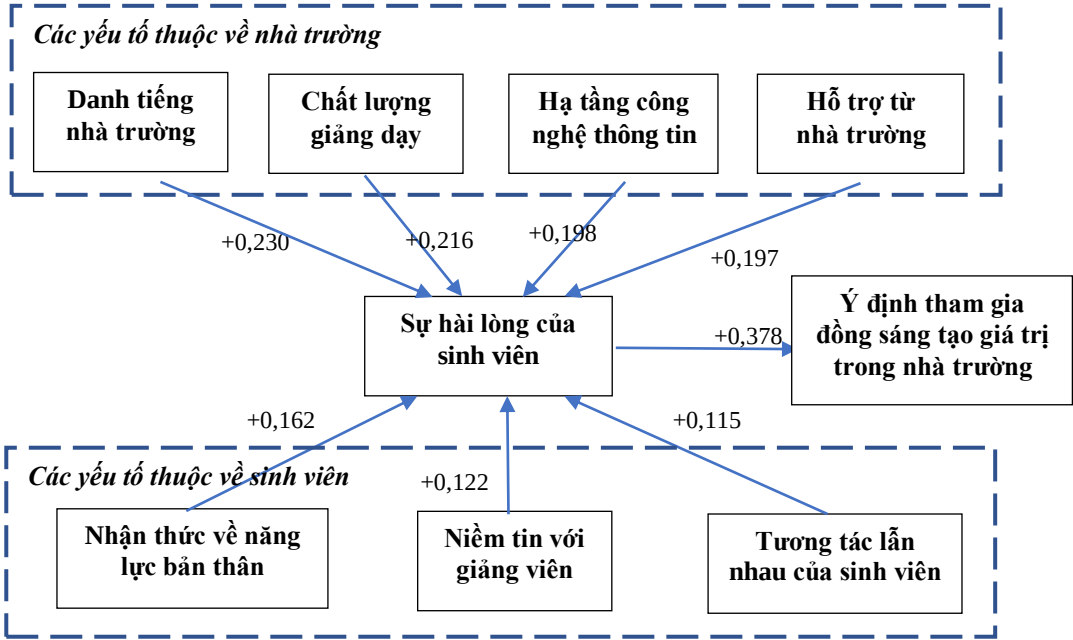
Giả thuyết	Mối quan hệ	Hồi quy mẫu (O)	Giá trị P	Kết quả
H7	Niềm tin với giảng viên có ảnh hưởng thuận chiều với Sự hài lòng của sinh viên	0,122	0,011	Chấp nhận
H8	Tương tác giữa các sinh viên có ảnh hưởng thuận chiều với Sự hài lòng của sinh viên	0,115	0,038	Chấp nhận
Mức độ giải thích của các yếu tố ảnh hưởng tới sự hài lòng có tác động trực tiếp tới ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị trong nhà trường		R ²	R ² hiệu chỉnh	
		0,143	0,138	

Nguồn: nhóm tác giả tính toán từ dữ liệu khảo sát (2024).

Hệ số R bình phương chưa hiệu chỉnh đạt 0,143 cho biết, các biến độc lập là các yếu tố thuộc về nhà trường và các yếu tố thuộc về sinh viên, nếu không xem xét ảnh hưởng trung gian của Sự hài lòng, chỉ giải thích được 14,3% sự biến thiên của biến phụ thuộc CC (Ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị trong nhà trường); trong khi tác động của biến trung gian SS (Sự hài lòng của sinh viên) tới biến phụ thuộc CC lại đạt tới 0,378, có nghĩa là có thể giải thích được 37,8% sự biến thiên của (Ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị trong nhà trường). Kết quả đó cho thấy, việc tham gia

đồng sáng tạo của sinh viên vào các hoạt động trong nhà trường có ảnh hưởng bởi mức độ hài lòng của họ. Chính vì thế, để tăng cường ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị của người học trong nhà trường, trước tiên, cần đảm bảo sự hài lòng của người học. Mô hình nghiên cứu được khẳng định là phù hợp và vai trò của “sự hài lòng” là vô cùng quan trọng trong việc thúc đẩy sinh viên tham gia vào quá trình đồng sáng tạo trong nhà trường

Có thể mô hình hoá kết quả nghiên cứu qua mô hình phát triển cấu trúc PLS-SEM ở Hình 2.



Hình 2. Kết quả phân tích mô hình phương trình cấu trúc SEM.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, các yếu tố: danh tiếng nhà trường, Chất lượng giảng dạy, Sự hỗ trợ từ nhà trường, Hạ tầng công nghệ thông tin, Tương tác lẫn nhau của sinh viên, Niềm tin với giảng viên, Nhận thức về năng lực bản thân giải thích được 44,3% Sự hài lòng của sinh viên.

5. Kết luận và khuyến nghị

Kết quả nghiên cứu cho thấy, sự hài lòng của sinh viên về trường có mối quan hệ thuận chiều với ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị của họ. Những sinh viên hài lòng thường có xu hướng suy nghĩ tích cực, ủng hộ và hỗ trợ nhà trường. Họ muốn tham gia vào quá trình đồng sáng tạo để góp phần cống hiến cho nhà trường một giá trị nào đó. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Mavondo và cộng sự [30].

Kết quả nghiên cứu cũng khẳng định những yếu tố thuộc về nhà trường ảnh hưởng tích cực tới sự hài lòng của sinh viên và có ý nghĩa thúc đẩy ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị với mức độ ảnh hưởng lần lượt là: Danh tiếng nhà trường ($O = 0,230$), Chất lượng giảng dạy ($O = 0,216$), Hạ tầng công nghệ thông tin ($O = 0,198$), Sự hỗ trợ từ nhà trường ($O = 0,197$).

Nghiên cứu cũng cho thấy các yếu tố thuộc về sinh viên có ảnh hưởng tích cực tới sự hài lòng của sinh viên và có ý nghĩa thúc đẩy ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị, với mức độ ảnh hưởng lần lượt là Nhận thức về năng lực bản thân ($O = 0,162$), Niềm tin với giảng viên ($O = 0,122$) và Tương tác lẫn nhau của sinh viên ($O = 0,115$). Đây là kết quả được ủng hộ bởi nghiên cứu của DeWitz và cộng sự [50] và Hortigüela Alcalá và cộng sự [58].

Như vậy, có thể thấy, các yếu tố thuộc về nhà trường có ảnh hưởng tới sự hài lòng của sinh viên mạnh hơn so với các yếu tố thuộc về sinh viên. Điều này có thể được giải thích rằng mục đích chính của sinh viên đến trường là để thu nhận kiến thức, bản thân họ cần những người hướng dẫn để bản thân trở nên tốt hơn, sẵn sàng dẫn thân trong tương lai. Chính vì vậy, các cơ sở giáo dục đại học cần tạo ra những

dịch vụ chính có tính vượt trội (chất lượng giảng dạy, các dịch vụ hỗ trợ) nhằm đáp ứng nhu cầu chính đáng đó, để làm tăng sự hài lòng. Trong đó, danh tiếng nhà trường dù là yếu tố có được theo năm tháng từ những trải nghiệm về chất lượng những dịch vụ, song đó lại là yếu tố có tác động mạnh nhất đến sự hài lòng của sinh viên. Có danh tiếng tức là có chất lượng dịch vụ tốt. Danh tiếng càng tốt, càng được nhiều người biết đến, sinh viên càng có quyền tự hào về ngôi trường mình học. Đồng thời, sinh viên cũng có cảm giác bản thân được ngưỡng mộ và họ trở nên yêu quý và hài lòng về nhà trường. Trải nghiệm sự ngưỡng mộ, yêu thích từ người khác - nhu cầu không phải ai cũng được thỏa mãn. Đây có thể coi là động lực thúc đẩy khiến sinh viên càng trở nên gắn bó và sẵn sàng cống hiến cho công cuộc phát triển mỗi nhà trường tập tại nhà trường, thúc đẩy ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị.

Các yếu tố thuộc về sinh viên cũng có ảnh hưởng thuận chiều tới sự hài lòng và thúc đẩy ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo của họ. Lý do là bản thân sinh viên có nhu cầu được kết nối với tri thức và con người trong trường, góp phần giúp cho việc học tập trở nên dễ dàng hơn, làm cho nhu cầu tiếp nhận kiến thức được đáp ứng đầy đủ hơn, sinh viên trở nên hài lòng hơn và càng muốn gắn bó với nhà trường hơn.

Có thể khẳng định, kết quả nghiên cứu cung cấp thêm kiến thức để có thể cải thiện sự hài lòng của sinh viên, thúc đẩy ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị tại các cơ sở giáo dục; đồng thời làm nổi bật được vai trò quan trọng của sự hài lòng và các yếu tố cốt lõi có ảnh hưởng đến sự hài lòng, có ý nghĩa thúc đẩy ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo, qua đó giúp các trường đại học có hướng đi tốt hơn và phát triển bền vững trong tương lai.

Để tăng cường ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo của sinh viên, các trường nhất định cần cải thiện sự hài lòng của họ thông qua việc đảm bảo danh tiếng của nhà trường, nâng cao chất lượng giảng dạy, đảm bảo chất lượng giảng viên từ chuyên môn tới kỹ năng sư phạm để tạo niềm tin của người học, duy trì và xây dựng hạ tầng công nghệ thông tin thân thiện, hỗ

trợ và có văn hoá hỗ trợ, phục vụ quá trình giảng dạy và học tập của các phòng ban và bộ phận quản lý trong trường. Đồng thời, thúc đẩy và hỗ trợ sinh viên tự tin vào năng lực bản thân, tăng cường sự tương tác giữa các sinh viên nhằm đạt được sự hài lòng tốt nhất và thúc đẩy các hoạt động tham gia đồng sáng tạo của sinh viên, những người trẻ đầy tinh thần sáng tạo nếu được thả lỏng sẽ thổi bùng nhiệt tình đóng góp giá trị nhiều hơn.

Tất nhiên, kết quả nghiên cứu trên có một số hạn chế. Thứ nhất, nghiên cứu mới chỉ tập trung vào một số yếu tố, trong khi có thể còn nhiều yếu tố khác có thể ảnh hưởng đến ý định tham gia hoạt động đồng sáng tạo giá trị của sinh viên và đó là lý do mà mô hình nghiên cứu chỉ có hệ số R² hiệu chỉnh cho H1 là 0,378. Cũng có thể do nhóm tác giả còn chưa tập hợp đủ các thang đo cho “ý định tham gia đồng sáng tạo giá trị của sinh viên” trong bối cảnh của Việt Nam.

Thứ hai, nghiên cứu mới chỉ nghiên cứu ý định đồng sáng tạo của sinh viên, chưa đánh giá được thực trạng hoạt động đồng sáng tạo của họ. Các nghiên cứu trong tương lai có thể tìm hiểu, phát hiện thêm những yếu tố mới nhằm đóng góp thêm vào cơ sở lý thuyết liên quan đến đề tài này và có thể tính đến kết quả đồng sáng tạo của họ trong quá trình học tập tại trường, thậm chí cả các hoạt động đồng sáng tạo sau khi tốt nghiệp.

Tài liệu tham khảo

- [1] L. Bell, M. Neary, H. Stevenson (Eds), *The Future of Higher Education: Policy, Pedagogy and the Student Experience*, A&C Black, London, Vol. 34, 2009, pp. 845-846.
- [2] C. Bovill, C. Bulley, K. Morss, *Engaging and Empowering First-year Students through Curriculum Design: Perspectives from the Literature*, *Teaching in Higher Education*, Vol. 16, No. 2, 2011, pp. 97-209.
- [3] M. D. Mendez, E. Gummesson, *Value Co-creation and University Teaching Quality*, *Journal of Service Management*, Vol. 23, No. 4, 2012, pp. 571-592.
- [4] M. Tomlinson, *The Degree is not Enough: Students' Perceptions of the Role of Higher Education Credentials for Graduate Work and Employability*, *British Journal of Sociology of Education*, Vol. 29, No. 1, 2012, pp. 49-61.
- [5] P. Vickers, B. Bekhradnia, *Vocational a Levels and University Entry: Is There Parity of Esteem?* in Oxford: Higher Education Policy Institute, 2012.
- [6] C. Bovill, P. Felten, *Cultivating Student-staff Partnerships Through Research and Practice*, *The International Journal for Academic Development*, Vol. 21, No. 1, 2016, pp. 1-3.
- [7] P. Foroudi, Q. Yu, S. Gupta, M. Foroudi, *Enhancing University Brand Image and Reputation Through Customer Value Co-creation Behaviour*, *Technological Forecasting and Social Change*, Vol. 138, 2019, pp. 218-227.
- [8] C. Prahalad, V. Ramaswamy, *Co-creating Unique Value with Customers*, *Strategy & Leadership*, Vol. 32, No. 3, 2004, pp. 4-9.
- [9] N. T. M. Phuong, *Competitiveness of Public Higher Education Institutions in the Context of Autonomy in Vietnam: A Qualitative Study*, *Education Journal*, Vol. 22, No. 19, 2022, pp. 36-40.
- [10] T. H. Elsharnouby, *Student Co-creation Behavior in Higher Education: The Role of Satisfaction with the University Experience*, *Journal of Marketing for Higher Education*, Vol. 25, No. 2, 2015, pp. 238-262.
- [11] Marketing Institution, <http://www.msi.org/articles/research-grants-target-cxgetting-marketing-right-in-real-time/>, 2016 (Assessed on: September 21st, 2016).
- [12] R. Cervero, A. Wilson, *At the Heart of Practice: the Struggle for Knowledge and Power*, In R. Cervero, A. Wilson (Eds.), *Power in Practice: Adult Education and the Struggle for Knowledge and Power in Society*, JosseyBass, USA, 2001, pp. 1-20.
- [13] N. Entwistle, *The Impact of Teaching and Learning Outcomes in Higher Education: A Literature Review*, Committee of Vice-Chancellors and Principals of the Universities of the United Kingdom, Universities' Staff Development Unit, 1992, pp. 49-59.
- [14] S. B. Merriam, R. S. Caffarella, R. S., *Learning in Adulthood: A Comprehensive Guide*, Jossey-Bass, 1991.
- [15] A. Astin, *Student Involvement: A Developmental Theory for Higher Education*, *Journal of College Student Development*, Vol. 40, No. 5, 1984, pp. 518-529.
- [16] G. D. Kuh, H. S. John, J. W. Elizabeth, K., *Student Success in College: Creating Conditions that Matter*, Jossey-Bass, 2010.

- [17] G. D. Kuh, J. Kinzie, J. H. Schuh, E. J. Whitt, Assessing Conditions to Enhance Educational Effectiveness: The Inventory for Student Engagement and Success, Jossey-Bass, 2005.
- [18] M. M. Baxter, Creating Contexts for Learning and Self-authorship: Constructive Developmental Pedagogy, Vanderbilt University Press, 1999.
- [19] C. Johansson, P. Felten, Transforming Students: Fulfilling the Promise of Higher Education, Johns Hopkins University Press, 2014.
- [20] M. Dollinger, J. Lodge, H. Coates, Co-creation in Higher Education: Towards a Conceptual Model, Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 28, No. 2, 2018, pp. 210-231.
- [21] P. Frow, S. Nenonen, A. Payne, K. Storbacka, Managing Co-creation Design: A Strategic Approach to Innovation, British Journal of Management, Vol. 26, No. 3, 2015, pp. 463-483.
- [22] Q. Yu, Y. Assad, D. A. Yen, S. Gupta, IMO and Internal Branding Outcomes: An Employee Perspective in UK HE, Studies in Higher Education, Vol. 43, No. 1, pp. 37-56.
- [23] A. Fagerstrom, G. Ghinea, Co-creation of Value in Higher Education: Using Social Network Marketing in the Recruitment of Students, Journal of Higher Education Policy and Management, Vol. 35, No. 1, 2013, pp. 45-53.
- [24] S. Vargo, R. Lusch, Service-dominant Logic: Continuing the Evolution, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol. 36, No. 1, 2008, pp. 1-10.
- [25] R. M. Stuart, B. Taheri, A. Paterson, K. O'gorman, W. Jackson, Working Together to Increase Student Satisfaction: Exploring the Effects of Mode of Study and Fee Status, Studies in Higher Education, Vol. 43, No. 8, 2018, pp. 1392-1404.
- [26] A. M. Dean, M. Griffin, A. Kulczynski, Applying Service Logic to Education: The Co-creation Experience and Value Outcomes, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Vol. 224, 2016, pp. 325-331.
- [27] M. Clynes, A. Sheridan, K. Frazer, Student Engagement in Higher Education: A Cross-sectional Study of Nursing Students' Participation in College-based Education in the Republic of Ireland, Nurse Education Today, Vol. 93, 2020.
- [28] P. Sheeran, Intention-behaviour Relations: A Conceptual and Empirical Review, European Review of Social Psychology, Vol. 12, 2002, pp. 1-36.
- [29] K. M. Elliott, M. Healy, Key Factors Influencing Student Satisfaction Related to Recruitment and Retention, Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 10, No. 4, 2001, pp. 1-11.
- [30] F. Mavondo, Y. Tsarenko, M. Gabbott, International and Local Student Satisfaction: Resources and Capabilities Perspective, Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 14, No. 1, 2004, pp. 41-60.
- [31] S. Wilkins, M. S. Balakrishnan, Assessing Student Satisfaction in Transnational Higher Education. International Journal of Educational Management, Vol. 27, No. 2, 2013, pp. 143-156.
- [32] S. K. Parahoo, H. L. Harvey, R. M. Tamim, Factors Influencing Student Satisfaction in Universities in the Gulf Region: Does Gender of Students Matter? Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 23, No. 2, 2013, pp. 135-154.
- [33] M. Clemes, C. Gan, T. Kao, University Student Satisfaction: An Empirical Analysis, Journal of Marketing for Higher Education, Vol. 17, No. 2, 2008, pp. 292-325.
- [34] F. Monavvarifard, M. Baradaran, B. Khosravipour, Increasing the Sustainability Level in Agriculture and Natural Resources Universities of Iran Through Students' Engagement in the Value Co-creation Process, Journal of Cleaner Production, Vol. 234, 2019, pp. 353-365.
- [35] J. Ressler, R. Abratt, Assessing the Impact of University Reputation on Stakeholder Intentions, Journal of General Management, Vol. 35, No. 1, 2009.
- [36] J. Turner, University Preference: A Conjoint Analysis (Master's Thesis), Edith Cowan University, 1999.
- [37] A. Gibson, Measuring Business Student Satisfaction: A Review and Summary of the Major Predictors, Journal of Higher Education Policy and Management, Vol. 32, No. 3, 2010, pp. 251-259.
- [38] S. F. S Alwi, P. J. Kitchen, Projecting Corporate Brand Image and Behavioral Response in Business Schools: Cognitive or Affective Brand Attributes? Journal of Business research, Vol. 67, No. 1, 2014, pp. 2324-2336.
- [39] T. Markley, Defining the Effective Teacher: Current Arguments in Education, Essays in Education, Vol. 11, No. 1, 2004.
- [40] C. G. Vogt, Developing a Teacher Evaluation System, Spectrum, Vol. 2, No. 1, 1894, pp. 41-46.
- [41] A. Hightower, R. Delgado, S. Lloyd, R. Wittenstein, K. Sellers, C. Swanson, Improving Student Learning By Supporting Quality Teaching, Editorial Projects in Education, Inc, 6935 Arlington Road, Suite 100 Bethesda, 2011.

- [42] M. Dollinger, D. Liu, N. Arthars, J. M. Lodge, Working Together in Learning Analytics Towards the Co-creation of Value, *Journal of Learning Analytics*, Vol. 6, No. 2, 2019, pp. 10-26.
- [43] J. V. Miranda, *Metodologias Inovadoras Aplicadas à Educação*, Curitiba: IBPEX, 2003.
- [44] N. Hasan, A. A. Rahman, Exploring Factors that Influence Customer Engagement in Value Co-creation in Higher Education Institutions Using Online Platforms, *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, Vol. 90, No. 2, 2017, pp. 247.
- [45] L. W. Mai, A Comparative Study Between UK and US: The Student Satisfaction in Higher Education and its Influential Factors, *Journal of Marketing Management*, Vol. 21, No. 7+8, 2005, pp. 859-878.
- [46] X. Liu, R. MacMillan, V. Timmons, Integration of Computers into Curriculum: How Teachers May Hinder Students' Use of Computers, *McGill Journal of Education/Revue Des Sciences de l'éducation de McGill*, Vol. 33, No. 1, 1998.
- [47] A. Bandura, Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change, *Psychological Review*, Vol. 84, No. 2, 1977, pp. 191-215, <https://doi.org/10.1037//0033-295x.84.2.191>.
- [48] B. J. Zimmerman, Self-efficacy: An Essential Motive to Learn, *Contemporary Educational Psychology*, Vol. 25, No. 1, 2000, pp. 82-91.
- [49] A. Luszczynska, B. G. Doña, R. Schwarzer, General Self-efficacy in Various Domains of Human Functioning: Evidence from Five Countries, *International Journal of Psychology*, Vol. 40, No. 2, 2005, pp. 80-89.
- [50] S. J. DeWitz, W. B. Walsh, Self-Efficacy and College Student Satisfaction, *Journal of Career Assessment*, Vol. 10, No. 3, 2002, pp. 315-326.
- [51] B. A. V. Schee, Students as Consumers: Programming for Brand Loyalty, *Services Marketing Quarterly*, Vol. 32, No. 1, 2011, pp. 32-43.
- [52] R. Voss, T. Gruber, I. Szmigin, Service Quality in Higher Education: The Role of Student Expectations, *Journal of Business Research*, Vol. 60, No. 9, 2007, pp. 949-959.
- [53] F. M. Newmann, *Higher-Order Thinking and Prospects for Classroom Thoughtfulness, Student Engagement and Achievement in American Secondary Schools*, Teachers College Press, 1992.
- [54] D. W. Johnson, *The Social Psychology of Education*, Holt, Rinehart and Winston, 1970.
- [55] S. Ghavifekr, Collaborative Learning: Akey to Enhance Students's Social Interaction Skills, *Malaysian Online Journal of Educational Sciences*, Vol. 8, No. 4, 2020, pp. 9-21.
- [56] S. Puntambekar, Analyzing Collaborative Interactions: Divergence, Shared Understanding and Construction of Knowledge, *Computers & Education*, Vol. 47, No. 3, 2006, pp. 332-351.
- [57] F. J. Hair, Jr., E. A. Rolph, L. T. Ronald, C. B. William, *Multivariate Data Analysis*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1998.
- [58] A. D. Hortigüela, R. J. Fernández, C. G. González, P. A. Pérez, Effects of a Cooperative Learning Intervention Program on Cyberbullying in Secondary Education: A Case Study, *The Qualitative Report*, Vol. 24, No. 10, 2019, pp. 2426-2440.
- [59] M. Healey, A. Flint, K. Harrington, *Engagement Through Partnership: Students as Partners in Learning and Teaching in Higher Education*, York: Higher Education Academy, 2014.

Phụ lục: thang đo các biến số được sử dụng trong nghiên cứu

Tên biến	Mã hóa	Nội dung thang đo	Nguồn tham khảo
Sự hài lòng của sinh viên về trường đại học	SS1	Nhìn chung tôi rất hài lòng với các dịch vụ do trường đại học của tôi cung cấp.	Elsharnouby (2015)
	SS2	Trường đại học của tôi đã đáp ứng được kỳ vọng của tôi.	
	SS3	Trường đại học đã giúp tôi thực hiện được nguyện vọng của mình.	
	SS4	Trường đại học của tôi đã đáp ứng được nhu cầu của tôi.	
Danh tiếng của trường học	DT1	Trường đại học hiện tại của tôi được biết đến với các chương trình học tập có chất lượng tốt.	
	DT2	Trường đại học hiện tại của tôi được biết đến với các chương trình học tập uy tín, được công nhận bởi các trường đối thủ (Ví dụ: sách NEU là giáo trình chính của nhiều trường đại học).	
	DT3	Trường đại học hiện tại của tôi cung cấp các chương trình phù hợp với nhu cầu học tập của tôi.	
Chất lượng giảng dạy	CLGD1	Giảng viên/Cô vẫn học tập quản lý, tổ chức lớp học tốt.	Monavvarifard và cộng sự (2018)
	CLGD2	Giảng viên giao tiếp (bằng mắt, lời nói, cảm xúc) với sinh viên trong khi giảng dạy.	
	CLGD3	Giảng viên chú ý đến sinh viên và nhớ mặt sinh viên.	
	CLGD4	Giảng viên sử dụng các phương pháp giảng dạy khác nhau tùy theo bối cảnh (đối thoại, thảo luận, brainstorm,...).	
	CLGD5	Giảng viên hay lấy ví dụ thực tiễn gắn với lý thuyết giúp sinh viên dễ hiểu bài.	
	CLGD6	Giảng viên sử dụng ngôn ngữ cơ thể để trình bày tài liệu giảng dạy.	
	CLGD7	Giảng viên giảng nội dung giáo dục đúng với nhu cầu thực tế của sinh viên (đúng chuyên môn sinh viên muốn học).	
Sự hỗ trợ từ ban quản lý trường học	BQL1	Tôi được giới thiệu về công nghệ thân thiện với môi trường trong trường học.	
	BQL2	Tôi được hỗ trợ phòng họp cho các cuộc họp với giảng viên từ ban quản lý trường đại học khi cần.	
	BQL3	Ban quản lý khuyến khích tôi tham gia vào cuộc gặp gỡ chung giữa sinh viên và giảng viên.	
	BQL4	Trường học khuyến khích sinh viên đưa ra ý tưởng về phát triển trường học (ý kiến về cải thiện chất lượng,...) trong các hội thảo	
	BQL5	Trường học đưa ra các biện pháp khuyến khích sinh viên và giảng viên đề thúc đẩy họ tham gia vào việc cùng tạo ra giá trị cho trường học (tổ chức lớp học, tổ chức sự kiện ở trường,... lấy ý tưởng từ sinh viên và giảng viên).	

Tên biến	Mã hóa	Nội dung thang đo	Nguồn tham khảo
Sự tương tác xã hội giữa sinh viên	TTXH1	Sinh viên tôn trọng công sức của nhau.	
	TTXH2	Sinh viên tôn trọng ý kiến của nhau.	
	TTXH3	Làm việc nhóm giữa các sinh viên diễn ra sôi nổi.	
	TTXH4	Sinh viên trung thực và tin tưởng lẫn nhau.	
Niềm tin về giảng viên	GV1	Tôi tin rằng mình không bị giảng viên lạm dụng (ví dụ lạm dụng chất xám).	
	GV2	Tôi có niềm tin vào những mẹo nhỏ của giảng viên giúp tôi học tập tốt hơn.	
	GV3	Tôi tin tưởng vào khả năng chuyên môn của giảng viên.	
	GV4	Tôi tin vào sự trung thực của giảng viên (ví dụ không thiên vị).	
Sự tự đánh giá năng lực bản thân	SV1	Sinh viên có khả năng đưa ra quyết định về các vấn đề quan trọng trong học tập.	
	SV2	Sinh viên có khả năng thảo luận với giảng viên về các vấn đề trong học tập, hoạt động Đoàn.	
	SV3	Sinh viên có khả năng phân tích các vấn đề môi trường, xã hội và kinh tế và đề xuất giải pháp cho từng vấn đề.	
	SV4	Sinh viên có khả năng tóm tắt và kết luận chủ đề thảo luận.	
	SV5	Sinh viên có khả năng truyền đạt ý tưởng của mình cho những người tham gia khác.	
Sự hỗ trợ về công nghệ thông tin	IT1	Nhân viên về công nghệ thông tin cung cấp hỗ trợ về kỹ thuật tốt.	Monavvarifard và cộng sự (2018); Elsharnouby (2015)
	IT2	Hỗ trợ về công nghệ thông tin được cung cấp kịp thời khi cần.	
	IT3	Tốc độ Internet tốt.	
	IT4	Sự tồn tại của mạng xã hội (Fanpage, Tiktok,...) trong trường tôi giúp tất cả các thành viên (sinh viên, giảng viên, quản lý và nhân viên) có thể chia sẻ quan điểm của mình.	
Ý định tham gia đồng sáng tạo giá trị của sinh viên	CC1	Tôi nghĩ sự tham gia của sinh viên là quan trọng trong việc tạo ra giá trị cho trường học.	Chatterjee và cộng sự (2022)
	CC2	Việc tham gia vào các hoạt động đồng sáng tạo mang lại cho sinh viên các lợi ích trong phát triển các kỹ năng cần thiết (chuyên môn, giao tiếp,...).	
	CC3	Tôi cảm thấy ý kiến của mình rất quan trọng đối với trường học để đóng góp cải thiện chất lượng giáo dục.	