

Đo lường khái niệm tiềm ẩn bậc ba với phần mềm SmartPLS 3: Tình huống giá trị cảm nhận của sinh viên về dịch vụ đào tạo đại học

Chu Nguyễn MộNg NgọC & Nguyễn MiNh Tài

Trường Đại học Kinh tế TP.HCM

Chu Nguyễn MộNg Lâm

Trường Đại học Y Dược TP.HCM

Nhận bài: 23/05/2018 - Duyệt đăng: 16/07/2018

Tóm tắt

Bài báo này là trình bày một nghiên cứu thực nghiệm về phương pháp đo lường khái niệm bậc ba trong nghiên cứu khoa học hành vi, vận dụng vào tình huống khái niệm giá trị cảm nhận (GTCN) của sinh viên đại học Việt Nam (ĐHVN) về dịch vụ đào tạo của nhà trường. Có 5 trường đại học công lập cùng thuộc khối ngành đào tạo Kinh tế trên địa bàn Tp HCM được chọn vào tổng thể nghiên cứu.

Các khái niệm GTCN của sinh viên xây dựng dựa trên lý thuyết Marketing về GTCN của khách hàng (customer perceived value). Tác giả sử dụng phương pháp mô hình đường dẫn PLS (partial least squares structural equation modeling, viết tắt là PLS-Sem) để đánh giá chất lượng đo lường của khái niệm GTCN của sinh viên. Đồng thời phân tích PLS-Sem cũng đưa ra bằng chứng thống kê để tác giả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cho thấy hợp lý khi đo lường GTCN về dịch vụ đào tạo tại ĐHVN như một khái niệm bậc ba, trong đó cảm nhận về những gì nhận được và hao tổn tài chính bỏ ra cùng nhau hình thành nên GTCN toàn diện của sinh viên. Tác giả cũng nêu một số hàm ý chính sách về việc triển khai hiểu biết về cấu trúc GTCN của sinh viên ĐHVN vào thực tiễn quản trị các đại học để đem lại cho sinh viên trải nghiệm dịch vụ giáo dục tốt nhất.

Từ khóa: *Giá trị cảm nhận, khái niệm bậc cao, khái niệm bậc nhất, khái niệm tiềm ẩn hình thành, khái niệm tiềm ẩn phản ánh, cách tiếp cận lặp lại....*

Abstract

This paper presents an empirical study of the method of measuring 3rd order construct in behaviour science which is applied to the setting of Vietnamese university student perceived value. There are 5 economic public universities in Ho Chi Minh City selected into the research population. The Vietnamese university student perceived value construct is based on the marketing theory of customer perceived value. The author used the partial least squares structural equation modeling (PLS-Sem) method to assess the quality of Vietnamese university student perceived value construct. While PLS-Sem give the statistical evidences to help the author to test the research hypotheses. The research result shows that it is reasonable to measure Vietnamese university student perceived value construct in training services at VN as 3rd order construct, in which perceptions of what getting and financial giving together formed the overall student perceived value. The author also suggest some administrative implications for the universities managing to bring students the best education service experiment.

Keywords: *Perceived value, high order construct, first order construct, reflective latent variable, formative latent variable, replication approach.*