

CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN TRUYỀN MIỆNG CỦA SINH VIÊN TRONG NGỮ CẢNH GIÁO DỤC CAO ĐẲNG Ở VIỆT NAM

ĐINH THÙY TRÂM*

TÓM TẮT

Bài viết này xem xét một số yếu tố tác động đến truyền miệng của sinh viên (SV) trong ngữ cảnh giáo dục cao đẳng ở Việt Nam. Từ dữ liệu khảo sát 464 SV của một trường cao đẳng ở Việt Nam, kết quả kiểm định cho thấy có 3 yếu tố tác động tích cực đến truyền miệng của SV là khía cạnh học thuật, chương trình học và sự tiếp cận.

Từ khóa: chất lượng dịch vụ, giáo dục cao đẳng, truyền miệng, Việt Nam.

ABSTRACT

Factors that impact on students' word of mouth in higher education in Vietnam

The research examines factors that impact students' word of mouth in higher education in Vietnam. Using a survey data set collected from 464 students studying at a college in Vietnam, the results show that academic aspects, curricula and access positively impact on students' word of mouth.

Keywords: Service quality, higher education, word of mouth, Vietnam.

1. Mở đầu

CLDV giáo dục đóng vai trò quan trọng trong việc tạo cơ hội việc làm cho các SV tốt nghiệp. Do đó, các trường cao đẳng ở Việt Nam luôn tìm cách nâng cao CLDV giáo dục của trường mình; không ngừng nỗ lực sử dụng các kênh thông tin để quảng cáo CLDV giáo dục nhằm thu hút người học, trong đó truyền miệng (word of mouth - WOM) là kênh cung cấp thông tin mà nhà trường ít tốn kém nhưng vẫn làm cho người học tin cậy cao.

Nhiều trường cao đẳng ở Việt Nam ra đời đã rất lâu nhưng vẫn chưa chiếm được lòng tin của người học về CLDV giáo dục. Vấn đề này do nhiều nguyên nhân và một trong những nguyên nhân là do các trường cao đẳng chưa nắm bắt được các yếu tố tạo nên CLDV giáo dục và các yếu tố nào tạo nên CLDV giáo dục

tác động đến truyền miệng của SV. Vì vậy, mục tiêu của nghiên cứu này là xác định các yếu tố tác động đến truyền miệng của SV trong ngữ cảnh giáo dục cao đẳng ở Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

Chất lượng dịch vụ là khái niệm phổ biến được nghiên cứu nhiều trong lĩnh vực dịch vụ trên thế giới hơn 30 năm. Parasuraman và cộng sự đã khởi xướng nghiên cứu về CLDV. Mô hình SERVQUAL được Parasuraman và cộng sự nhiều lần kiểm định và đi đến kết luận là CLDV bao gồm 5 thành phần: (i) tin cậy, (ii) đáp ứng, (iii) năng lực phục vụ, (iv) đồng cảm, (v) phương tiện hữu hình [9]. Mô hình SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự cho rằng khoảng

* ThS, Trường Cao đẳng Công nghệ Thủ Đức; Email: tram_master@yahoo.com.vn

chênh lệch giữa CLDV được mong đợi và CLDV được cảm nhận quyết định việc đánh giá dịch vụ của khách hàng [9]. Dựa trên mô hình SERVQUAL, Cronin và Taylor đưa ra mô hình đo lường CLDV là SERVPERF. Mô hình SERVPERF của Cronin và Taylor cho rằng CLDV không đo lường sự mong đợi của khách hàng về dịch vụ mà chỉ tập trung đo lường mức độ cảm nhận của khách hàng về dịch vụ [6]. Nhiều nghiên cứu đã so sánh mô hình SERVQUAL và mô hình SERVPERF như: Quester và Romaniuk (1997); Lee và Feick (2001); Nguyễn Thành Long (2006); Nguyễn Huy Phong và Phạm Ngọc Thúy (2007); Võ Văn Quốc Năm (2011) và kết quả kiểm định của các nghiên cứu này cho rằng mô hình SERVPERF cho kết quả tốt hơn SERVQUAL [4]. Nhiều nhà nghiên cứu đã sử dụng mô hình SERVQUAL cho các loại hình dịch vụ và các thị trường khác nhau như: Bojanic (1991) với dịch vụ kiểm toán; Cronin và Taylor (1992) với dịch vụ giặt khô; Dabholkar và cộng sự (1996) với dịch vụ bán lẻ; Mehta và cộng sự (2000) với dịch vụ ngân hàng; Nguyễn Đình Thọ và cộng sự (2003) với dịch vụ vui chơi giải trí và kết quả kiểm định của các nghiên cứu này cho rằng CLDV không thống nhất với nhau ở từng ngành dịch vụ và từng thị trường khác nhau [3]. Các nhà nghiên cứu hàn lâm đã cố gắng phát hiện những thang đo có độ tin cậy và giá trị phù hợp cho từng ngành dịch vụ và từng thị trường cụ thể. Abdullah đưa ra mô hình HEDPERF để đo lường CLDV giáo dục gồm 5 thành phần: (i) khía cạnh học thuật, (ii) khía

cạnh ngoài học thuật, (iii) sự tiếp cận, (iv) danh tiếng, (v) chương trình học [5]. Dựa vào mô hình HEDPERF, Hoàng Thị Phương Thảo và Nguyễn Kim Thảo cho rằng có 4 yếu tố để đo lường CLDV trong môi trường giáo dục đại học bao gồm: (i) Khía cạnh học thuật biểu hiện trách nhiệm của người dạy như kiến thức và kinh nghiệm, phương pháp giảng dạy, thái độ giao tiếp của người dạy với người học; (ii) Chương trình học bao gồm các chương trình đào tạo có uy tín, những chương trình chuyên sâu với sự linh hoạt trong kết cấu của chương trình; (iii) Cơ sở vật chất bao gồm trang thiết bị phục vụ cho chương trình học; (iv) Sự tiếp cận thể hiện sự sẵn có và dễ dàng trong việc sử dụng dịch vụ. [1]

Arndt là người đầu tiên nghiên cứu sự ảnh hưởng truyền miệng đến hành vi của người tiêu dùng. Marketing truyền miệng có thể định nghĩa là công cụ thông tin về sản phẩm hay dịch vụ giữa khách hàng với nhau và những người này độc lập với công ti cung cấp sản phẩm và dịch vụ [10]. Truyền miệng là một nhân tố đóng vai trò quan trọng trong việc giúp người tiêu dùng giảm thiểu rủi ro khi quyết định một vấn đề. [7]

CLDV tác động cả đến sự hài lòng và sự truyền miệng của khách hàng [8]. Bốn yếu tố (khía cạnh học thuật, chương trình học, cơ sở vật chất, sự tiếp cận) tạo nên CLDV giáo dục của Hoàng Thị Phương Thảo và cộng sự, truyền miệng của File và cộng sự được dùng để phát triển thang đo trong nghiên cứu này.

2.2. Các giả thuyết và mô hình nghiên cứu

Từ cơ sở lí thuyết và kết quả thảo luận nhóm cho thấy có bốn yếu tố tạo nên CLDV giáo dục tác động tích cực đến truyền miệng của SV, là: (i) khía cạnh học thuật, (ii) chương trình học, (iii) cơ sở vật chất, (iv) sự tiếp cận. Các giả thuyết đề nghị là:

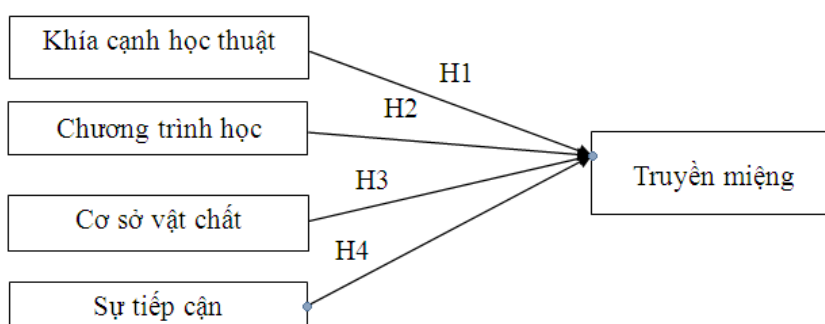
- Giả thuyết H1: Khía cạnh học thuật tác động tích cực đến truyền miệng của SV

- Giả thuyết H2: Chương trình học tác động tích cực đến truyền miệng của SV

- Giả thuyết H3: Cơ sở vật chất tác động tích cực đến truyền miệng của SV

- Giả thuyết H4: Sự tiếp cận tác động tích cực đến truyền miệng của SV

Dựa vào 4 giả thuyết được đề nghị, mô hình nghiên cứu được trình bày ở hình 1 sau đây:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện qua hai bước: (i) nghiên cứu sơ bộ, (ii) nghiên cứu chính thức. Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện bằng phương pháp định tính thông qua thảo luận nhóm dạng câu hỏi mở với 10 SV Trường Cao đẳng Công nghệ Thủ Đức nhằm phát triển các thang đo phù hợp với ngữ cảnh nghiên cứu. Các thang đo trong nghiên cứu sử dụng dạng Likert 7 bậc (từ 1 là rất phản đối đến 7 là rất đồng ý). Kết quả thảo luận của nghiên cứu định tính đã đưa ra 24 biến quan sát để đo lường 5 khái niệm nghiên cứu; trong đó khía cạnh học thuật đo lường bằng 5 biến quan sát, chương trình học đo lường bằng 4 biến quan sát, cơ sở vật chất đo lường bằng 6 biến quan sát, sự tiếp cận đo lường bằng 6 biến quan sát và

truyền miệng đo lường bằng 3 biến quan sát. Nghiên cứu chính thức được thực hiện bằng phương pháp định lượng theo phương pháp tự điền bảng hỏi với SV năm thứ 2 và năm thứ 3 của Trường Cao đẳng Công nghệ Thủ Đức từ tháng 9-2014 đến tháng 10-2014. Dữ liệu của nghiên cứu này được tiến hành kiểm định thang đo, mô hình nghiên cứu và các giả thuyết bằng phần mềm SPSS 20.

Mẫu được chọn theo phương pháp thuận tiện với kích thước mẫu là 500, thu về 500. Sau khi kiểm tra, có 36 phiếu bị loại vì trả lời không đầy đủ. Số phiếu còn lại sử dụng cho nghiên cứu chính thức là 464. Về giới tính, có 159 nam (chiếm 34,3% mẫu) và 305 nữ (chiếm 65,7% mẫu). Về khoa đào tạo, có 150 SV Khoa Quản trị kinh doanh (chiếm 32,3% mẫu),

164 SV Khoa Tài chính – Kế toán (chiếm 35,3% mẫu), 62 SV Khoa Tiếng Anh (chiếm 13,4% mẫu), 26 SV Khoa Công nghệ thông tin (chiếm 5,6% mẫu), 33 SV Khoa Điện – Điện tử (chiếm 7,1% mẫu), 12 SV Khoa Cơ khí (chiếm 2,6% mẫu), 17 SV Khoa Du lịch (chiếm 3,7% mẫu). Về năm theo học, có 309 SV năm thứ 2 (chiếm 66,6% mẫu), 155 SV năm thứ 3 (chiếm 33,4% mẫu).

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kiểm định thang đo

Hệ số Cronbach's Alpha được sử

dụng để đánh giá độ tin cậy thang đo nhằm loại các biến rác. Sau khi kiểm tra Cronbach's Alpha, tác giả sử dụng phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis - EFA) để đánh giá giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo. Kết quả bảng 1 cho thấy các thang đo đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,7 và các hệ số tương quan biến – tổng đều lớn hơn 0,4 nên tất cả các thang đo đều đạt độ tin cậy và được sử dụng để phân tích nhân tố khám phá tiếp theo.

Bảng 1. Kết quả hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo

Thang đo	Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất
Khía cạnh học thuật (HT)	0,763	0,469
Chương trình học (CT)	0,749	0,472
Cơ sở vật chất (CS)	0,761	0,409
Sự tiếp cận (TC)	0,900	0,668
Truyền miệng (TM)	0,847	0,681

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) được thực hiện với phương pháp trích hệ số là Principal Component Analysis và phép xoay Varimax để phân nhóm các nhân tố. Kết quả phân tích nhân tố khám phá lần thứ 1 với 4 thang đo (khía cạnh học thuật, chương trình học, cơ sở vật chất, sự tiếp cận) cho thấy biến quan sát CT3 có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5 nên bị loại. Tiếp tục thực hiện phân tích nhân tố khám phá lần thứ 2, kết quả phân tích tại bảng 2 dưới đây cho thấy giá trị KMO đạt $0,901 > 0,5$ với mức ý nghĩa (Bartlett's Test) là $0,000 < 0,05$ chứng tỏ phân tích nhân tố là thích hợp với dữ liệu, 5 nhân tố được trích tại giá trị Eigenvalue là $1,083 > 1$, phương sai trích tích lũy là

$62,676\% > 50\%$, các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 nên đạt yêu cầu và có thay đổi như sau:

- Khía cạnh học thuật gồm 5 biến quan sát (HT1, HT2, HT3, HT4, HT5).
- Chương trình học gồm 3 biến quan sát (CT1, CT2, CT4).
- Cơ sở vật chất tách thành 2 nhân tố là cơ sở vật chất trong lớp gồm 3 biến quan sát (CS1, CS2, CS3) và cơ sở vật chất ngoài lớp gồm 3 biến quan sát (CS4, CS5, CS6).
- Sự tiếp cận gồm 6 biến quan sát (TC1, TC2, TC3, TC4, TC5, TC6).

Đồng thời thực hiện phân tích nhân tố khám phá cho thang đo truyền miệng, kết quả phân tích tại bảng 3 cho thấy

thang đo truyền miệng có giá trị KMO đạt $0,716 > 0,5$ với mức ý nghĩa (Bartlett's Test) là $0,000 < 0,05$ chứng tỏ phân tích nhân tố là thích hợp với dữ liệu, 1 nhân tố được trích tại giá trị Eigenvalue là $2,308 > 1$, phương sai trích tích lũy là $76,936\% > 50\%$, các biến quan sát đều có

hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 nên đạt yêu cầu. Như vậy, các thang đo (khía cạnh học thuật, chương trình học, cơ sở vật chất trong lớp, cơ sở vật chất ngoài lớp, sự tiếp cận, truyền miệng) được chấp nhận và sử dụng cho phân tích hồi quy tuyến tính bội.

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá đối với các biến độc lập

Mã hóa	Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố				
		1	2	3	4	5
TC4	Nhân viên hành chính/thư kí khoa thể hiện thái độ làm việc nhiệt tình với SV	0,844				
TC3	Khi nhân viên hành chính/thư kí khoa hứa làm việc gì, họ đều giữ lời hứa đúng hẹn	0,819				
TC6	Nhân viên hành chính/thư kí khoa giao tiếp lịch sự và nhã nhặn với SV	0,801				
TC1	Khi SV gặp vấn đề hành chính/học vụ, nhân viên hành chính /thư kí khoa quan tâm giải quyết	0,743				
TC5	Nhân viên hành chính/thư kí khoa có hiểu biết sâu về hệ thống/thủ tục	0,733				
TC2	Nhân viên hành chính/thư kí khoa lưu giữ hồ sơ học vụ chính xác và truy lục được	0,696				
HT3	Giảng viên (GV) nhiệt tình giảng dạy cho SV trong lớp học		0,753			
HT2	GV quan tâm nhiệt tình giải quyết khi SV gặp khó khăn		0,707			
HT4	GV giao tiếp tốt với SV		0,658			
HT1	GV có kiến thức và phương pháp giảng dạy tốt		0,605			
HT5	GV trả lời thắc mắc của SV kịp thời trong quá trình học		0,597			
CT1	Nhà trường có các ngành học đa dạng theo nhu cầu xã hội			0,740		
CT2	Nội dung các môn học được đổi mới, cập nhật đáp ứng tốt yêu cầu đào tạo			0,720		
CT4	Số lượng các môn học phong phú			0,674		
CS1	Các trang thiết bị trong lớp học đầy đủ và tiện ích cho việc học				0,808	

CS2	Phòng học nhà trường khang trang và mát mẻ				0,761	
CS3	Sĩ số lớp vừa phải đủ để SV tập trung chú ý trong giờ học				0,586	
CS4	Thư viện đáp ứng tốt nhu cầu đọc/mượn sách của SV					0,778
CS5	Phòng máy tính của thư viện đáp ứng tốt nhu cầu tìm kiếm thông tin của SV					0,733
CS6	Không gian dành cho tự học và giải trí của nhà trường đầy đủ và tiện lợi					0,635
KMO = 0,901		Mức ý nghĩa (Bartlett's Test) = 0,000				
Eigenvalue		6,821	2,024	1,457	1,149	1,083
Phương sai trích tích lũy (%)		34,106	44,226	51,513	57,261	62,676

Bảng 3. Kết quả phân tích nhân tố khám phá đối với biến phụ thuộc

Mã hóa	Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố
TM1	Tôi sẽ khuyên bạn bè/người thân tham gia học tập tại nhà trường	0,869
TM2	Tôi sẽ nói tốt về nhà trường cho người khác nghe	0,905
TM3	Tôi sẽ chia sẻ kinh nghiệm của tôi với người khác về nhà trường	0,856
KMO = 0,716		Mức ý nghĩa (Bartlett's Test) = 0,000
Eigenvalue = 2,308		
Phương sai trích tích lũy (%) = 76,936		

Từ kết quả trên, các giả thuyết được điều chỉnh như sau:

- Giả thuyết H1: Khía cạnh học thuật tác động tích cực đến truyền miệng của SV.
- Giả thuyết H2: Chương trình học tác động tích cực đến truyền miệng của SV.
- Giả thuyết H3a: Cơ sở vật chất trong lớp tác động tích cực đến truyền miệng của SV.
- Giả thuyết H3b: Cơ sở vật chất ngoài lớp tác động tích cực đến truyền miệng của SV.
- Giả thuyết H4: Sự tiếp cận tác động tích cực đến truyền miệng của SV.

4.2. Phân tích hồi quy tuyến tính bội

Để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu, hồi quy tuyến tính bội được sử dụng. Kết quả hồi quy tuyến tính bội được trình bày ở bảng 4 dưới đây cho thấy R^2 hiệu chỉnh là 0,311 có nghĩa là 31,1% mức biến thiên của biến phụ thuộc truyền miệng được giải thích bởi các biến độc lập. Kết quả $F = 42,771$ với mức ý nghĩa = 0,000 cho thấy mô hình phù hợp với dữ liệu thị trường.

Kết quả cho thấy giả thuyết H1 được chấp nhận, khía cạnh học thuật có tác động tích cực đến truyền miệng của

SV ($\beta = 0,117, p < 0,05$). Ngoài ra, chương trình học và sự tiếp cận cũng tác động tích cực đến truyền miệng của SV, với hệ số beta chuẩn hóa và p-value tương ứng ($\beta = 0,161, p < 0,05$; $\beta = 0,333, p < 0,05$). Do đó, giả thuyết H2 và H4 được chấp nhận. Cuối cùng, giả thuyết H3a và H3b không được chấp nhận, cơ sở vật chất trong lớp và cơ sở vật chất ngoài

lớp không có tác động tích cực đến truyền miệng của SV, với hệ số beta chuẩn hóa và p-value tương ứng ($\beta = 0,038, p > 0,05$; $\beta = 0,077, p > 0,05$). Dựa vào hệ số beta chuẩn hóa, mức độ của các yếu tố tác động tích cực đến truyền miệng theo thứ tự từ cao đến thấp là sự tiếp cận, chương trình học, khía cạnh học thuật.

Bảng 4. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính bội

	Hệ số beta chưa chuẩn hóa	Sai số chuẩn	Hệ số beta chuẩn hóa	p-value	VIF
Hằng số	1,880	0,304		0,000	
Khía cạnh học thuật → truyền miệng	0,150	0,062	0,117	0,015	1,548
Chương trình học → truyền miệng	0,164	0,049	0,161	0,001	1,532
Cơ sở vật chất trong lớp → truyền miệng	0,034	0,041	0,038	0,408	1,423
Cơ sở vật chất ngoài lớp → truyền miệng	0,068	0,041	0,077	0,099	1,461
Sự tiếp cận → truyền miệng	0,300	0,042	0,333	0,000	1,500
R^2 hiệu chỉnh = 0,311		F = 42,771		Mức ý nghĩa = 0,000	

Hiện tượng đa cộng tuyến được kiểm định thông qua hệ số VIF. Thông thường, nếu VIF của một biến độc lập mà lớn hơn 10 thì không có giá trị giải thích biến thiên trong mô hình [2]; kết quả cho thấy VIF từ 1,423 đến 1,548 chứng tỏ không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến và không có mối tương quan chặt chẽ giữa các biến độc lập.

5. Kết luận

Xây dựng chất lượng dịch vụ giáo dục và tăng cường truyền miệng tích cực của SV về nhà trường cần ưu tiên tại các trường cao đẳng ở Việt Nam. Vì vậy, mục

tiêu của nghiên cứu này là xem xét các yếu tố như khía cạnh học thuật, chương trình học, cơ sở vật chất, sự tiếp cận tác động đến truyền miệng của SV trong ngữ cảnh giáo dục cao đẳng ở Việt Nam. Dựa vào cơ sở lý thuyết và kết quả thảo luận nhóm, chúng tôi đề xuất mô hình nghiên cứu, kiểm định các giả thuyết với 464 SV năm thứ 2 và năm thứ 3. Kết quả nghiên cứu cho thấy có ba yếu tố tác động tích cực đến truyền miệng của SV theo thứ tự từ cao đến thấp là sự tiếp cận, chương trình học và khía cạnh học thuật. Nhà trường cần nâng cao khía cạnh học thuật,

giúp SV cảm nhận tốt về kiến thức, phương pháp giảng dạy, thái độ giao tiếp của GV. Bên cạnh đó, nhà trường cần xây dựng chương trình học bao gồm các môn học phong phú với nội dung các môn học được đổi mới, đáp ứng tốt yêu cầu đào

tạo. Cuối cùng, nhà trường cần quan tâm yếu tố sự tiếp cận sao cho đội ngũ nhân viên của trường có thái độ nhiệt tình, giao tiếp lịch sự với SV và hiểu biết tốt các thủ tục trong nhà trường.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hoàng Thị Phương Thảo, Nguyễn Kim Thảo (2012), “Xây dựng hình ảnh trường đại học dựa trên chất lượng dịch vụ: Trường hợp Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh”, *Tạp chí Phát triển Kinh tế*, Vol. 260, pp.47-56.
2. Nguyễn Đình Thọ (2013), *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nxb Tài chính, TPHCM.
3. Nguyễn Đình Thọ, Nguyễn Thị Mai Trang (2008), *Nghiên cứu khoa học Marketing: Ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM*, Nxb Đại học quốc gia, TPHCM.
4. Võ Thị Lan, Hạ Minh Tuấn (2013), “Đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ chuỗi cửa hàng tiện lợi Co.op Food trên địa bàn TP.HCM”, *Tạp chí phát triển kinh tế*, Vol. 278, pp.39-49.
5. Abdullah F. (2006), “Measuring Service Quality in Higher Education: Three Instruments Compared”, *International Journal of Research Method in Education*, Vol. 29, pp. 71-89.
6. Cronin J. J. J., Taylor S. A. (1992), “Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension”, *Journal of Marketing*, Vol. 56, pp. 55-68.
7. File K., Judd B., Prince R. (1992), “Interactive marketing: The influence of participation on positive word-of-mouth and referrals”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 6, pp. 5-14.
8. Ioannis E. C. (2009), “Service quality effect on satisfaction and word of mouth in the health care industry”, *Managing Service Quality*, Vol. 19, pp. 229-242.
9. Parasuraman A. V. A. *et al.*, (1988), “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 64, pp. 12-40.
10. Silverman G. (2001), *The Secrets of Word-of-Mouth Marketing – How to Trigger Exponential Sales through Runaway Word of Mouth*, American Management Association, New York.

(Ngày Tòa soạn nhận được bài: 04-12-2014; ngày phân biện đánh giá: 17-12-2014;
ngày chấp nhận đăng: 22-6-2015)