

ESSAI DE MESURE DE LA QUALITE DE SERVICE DANS LE CONTEXTE D'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR UNIVERSITAIRE AU VIETNAM

NGUYEN Thi Hoang Yen¹

Résumé

Cet étude s'inscrit dans le cadre général d'une meilleure compréhension du concept de la qualité de service dans le contexte des universités vietnamiennes. Elle propose une démarche de mesure de la qualité du service d'enseignement supérieur fourni par les universités au Vietnam. D'abord, une étude exploratoire a été réalisée. Celle-ci a permis de générer un ensemble d'items. La liste d'items obtenue a fait l'objet d'un questionnaire qui est ensuite administré auprès de 675 étudiants d'une université vietnamienne pour but de déterminer les dimensions permettant de mieux caractériser la qualité du service d'enseignement supérieur dans ce contexte. Les résultats obtenus permettent d'approprier une échelle de mesure qui est légèrement différente à l'échelle SERVQUAL largement connue en matière de qualité de service. Ils montrent aussi que les éléments tangibles, la serviabilité et l'assurance semblent les trois dimensions de service propres aux universités vietnamiennes

Mots clés : qualité de service, enseignement supérieur, SERVQUAL, SERVPERF, Vietnam

Abstract

This paper focuses on the understanding of service quality in the context of Vietnamese universities. It proposes an approach for measuring the quality of higher education service provided by universities in Vietnam. First, an exploratory study was conducted which has generated a set of items. The list of items has become the subject of a questionnaire that is then administered to 675 students of a Vietnamese university to determine the dimensions the quality of the service of higher education in this context. The obtained results permit to appropriate a measurement scale that is slightly different from the SERVQUAL scale widely known as the standard for measuring quality service. They also show that tangible elements, responsiveness and insurance seem the three specific dimensions of higher education service of Vietnamese universities.

Keywords: service quality, higher education, SERVQUAL, SERVPERF, Vietnam

¹ Enseignant – Faculté de Gestion d'Entreprises, Institut universitaire de Technologie, de Poste et des Télécommunication, Vietnam. Email : nguyen_thihoangyen@yahoo.fr

1. Introduction

La qualité de service est toujours un sujet de préoccupation de toutes entreprises de service. Elle est considérée comme un outil concurrentiel effective pour ces entreprises. Aujourd'hui, cet outil est également utilisé par de nombreuse universités dans le monde afin d'accroître leur compétitivité. En effet, dans les dernières décennies, les universités sont de plus en plus confrontées à de nombreuses questions, y compris la tendance de la mondialisation et la concurrence de plus en plus forte. Face à cette réalité, elles ont modifié leurs actions. Elles pensent plus aux étudiants en les considérant comme de principaux clients et essayent de les satisfaire. Comme d'autres entreprises de services, ils tentent d'améliorer la qualité de leurs services fournis. Les universités vietnamiennes sont aussi dans cette tendance. Ainsi, la mesure de la qualité des services devient essentielle pour ces universités. Elle est essentielle dans la mesure où elle s'assure la mise en œuvre d'actions et de stratégies dont la finalité est de satisfaire des clients. Cependant, il est regrettable que ce travail semble ne pas être reconnu par la plupart des universités vietnamiennes.

Dans cette perspective, cette recherche vise à analyser la qualité de service dans le secteur d'enseignement supérieur au Vietnam. Nous espérons en premier lieu avoir une meilleure compréhension de la perception des étudiants vietnamiens de la qualité du service d'enseignement supérieur. En second lieu, nous nous intéressons au test de la stabilité de l'échelle de mesure de la qualité de service SERVQUAL dans un contexte différent : le Vietnam. Avec ce test, nous vise à une autre ambition, qui est la proposition d'une échelle de mesure de la qualité de service plus adaptée au contexte vietnamien.

Pour parvenir à ses fins, cette recherche est organisée au tour de quatre parties. Nous proposons tout d'abord une présentation d'un cadre théorique lié à la qualité de service en marketing en général et à celle dans le secteur d'éducation en particulier. Ensuite, les choix méthodologiques seront présentés et puis, suivis par une discussion des principaux résultats. Enfin, nous aborderons les apports, les limites ainsi que les perspectives de la recherche.

2. Revue De Littérature

2.1. Qualité de service

La qualité est un concept qui attire beaucoup d'attention de plusieurs chercheurs et professionnels en marketing grâce à son importance. Cependant, celui-ci mets aussi les chercheurs devant de grands défis et difficultés dans leur travail de conceptualisation et de mesure. Une des premières recherches qui le prend en considération est celle de Grönroos (1984). Dans cette recherche, la qualité de service est compris comme dépendre de deux variables : le service attendu et le service perçu. La qualité de service peut ainsi être définie comme la différence entre les attentes et le service perçue par le client (Parasuraman et al, 1985, 1988; Brown et Swartz, 1989; Teas, 1993). Selon cette conceptualisation, la qualité de service est considérée comme proche du concept de satisfaction et instaure une confusion entre les deux concepts (Cronin et Taylor, 1992). Ce paradigme de conceptualisation de la qualité de service est plus dominant dans la littérature.

Un autre courant de conceptualisation de la qualité de service a été émergé après les recherches connues de Grönroos (1984) et Parasuraman et al (1985, 1988, 1991). Celui-ci suggère que la qualité de service est tout simplement la qualité perçue, comme une évaluation globale des jugements d'un service vis-à-vis de sa supériorité relative (Rust et Oliver, 1994; Zeitham, 1988; Richard et Robert, 1996), ou une évaluation de l'excellence du service (Oliver, 1993, 1997). En conséquence, lors de l'évaluation de la qualité de service d'une entreprise, le client compare implicitement ses perceptions à ses attentes. En d'autres termes, l'évaluation de la performance d'un service comprend, elle-même, un processus « Perception moins Attentes ».

2.2. Mesure de la qualité de service : SERVQUAL vs SERVPERF

Malgré de nombreuses tentatives, il semble que les chercheurs n'ont pas arrivé à atteindre un consensus sur la mesure de la qualité de service en raison de l'intangibilité, l'hétérogénéité et l'inséparabilité du service. Un des outils de mesure connus qui est le plus utilisé dans de nombreuses études et à divers contextes est SERVQUAL développé par Parasuraman et al (1988). Celui-ci est conçu en se basant sur l'idée que la qualité est formée d'une comparaison entre la performance et les attentes (Parasuraman et al, 1985, 1988).

Dans leur première recherche exploratoire, Parasuraman et al (1985), en se focalisant sur le concept de qualité fonctionnelle que Grönroos (1984) a mentionné, ont identifié dix dimensions de la qualité de service avec 97 items (attributs du service) qui les reflétant. Celles-ci comprennent les éléments tangibles, la fiabilité, la serviabilité, la communication, l'accessibilité la crédibilité, la sécurité, la compétence, la courtoisie, l'empathie ou la compréhension du client. Chaque dimension a été formulée par la différenciation entre les perceptions et les attentes du client.

La purification de l'échelle de mesure établie a ensuite été réalisée par une recherche empirique (Parasuraman et al, 1988). Ce travail a permis aux chercheurs de retenir 22 items reflétant la qualité de service, regroupés en cinq dimensions (tableau 1). Cette échelle est appelée SERVQUAL.

Tableau 1

Dimensions de la qualité de service selon Parasuraman et al (1988)

Dimensions	Explication
Éléments tangibles	installation physique, équipement, apparence du personnel
Fiabilité	capacité à réaliser le service promis
Serviabilité	la bonne volonté et l'empressement du personnel à servir et répondre au client.
Assurance	compétence, courtoisie et confiance inspirée par le personnel.

Empathie	la compréhension des besoins, la prise en charge du client, et l'attention individualisée que l'entreprise et ses employées accordent au client.
----------	--

Dans ce cadre SERVQUAL, l'écart entre les attentes et la perception du service est mesuré par une enquête dans laquelle les clients ont été invités à répondre à un questionnaire standard, y compris deux parties principales: (1) les attentes vis-à-vis d'un service spécifique et (2) l'évaluation (perception) de l'offre de service d'une entreprise. Le questionnaire est élaboré sur une échelle Likert de sept points, qui est conçue à la suite d'une procédure de Churchill (1979).

A la suite de ces premiers efforts pour mesurer la qualité du service, un grand nombre d'études sur la qualité du service sont effectués en utilisant SERVQUAL (Crompton et Mackay, 1989; Webster, 1989; Woodside, Frey, et Daly, 1989; Bruhn et Georgi, 2000; Candido et Morris, 2000) ou en testant sa fiabilité et sa validité (Babakus et Boller, 1992; Brensinger et Lambert, 1990; Carman 1990; Finn et Lamb, 1991; Parasuraman et al 1991)

La généralisation de l'échelle SERVQUAL dans des contextes culturels différents et sur de divers types de service a aussi montré des problèmes conceptuels et méthodologiques existantes de celle-ci. Certaines recherches ont pris le débat sur l'opérationnalisation de ce concept, et principalement sur la formule « Perception – Attentes » (Carman, 1990 ; McDougall et Levesque, 1992 ; Finn et Lamb, 1991 ; Babakus et Mangold, 1989 ; Vandamme et Leunis, 1993 ; Peter et al, 1993). Spécialement, Cronin et Taylor (1992) constatent que la qualité de service est directement influencée par la perception du service et qu'il est alors inutile de mesurer les attentes du client de la qualité du service. Les auteurs ont donc proposé un instrument de mesure de la qualité de service, appelé SERVPERF, qui est vu comme une variante de SERVQUAL. En ne retenant que le volet de perception du service, cette échelle abrégée a l'avantage de réduire une moitié du nombre d'items, et donc d'accroître l'exactitude des études empiriques ainsi que d'augmenter la variance expliquée de la qualité de service.

La conclusion de Cronin et Taylor (1992) a également reçue une réponse de la part de Parasuraman et al (1994). En effet, grâce à leur recherche de réévaluer les attentes du client (qui sont vues comme le standard de comparaison pour mesurer la qualité du service), ceux-ci ont souligné que l'amélioration de qualité de service nécessite de combler l'écart entre les attentes et les scores de perception du service, et non pas la perception elle-même.

2.3. Qualité de service dans le secteur d'éducation

Dans ces dernières années, la qualité du service d'enseignement universitaire a de plus en plus attiré l'attention des chercheurs et gestionnaires. La plupart des chercheurs s'accordent que l'étudiant est le principal consommateur du service d'enseignement des universités (Hill, 1995). Par exemple, Madu et Kuei (1993) a souligné l'importance du fait que les universités voient les étudiants comme leurs principaux clients qui reçoivent leurs services, les parents comme des clients qui paient pour l'éducation de leurs enfants, la société comme des clients qui embauchent des étudiants, et les membres

du corps professoral comme des clients qui enseignent aux étudiants des connaissances nécessaires pour effectuer le travail. Rowley (1997), en partageant le point de vue ci-dessus, dit que pour améliorer la qualité du service d'enseignement, il convient que les universités tiennent compte des perspectives de toutes les parties prenantes par la compréhension de leurs besoins. Pour le faire, ils doivent comprendre les attributs de la qualité adoptés par les clients (Chua, 2004).

Nombreux points de vue portés sur la définition de la qualité du service d'éducation, et particulièrement sur celle du service d'enseignement supérieur, ont été introduits au cours de ces dernières décennies. La qualité du service d'éducation a été comprise comme l'excellence dans l'enseignement (Peters et Waterman, 1982), l'ajout de valeur dans l'éducation (Feigenbaum, 1951), la remise en forme des résultats d'études et des expériences des étudiants (Juran et Gryna, 1988), des spécifications et des exigences (Gilmore, 1974; Crosby, 1979) ou l'évitement de défaut dans le processus de l'éducation (Crosby, 1979). Une définition, qui est fondée sur le cadre proposé par Parasuraman et al (1985, 1988) et partagée par de nombreux chercheurs, est que la qualité du service d'enseignement concerne la capacité d'atteindre ou de dépasser les attentes des clients sur le service d'enseignement. Malgré de nombreuses études menées, aucun consensus dans la littérature sur la qualité de service dans le secteur d'enseignement supérieur a été obtenue (Avdjieva et Wilson, 2002).

Cependant, en prenant en compte la nécessité et l'importance de mesurer la qualité de service dans le secteur d'enseignement, de nombreuses recherches sur ce sujet ont été menées (Carman, 1990 ; Bolton et Drew, 1991 ; Pariseau et McDaniel, 1997 ; Ruby , 1998 ; Slade et al, 2000 ; Barnes et Bradley, 2007). Les recherches effectuées, en utilisant pour la plupart le modèle SERVQUAL proposé par Parasuraman et al (1988), portent principalement sur l'opérationnalisation de la qualité de service ou celle des dimensions d'origine de SERVQUAL ou de SERVPERF dans chaque contexte spécifique. Certains chercheurs utilisent la version adaptée du SERVQUAL de mesurer l'expérience des étudiants (Hill, 1995; Cuthbert, 1996). Dans ces recherches, la stabilité de l'échelle de mesure de la qualité de service dans des contextes différents est également discutée différemment. Néanmoins, les chercheurs semblent s'accorder que SERVQUAL et ses variantes (SERVPERF) sont des outils puissants pour mesurer et évaluer la qualité du service d'enseignement supérieur (Barnes, 2007).

3. Choix Methodologiques

Cette recherche vise à comprendre la perception de la qualité de service par le client et à tester la stabilité de l'outil de mesure de la qualité de service SERVQUAL dans un contexte culturel différent : secteur d'enseignement supérieur au Vietnam. Plus précisément, elle vise à vérifier l'adéquation de cinq dimensions de la qualité de service identifiés à ce contexte. Une telle recherche nécessite l'adaptation et la validation de l'instrument de mesure. Une démarche méthodologique inspirée du paradigme de Churchill (1979) a été choisi. Ainsi, cette recherche se décompose en deux phases. La première phase consiste une étude exploratoire appuyée par une revue de littérature extensive. Celle-ci est nécessaire car jusqu'à l'heure actuelle, très peu de recherches sur la qualité de service dans le secteur d'enseignement supérieur au Vietnam ont été conduites. Une recherche

multifacette sur ce sujet peut nous permettre de mieux comprendre la perception des étudiants du service d'enseignement supérieur dans le contexte vietnamien. En plus, cette phase exploratoire est aussi importante pour adapter l'instrument de mesure de la qualité de service à ce contexte. Dans la deuxième phase, de nature quantitative, une enquête par questionnaire a été effectuée. Celle-ci a pour objectif de valider l'instrument de mesure construit dans la première phase.

3.1. Choix du terrain d'étude

Notre approche méthodologique requiert un terrain d'étude adéquat. Le terrain choisi est une université publique qui se trouve à Hanoi (Université A). C'est une université pluridisciplinaire qui a été fondée depuis une quinzaine d'années et qui est organisée au tour de trois pôles principaux : économie, télécoms et technologie d'information. Notre choix du terrain n'est pas hasard. En effet, au-delà de son intérêt managérial du fait de l'absence d'études sur ce thème à cette université, il nous présente un grand avantage grâce aux relations professionnelles : celui de facilité d'accès au terrain d'étude.

3.2. Étude exploratoire

Phase qualitative

Dans cette phase exploratoire, nous avons effectué, pour la première étape, une étude qualitative qui poursuivait un objectif précis. Il s'agissait de recueillir des idées pour adapter les énoncés de l'instrument de mesure SERVQUAL original au contexte de recherche. Ainsi, des entretiens individuels semi-directifs en face à face sont effectués auprès de 10 étudiants de deuxième à quatrième année de l'université A et durant le mois d'août 2010. Les entretiens étaient centrés sur cinq dimensions de la qualité de service tirées de la revue de la littérature. Cependant, le cours de l'entretien était parfois modifié lorsque l'interviewé abordait un thème nouveau et pertinent à explorer bien que non prévu dans le guide d'entretien initial.

Chaque entretien a été mené par le chercheur lui-même et était enregistré grâce à un magnétophone. Ils ont ensuite été intégralement et manuellement retranscrits. Les textes de retranscription des entretiens ont fait l'objet d'une analyse de contenu thématique, c'est-à-dire qu'il s'agissait de repérer les différents thèmes apparaissant dans les discours recueillis. Dans cette phase, nous avons mené une analyse verticale puis une analyse horizontale. Ces dernières nous ont permis de repérer les thèmes récurrents et les différences entre participants (Bardin, 2007).

Cette étude qualitative exploratoire aboutit à ce que cinq dimensions de la qualité de service identifiées par Parasuraman & al (1988) semblent être toutes retrouvées dans le contexte d'enseignement supérieur au Vietnam. Cependant, les énoncés reflétant ces dimensions ressorties sont différentes de celles identifiées dans SERVQUAL. Le nombre d'items que nous avons obtenus est aussi beaucoup plus grand (le nombre d'items identifié dans SERVQUAL est de 22 alors que celui ressorti dans cette étude qualitative est de 54). Ces différences peuvent être expliquées par la raison exploratoire de cette phase de recherche.

Phase quantitative exploratoire

Les résultats de l'étude qualitative nous avons permis de rédiger un questionnaire, proche de SERVPERF. Nous avons ensuite effectué une étude quantitative exploratoire, durant trois dernières semaines du mois de septembre 2010, qui a pour but de tester la première version de l'outil de mesure, afin de nous assurer de sa bonne qualité et de pouvoir l'améliorer dans le cas échéant. L'objectif est d'épurer les items en éliminant ceux qui sont biaisés et non paramétriques. Nous examinons aussi la qualité des questions posées dans la première version du questionnaire. Pour ce faire, une analyse statistique descriptive et un test d'hypothèse de la normalité des distributions des items sont d'abord effectués. En suite, l'analyse factorielle exploratoire (AFE) par la méthode d'analyse en composantes principales (ACP) avec la rotation Varimax sur SPSS 16 est menée.

La prise en compte des résultats de la première étude quantitative nous a permis de réduire le nombre d'items reflétant les différentes dimensions de la qualité de service jusqu'à 32. Tous les items retenus ont été introduits dans une nouvelle version du questionnaire et sont mesurés sur une échelle Likert de 7 points. Celle-ci a été administrée à trois étudiants afin de vérifier la qualité des items retenus. Ce test nous a mené à effectuer quelques petits ajustements de l'expression des affirmations dans le questionnaire. Nous avons enfin eu la version définitive du questionnaire servant à la deuxième collecte des données.

3.3. Enquête finale

Collecte des données

La collecte des données se sont étalées dans le temps sur deux mois : octobre et novembre 2010. Le questionnaire est auto-administré auprès de 675 étudiants de l'Université A. Le nombre de questionnaires que nous avons reçu en retour est de 581. Parmi ces questionnaires, 506 étaient exploitables pour l'analyse des données. L'échantillon est réparti entre les différentes facultés et promotions (de deuxième à quatrième année).

Test de la qualité de l'instrument de mesure

Dans cette phase quantitative définitive, nous visons aux tests relatifs à la purification de la mesure. En suivant les recommandations de Gerbing et Anderson (1988) et Gerbing et Hamilton (1996), nous avons mené d'abord une analyse factorielle exploratoire, et puis, une analyse factorielle confirmatoire.

3.4. Analyse factorielle exploratoire

L'analyse factorielle exploratoire (AFE) vise à vérifier la fiabilité des échelles en étudiant les propriétés de chacune des échelles de mesure et des items qui les composent. Celle-ci permet de savoir si les items mesurent bien le même concept et d'épurer des items non-pertinents. Dans la phase quantitative exploratoire, nous avons réalisé une AFE dans le but de réduire le nombre des items. Cependant, Gerbing et Anderson (1988) et Gerbing et Hamilton (1996), dans leurs travaux visant à mettre à jour paradigme de Churchill (1979), proposent de faire précéder l'analyse confirmatoire d'une

série d'analyses factorielles exploratoires. Une autre AFE par la méthode d'ACP sur le logiciel SPSS 16 est alors effectuée lors de cette phase quantitative définitif afin d'épurer les items non pertinents. Cela est d'ailleurs important car l'AFE effectuée lors du pré-test ne nous a pas permis d'éliminer à fond les items non pertinents compte tenu de la faiblesse de l'échantillon.

Les 32 énoncés expliquant la qualité de service restant après le pré-test ont été maintenus pour cette phase d'AFE. Le résultat de l'ACP réalisée nous a conduits à retenir cinq axes factoriels rassemblant 16 items après épuration. Ces cinq facteurs expriment 62,54 % de la variance totale. Les indicateurs de fiabilité - alpha de Cronbach - pour chaque facteur sont tous supérieurs à 0.6. Les facteurs retenus (tableau 2) tendent à être répliqués à trois dimensions de la qualité de service dans l'échelle SERVQUAL : éléments tangibles (F1), serviabilité (F3) et assurance (F2, F4, F5). Cependant, les items constituant ces dimensions dans notre contexte de recherche sont différents des items originaux de SERVQUAL au niveau de l'aspect du service décrit et de leur formulation. Deux dimensions, à savoir la fiabilité et l'empathie, ne sont pas émergées dans notre étude.

Tableau 2
Résultats de l'ACP et fiabilité des mesures établies

Axes factoriels	Items	Commu.	Poids factor.	Alphas Cronbach
F1- Éléments tangibles	La cour de l'université est étroite	0.69	0.83	0.782
	La bibliothèque est petite par rapport au nombre d'étudiants de l'université	0.69	0.82	
	Le campus de l'université est petit rapport à son nombre d'étudiants	0.58	0.72	
	La formation de l'anglais pour les étudiants est faible	0.62	0.69	
F2- Assurance de la part des enseignants (ADE)	Les enseignants ont beaucoup d'expériences	0.60	0.76	0.706
	Les enseignants disposent des connaissances professionnelles approfondies	0.53	0.70	
	Les enseignants disposent de bonnes compétences pédagogiques	0.54	0.70	
	Les enseignants sont enthousiastes	0.50	0.66	
F3- Serviabilité	Les employés des services administratives ne sont pas enthousiastes	0.68	0.81	0.714
	Les employés des services administratives n'ont pas d'attitude sympathique	0.67	0.81	
	Les procédures administratives de l'université sont compliquées	0.56	0.67	
F4- Courtoisie des employés (CDE)	Les gardiens sont responsables	0.77	0.87	0.661
	Les gardiens sont enthousiastes	0.71	0.84	
	Les employés de ménage sont enthousiastes	0.53	0.55	
F5- Capacité à répondre aux questions des étudiants (CRQ)	Les enseignants répondent insuffisamment aux questions des étudiants	0.68	0.80	0.612
	Les enseignants répondent aux questions des étudiants avec retard	0.67	0.77	

3.5. Analyse factorielle confirmatoire

Pour valider les mesures identifiées, nous avons mené une analyse factorielle confirmatoire (AFC) sur le logiciel AMOS (version 16.0). Cette analyse est une application des méthodes d'équations structurelles qui permet de certifier la qualité psychométrique des résultats obtenus à l'issue de l'AFE.

Puisque le résultat de l'ACP montre que la dimension d'assurance de la qualité de service dans notre contexte de recherche semble être un construit tridimensionnel, le modèle factoriel confirmatoire de la qualité de service est alors de second ordre. Il a été estimé par la technique du maximum de vraisemblance. Afin d'évaluer l'adéquation du modèle aux données, nous avons eu recours aux indicateurs divisés en trois types classiques : indices absolus (CMIN/DF, GFI, AGFI, RMSEA), indices incrémentaux ou indices relatifs de comparaison (CFI), indices de parcimonie (CAIC).

Lors de notre mise en œuvre de l'AFC, aucun item n'est rejeté. Le test de mesure de la qualité de service dans notre recherche montre que trois facteurs du modèle de mesure sont intercorrélés (figure 1). D'ailleurs, tous les indices d'ajustement dépassent les seuils critiques que nous avons proposés (tableau 3).

Figure 1

Modèle de mesure de la qualité du service d'enseignement supérieur

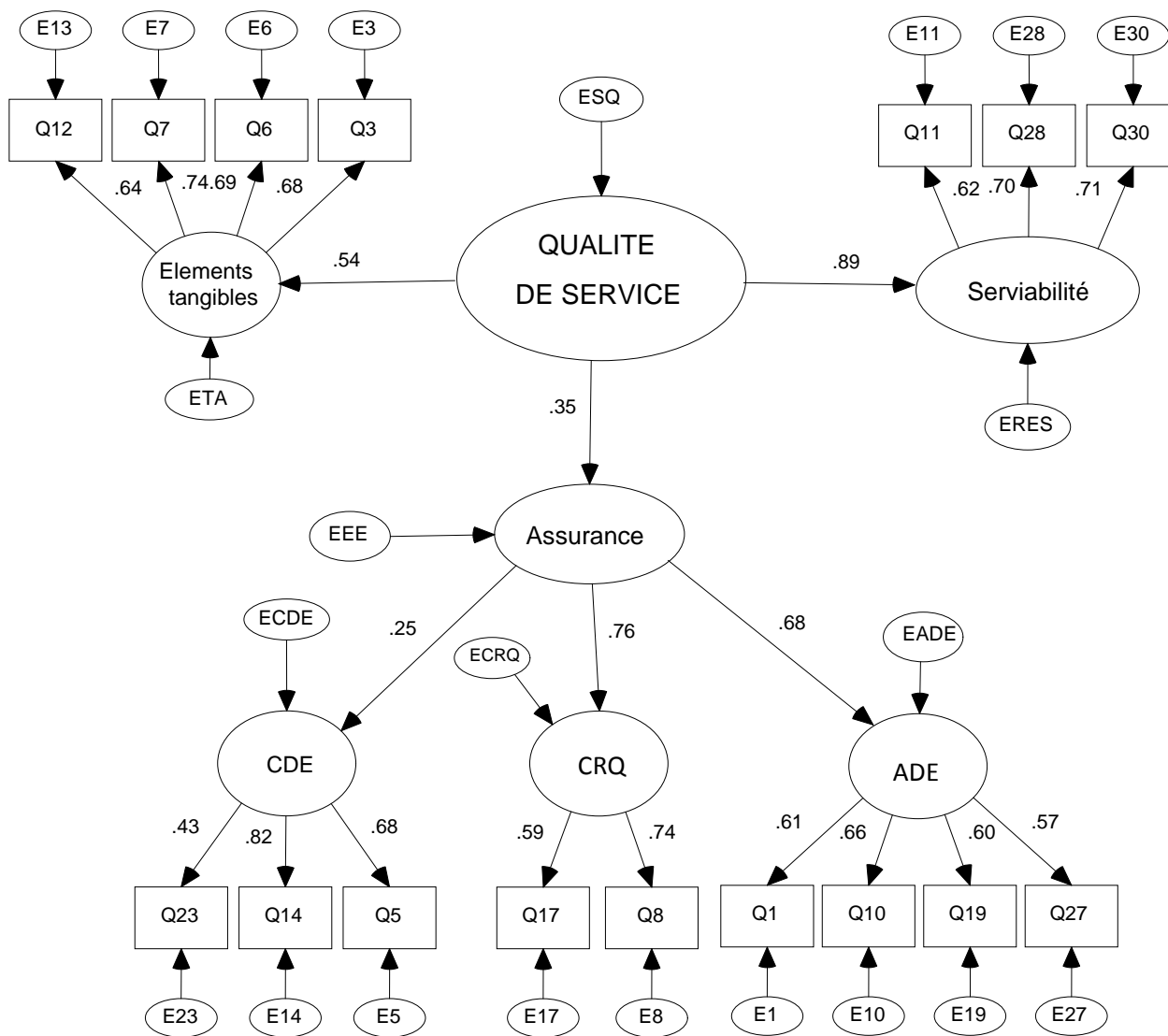


Tableau 3

Indices d'ajustement du modèle de mesure

Indices	Chi-deux	Degré de liberté	P	CMIN/DF	CFI	RMSEA
Seuils critiques	>>	> 0	≤ 0.05	≤ 3	≥ 0.9	≤ 0.08
Valeur	230.715	98	.000	2.354	.925	.052

3.6. Fiabilité et validité de l'échelle de mesure

Avec les résultats de l'AFC, nous avons définitivement évalué la fiabilité et la validité des échelles de mesures en calculant :

- l'indicateur de rho de Jöreskog (1971) (ρ_c) Cet indicateur nous permet de justifier la fiabilité de validité interne des échelles de mesure. D'après Roussel et al (2007), pour assurer une bonne fiabilité des instruments de mesure, cet indice doit être supérieur ou égal à 0.7.
- l'indicateur de rho de validité convergente (Fornell & Larker, 1981) (ρ_{vc}) qui est la variance moyenne extraite entre le construit et ses mesures.
- la différence entre le rho de validité convergente et le pourcentage de variance que la dimension ou le construit étudié partage avec les autres (carré de sa corrélation ρ^2). L'écart positif entre ceux-ci nous permet de vérifier la validité discriminante des échelles de mesure (Roussel et al, 2007).

Les résultats de l'évaluation de la fiabilité et de la validité des échelles adoptées montrent que certaines de celles-ci présentent des validités internes et des validités convergentes qui sont un peu faibles par rapport à nos attentes (tableau 4).

4. Résultats et discussions

De nombreuses démarches méthodologiques ont été développées et mis en œuvre pour valider l'échelle de mesure de la qualité de service dans le secteur d'enseignement supérieur au Vietnam. Les résultats de notre échelle de mesure de la qualité de service ne sont pas toute à fait cohérents avec la littérature portant sur la qualité de service en général et sur celle dans le secteur d'éducation. Les résultats requis nous ont permis de mieux comprendre la perception des étudiants vietnamiens de la qualité du service d'enseignement supérieur.

4.1. Dimensions importantes du service d'enseignement supérieur

Les éléments tangibles, la serviabilité et l'assurance se révèlent comme des axes importants de la qualité de service dans notre contexte de recherche, alors que d'autres dimensions (l'empathie et la fiabilité), qui sont souvent apparues dans la littérature, ne sont pas émergées dans notre recherche. On peut y voir l'explication des caractéristiques du service d'enseignement supérieur au Vietnam. En effet, le secteur d'enseignement supérieur vietnamien n'est pas encore compétitif. Les universités au Vietnam ne sont pas de vraies entreprises de service. L'offre de service de celles-ci comprend essentiellement des services de base, qui vise à satisfaire les besoins fondamentaux des étudiants, et peu de services périphériques. Les étudiants eux-mêmes n'espèrent pas trop de la qualité des services fournis par les universités vietnamiennes, surtout au niveau de services périphériques comme ceux constituant les deux dimensions de fiabilité et d'empathie de la qualité de service.

Les trois dimensions identifiées semblent montrer aussi que la qualité du service d'enseignement supérieur correspond à un jugement évaluatif des étudiants d'ordre cognitif plus qu'affectif. Parmi celles-ci, la serviabilité semble la dimension la plus importante de la qualité du service d'enseignement supérieur (poids factoriel (w) = 0.89), et l'assurance est la dimension la moins significative (w = 0.35). Cela est compréhensible car un offre service est généralement constitué des

services de base et des services périphériques. Certains services périphériques sont considérés, par le consommateur, comme nécessaires et obligatoires pour l'entreprise afin d'accéder aux services de base. D'autres ne le sont pas, mais ils permettent à l'entreprise de différencier son offre de service des autres. Dans le cas du service d'enseignement supérieur, la compétence, la courtoisie et la confiance inspirée par le personnel- ou la dimension d'assurance (Parasuraman & al, 1988)- sont vues comme les éléments nécessaires et obligatoires pour que les services de base sont réalisés. Par contre, d'autres attributs du service, qui constituent les dimensions d'éléments tangibles et de serviabilités, sont vus comme les éléments différenciés des universités. Ils attirent alors plus d'attention des étudiants.

Tableau 4**Échelle de mesure de la qualité du service d'enseignement supérieur**

Dimensions		Items	Fiabilité	Valid converg.	Valid. discrim.
			ρ	ρ_{vc}	$\rho_{vc} - \varphi^2$
Éléments tangibles		La cour de l'université est étroite	0,782	0,474	0,387
		La bibliothèque est petite par rapport au nombre d'étudiants de l'université			
		Le campus de l'université est petit rapport à son nombre d'étudiants			
		La formation de l'anglais pour les étudiants est faible			
Serviabilité		Les employés des services administratives ne sont pas enthousiastes	0,717	0,458	(0,166)
		Les employés des services administratives n'ont pas d'attitude sympathique			
		Les procédures administratives de l'université sont compliquées			
Assurance	Assurance de la part des enseignants ($\rho_{vc} = 0,374$)	Les enseignants ont beaucoup d'expériences	0,704	0,414	0,163
		Les enseignants disposent des connaissances professionnelles approfondies			
		Les enseignants disposent de bonnes compétences pédagogiques			
		Les enseignants sont enthousiastes			
Courtoisie des employés ($\rho_{vc} = 0,443$)		Les gardiens sont responsables	0,692		0,439
		Les gardiens sont enthousiastes			
		Les employés de ménage sont enthousiastes			
Capacité à répondre aux		Les enseignants répondent insuffisamment aux questions des étudiants	0,619		0,126

	questions des étudiants ($\rho_{vc} = 0,452$)	Les enseignants répondent aux questions des étudiants avec retard			
--	--	---	--	--	--

4.2. Évaluation des étudiants des dimensions de la qualité de service

Cette recherche nous montre également que les étudiants de l'Université A ne sont pas en général satisfaits du service d'enseignement supérieur reçu (score moyen (r) = 3.15). Parmi les trois dimensions du service, ils sont les plus mécontents des éléments tangibles (r = 2.41). Leur sous-évaluation est portée sur le campus, la cour, la bibliothèque de l'université ainsi que sur leur formation de l'anglais pour les étudiants. Ils ne sont pas contents, non plus, de la dimension de serviabilité (r = 3.08). Par contre, ils sont légèrement satisfaits avec la dimension d'assurance (r = 4.46) bien que celle-ci est jugé le moins important parmi les dimensions perçues du service d'enseignement supérieur. Dans cette dimension, l'assurance de la part des enseignants est assez bien évaluée, alors que la courtoisie des employés est l'aspect sous-évalué par les étudiants.

Les données recueillies assez abondantes sur le terrain d'étude nous ont permis d'exploiter des résultats complémentaires à cette recherche. En effet, à partir des données reçues, nous pouvons classer les étudiants dans notre échantillon en groupes distincts en fonction de leur promotion et faculté. Le test T pour échantillons indépendants (*Independent sample t test*) a été effectué. Grâce aux résultats du test, nous trouvons des différences dans l'évaluation de deux dimensions (éléments tangibles et serviabilité) de la qualité du service d'enseignement supérieur entre les étudiants de différentes promotions. Les étudiants en quatrième année semblent juger la serviabilité d'une manière moins positive que ceux en deuxième et troisième année. Pourtant, pour eux, les éléments tangibles sont mieux évalués par rapport aux étudiants d'autres promotions. Les résultats du test montre aussi qu'il n'y a pas de différences significatives dans l'évaluation de la qualité du service d'enseignement supérieur entre les étudiants en fonction de leur faculté.

5. Apports, limites et perspectives de la recherche

D'un point de vue managérial, l'échelle de mesure de la qualité de service adoptée dans cette recherche pourrait constituer un outil d'aide aux managers des universités vietnamiennes dans la gestion de la qualité de leur service d'enseignement supérieur. En effet, elle montre que les étudiants vietnamiens accordent un intérêt particulier à la serviabilité lors d'évaluer la qualité de ce service ; cette dimension renvoie à la bonne volonté et l'empressement du personnel à servir et répondre au client (Parasuraman & al, 1988). Dans notre contexte de recherche, celle-ci concerne strictement les procédures administratives et les employés des services administratifs d'une université. Cela suggère qu'afin d'améliorer la qualité du service d'enseignement supérieur, les managers doivent chercher à réduire la complexité des procédures administratives pour leurs étudiants. En plus, les employés des services administratifs doivent, eux-mêmes, adopter une attitude sympathique auprès des étudiants. A côté de la serviabilité de la part des employés des services administratifs, les étudiants vietnamiens s'intéressent aussi à la courtoisie des employés de ménage et des gardiens de l'université. Pour eux, c'est un aspect de la dimension d'assurance de la qualité du service d'enseignement supérieur. Il est alors important que les managers des universités vietnamiennes s'occupent plus sur les mesures afin

d'améliorer l'attitude de leurs employés. Les activités de marketing interne devraient, peut-être, être renforcées au sein de ces universités.

Par ailleurs, afin de minimiser l'insatisfaction due à une perception de la qualité du service d'enseignement supérieur par les étudiants, les universités devraient aussi améliorer les éléments tangibles liés à leur formation, tels que le campus, de la cour et de la bibliothèque de l'université. Enfin, puisque les étudiants vietnamiens accordent également une préoccupation particulière aux compétences des enseignants, les managers des universités vietnamiennes devraient sans cesse chercher des mesures pour encourager leurs enseignants à améliorer leurs compétences.

Ainsi, l'échelle de mesure adoptée dans notre recherche fournira un ensemble de critères d'évaluation valides sur lesquels les managers des universités au Vietnam pourront agir en prenant des décisions d'investissement en fonction de la contribution des différents attributs à la qualité perçue par les étudiants. Cependant, notre recherche demeure encore exploratoire, en raison notamment d'un certain nombre de limites. La principale limite de ce travail réside dans notre terrain d'étude. En effet, dans cette recherche empirique, nous n'avons travaillé que sur la qualité du service d'enseignant supérieur perçue par les étudiants de deuxième à quatrième année d'une université vietnamienne (Université A). Cela pose la question sur la généralisation des résultats et alors réduit la validité externe de notre recherche (Yin, 2003b).

Une autre limite de notre recherche est liée à la validité des échelles construites de mesure de la « courtoisie des employés » et de la « capacité à répondre aux questions des étudiants »- deux sous-dimensions reflétant l'assurance. Les indicateurs de fiabilité de cohérence interne (ρ) des ces instruments sont inférieurs à 0,7 (0,692 pour l'échelle de la courtoisie des employés et 0,619 pour celle de la capacité des enseignants à répondre aux questions des étudiants), expliquant que les items spécifiés dans le modèle de mesure de ces construits ne les représentent pas suffisamment bien. Pourtant, le test des validités discriminantes de ces construits est presque favorable (sauf la validité discriminante du construit de serviabilité): la variance expliquée est supérieure à celle partagée avec d'autres construits dans la mesure du concept. Cela veut dire que ces construits peuvent être regroupés avec d'autres construits en vue d'offrir une mesure plus fiable du concept.

De plus, les validités convergentes (ρ_{vc}) des instruments de mesure des construits reflétant la qualité de service dans notre recherche ne sont pas assurés. Leur niveau de variance expliquée est inférieur à 0,5. Cela signifie que plus de 50% des items spécifiés dans le modèle de mesure ne sont pas expliqués par ces construits. Cela constitue une limite certaine de notre recherche.

Les limites que nous venons de présenter sont autant de voies de recherche pour le futur. En fait, les recherches futures peuvent étendre le champ de recherche. Dans ce sens, elles peuvent diversifier et élargir le terrain d'études, vers d'autres universités vietnamiennes par exemple. Elles pourraient également investiguer la qualité de service perçue auprès d'autres groupes parties prenantes des universités, comme par exemple les étudiants des programmes de masters, les parents des étudiants... Par ailleurs, comme nous avons souligné, l'échelle adoptée dans cette recherche présente une validité convergente un peu faible et mériterait d'être améliorée. Les mesures se rapportant à la qualité de service étant spécifiques et contextuelles, il sera nécessaire que les recherches futures

construisent des mesures multiples (plusieurs méthodes, plusieurs items), afin de pouvoir aisément s'assurer de leur qualité (fiabilité et validité).

Bibliographie

Barnes et Bradley. R., (2007), « Analysing Service Quality: The Case of Post-Graduate Chinese Students », *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 18, Issue 3 (May2007), pp : 313-331

Brown, S.W. et Teresa A. Ss (1989), "A Gap Analysis of Professional Service Quality," *Journal of Marketing*, 53 (April), 92-98.

Candido, C. J. F. et Morris, D. S, (2000), « Charting service quality gaps », *Total Quality Management*, Vol. 11, Issue 4/5/6, pp : 463

Carman, J.M. (1990), « Consumer perceptions of service quality: an assessment of the SERVQUAL dimensions », *Journal of Retailing*, Vol. 66, pp : 33–55.

Choon. L.K, Teck. C.L et Hoi. P.T, (2010), « Education Quality Process Model and Its Influence on Students' Perceived Service Quality », *International Journal of Business and Management*, Vol. 5, No. 8

Churchill, G. A., Jr. (1979), A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs, *Journal of Marketing Research*, 16, 64–73.

Cronin, J.J. & Taylor S.A., (1992), Measuring service quality: A re-examination and extension, *Journal of Marketing*, 56:3, 55-68.

Crosby, P.B. (1979), « *Quality is free* », New York: McGraw-Hill

Cuthbert, P. F. (1996), “ Managing service quality in HE: is SERVQUAL the answer? Part 2”, *Managing Service Quality*, Vol. 6, No.3, pp : 31-35.

Gerbing, D.W. & Anderson, J.C. (1988), “An update paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment”, *Journal of Marketing Research*, 25 (2), 186-92

Gerbing, D.W. & Hamilton, J.G. (1996), “The viability of exploratory factor analysis as a precursor to confirmatory factor analysis”, *Structural Equation Modeling*, 3 (1), 62-72.

Finn, D.W.; Lamb Jr. et Charles. W., (1991), “ An Evaluation of the SERVQUAL Scales in a Retailing Setting », *Advances in Consumer Research*, 1991, Vol. 18, Issue. 1, pp : 483-490

Hair, J.F., Black, W.C., Babin B.J. et Anderson R.E. (2006), “*Multivariate Data Analysis*”, (6th) Pearson Education.

Hill, F.M. (1995), « Managing service quality in higher education: the role of the students as primary consumer », *Quality Assurance in Education*, Vol. 3, No. 3, pp : 10-21.

Juran, J.M., et Godfrey, A.B. (2000), « *Juran's quality handbook*, (5 edn), Singapore: McGraw-Hill.

Grönroos, C. (1984), A service quality model and its marketing implications, *European Journal of Marketing*, Vol. 18, No.4, pp. 36-44.

Kamvounias, P. (1999), « Student as customer and higher education as industry: a review of the literature and the legal implications », *Academy of Education Leadership Journal*, Volume 3, Number 1, 1999

Kitchroen, K. (2004). « Literature review: service quality in educational institutions,» *ABAC Journal*, Vol.24, No.2 (May-August,2004). 14-25

Parasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithaml, V.A. (1991a), « Refinement and reassessment of the SERVQUAL Scale », *Journal of Retailing*, 67, 420–450.

Parasuraman, A., Berry, L.L. & Zeithaml, V.A. (1991b), « More on improving service quality measurement », *Journal of Retailing*, 69, 140–147.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1985), « A conceptual model of service quality and its implication », *Journal of Marketing* , Vol. 49, Fall, pp. 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988), "SERVQUAL: a multi-item scale for measuring consumer perceptions of the service quality", *Journal of Retailing* , Vol. 64, No. 1, pp. 12-40.

Quinn, A; Lemay, G; Larsen, P and Johnson, D. M, (2009), « Service quality in higher education », *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 20, Issue 2, pp : 139

Richard A., Robert D. (1996), « An Empirical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction », *Journal of Retailing*, Vol. 72, No.2, pp. 201-214

Roussel, P., Durrieu, F., Campoy, E. & Akremi, A.E. (2007), “*Méthodes d'équations structurelles : recherche et applications en gestion*”, Economica

Rowley, J (1997), "Beyond service quality dimensions in higher education and towards a service contract", *Quality Assurance in Education*, Vol. 5, No. 1, pp. 7–14.

Russell, M. (2005), “Marketing education: a review of service quality perceptions among international students”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(1), 65-77.

Snipes, R.L. & N. Thomson (1999), « An Empirical study of the factors underlying student service quality perceptions in higher education », *Academy of Educational Leadership Journal*, Volume 3, Number 1, 1999. 39-57

Spreng, R.A. et Mackoy, R.D. (1996), “An Empirical Examination of a Model of Perceived Service Quality and Satisfaction”, *Journal of Retailing*, Vol. 72, Issue 2, p.201-214

Taylor. S.A. et Thomas L, B. (1994). "An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumers' Purchase Intentions." *Journal of Retailing*, 70(2): 163-178.

Teas, R.K. (1993), “Consumer Expectations and the Measurement of Perceived Service Quality”, *Journal of Professional Services Marketing*, 8. (2). 33-54.

Teas, R.K. (1993), “Expectations, performance evaluation, and consumers’ perceptions of quality”. *Journal of Marketing*, 57, 18–34.

Vandamme R. et Leunis J. (1993), “Development of a Multiple-item Scale for Measuring Hospital Service Quality”, *International Journal of Service Industry Management* , Vol. 4, p.30-49.

Webster, C.(1989), “Can Consumers Be Segmented On The Basis Of Their Service Quality Expectations”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 3 Issue 2, p35

Woodside, A.G.; Frey, L.L. et Daly, R.T, (1989), “Linking Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention”, *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 9 Issue 4

Yin R.K. (2003b), “*Case Study Research : Design and Methods*”, Applied Social Research Methods Series, Third Edition, vol. 5, Sage Publications

Zeithaml. V. A. (1988), "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence." *Journal of Marketing Research*, Vol. 52, p. 2-2.