

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN**



NGUYỄN THỊ KIM CHI

**NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG
ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CỦA
HỌC SINH PHỔ THÔNG TRUNG HỌC - TRƯỜNG HỢP HÀ NỘI**

CHUYÊN NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ (KHOA HỌC QUẢN LÝ)

MÃ SỐ: 62.34.04.10

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học:

PGS.TS. Đoàn Thị Thu Hà

HÀ NỘI, NĂM 2018

LỜI CAM ĐOAN

Tôi đã đọc và hiểu về các hành vi vi phạm sự trung thực trong học thuật. Tôi cam kết bằng danh dự cá nhân rằng sự nghiên cứu này do tôi tự thực hiện và không vi phạm yêu cầu về sự trung thực trong học thuật.

Hà Nội, ngày tháng năm 2018

Người hướng dẫn khoa học

Tác giả

PGS.TS. Đoàn Thị Thu Hà

Nguyễn Thị Kim Chi

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin chân thành gửi lời cảm ơn đến trường Đại học Kinh doanh và Công nghệ Hà Nội, các thầy cô giáo và các em học sinh ở trường trung học phổ thông thuộc thành phố Hà Nội, Quý thầy cô trường Đại học Kinh tế Quốc dân đã tạo mọi điều kiện tốt nhất để tôi hoàn thành luận án này.

Tôi xin chân thành gửi lời biết ơn đến PGS.TS Đoàn Thị Thu Hà, người đã hướng dẫn khoa học của luận án, đã giúp đỡ tôi tận tình về phương pháp nghiên cứu, kiến thức chuyên môn để hoàn thành luận án này.

Tôi xin gửi lời tri ân đến đồng nghiệp, bạn bè, các chuyên gia đã tư vấn, hỗ trợ, trao đổi nhiều ý kiến đóng góp quý báu cho các nội dung khác nhau của luận án.

Cuối cùng, tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến cha mẹ hai bên, chồng và các con đã giúp đỡ tôi cả về tinh thần và vật chất trong suốt quá trình nghiên cứu.

Xin gửi lời cảm ơn chân thành đến tất cả mọi người!

Tác giả

Nguyễn Thị Kim Chi

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN

LỜI CẢM ƠN

MỤC LỤC

DANH MỤC VIẾT TẮT

DANH MỤC BẢNG BIỂU

DANH MỤC HÌNH

CHƯƠNG 1 MỞ ĐẦU.....	1
1.1 Sự cần thiết của đề tài.....	1
1.2 Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu.....	3
1.3 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	4
1.4 Phương pháp nghiên cứu.....	4
1.5 Những đóng góp mới của luận án.....	5
1.6 Kết cấu của luận án.....	5
CHƯƠNG 2 CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CỦA HỌC SINH THPT.....	7
2.1 Tổng quan về hệ thống giáo dục quốc dân ở Việt Nam.....	7
2.1.1 Khung cơ cấu hệ thống giáo dục quốc dân Việt Nam.....	7
2.1.2 Khái niệm, đặc điểm của GDDH và lợi ích của việc học đại học.....	9
2.1.3 Học sinh trung học phổ thông và khách hàng trong đào tạo đại học.....	13
2.2 Tổng quan về quyết định lựa chọn trường đại học.....	16
2.2.1 Lý thuyết lựa chọn.....	16
2.2.2 Lý thuyết về hành vi lựa chọn của khách hàng và hành vi lựa chọn trường đại học của học sinh PTTH.....	19
2.3 Tổng quan các nghiên cứu về quyết định lựa chọn trường.....	25
2.3.1 Tổng quan các nghiên cứu nước ngoài.....	25
2.3.2 Tổng quan các nghiên cứu trong nước.....	28
2.4 Phát triển mô hình nghiên cứu, thang đo và giả thuyết.....	30
2.4.1 Xây dựng mô hình nghiên cứu.....	30
2.4.2 Tổng quan các khái niệm và các cách đo lường các biến liên quan.....	33
2.4.3 Giả thuyết nghiên cứu.....	40
TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....	49
CHƯƠNG 3 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	50
3.1 Thiết kế nghiên cứu.....	50
3.1.1 Quy trình nghiên cứu.....	50

3.1.2 Xây dựng phiếu điều tra.....	51
3.1.3 Mẫu nghiên cứu và phương pháp phân tích dữ liệu	53
3.2 Nghiên cứu định tính ban đầu	58
3.2.1 Mục tiêu của phỏng vấn sâu.....	58
3.2.2 Phương pháp thực hiện phỏng vấn sâu	58
3.2.3 Kết quả nghiên cứu định tính ban đầu	59
3.2.4 Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết được điều chỉnh sau nghiên cứu định tính	61
3.3 Nghiên cứu định lượng sơ bộ	63
3.3.1 Mục tiêu nghiên cứu sơ bộ.....	63
3.3.2 Phương pháp thực hiện nghiên cứu định lượng sơ bộ.....	63
3.3.3 Kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ.....	64
3.4 Nghiên cứu định lượng chính thức	70
3.4.1 Mục tiêu nghiên cứu	70
3.4.2 Phương pháp nghiên cứu	70
3.5 Nghiên cứu định tính bổ sung.....	74
3.5.1 Mục tiêu nghiên cứu	74
3.5.2 Phương pháp nghiên cứu	74
TÓM TẮT CHƯƠNG 3	75
CHƯƠNG 4: BỐI CẢNH NGHIÊN CỨU VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VỀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CỦA HỌC SINH THPT	76
4.1 Tổng quan về việc lựa chọn trường đại học của học sinh THPT	76
4.1.1 Xu hướng thay đổi của GDDH trên thế giới và Việt Nam	76
4.1.2 Bối cảnh tuyển sinh đại học	77
4.1.3 Xu hướng lựa chọn trường đại học của học sinh THPT.....	79
4.2. Kết quả nghiên cứu định lượng chính thức về các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT	84
4.2.1 Mẫu nghiên cứu	84
4.2.2 Đánh giá độ tin cậy của thang đo chính thức với hệ số Cronbach's Alpha	88
4.2.3 Phân tích nhân tố khám phá EFA	89
4.2.4 Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)	91
4.2.5 Kết quả đánh phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu	96
4.3 Kết quả nghiên cứu bổ sung.....	101

4.3.1 Phân tích mức độ đánh giá của học sinh với các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn trường đại học	101
4.3.2 Phân tích mô hình có biến kiểm soát.....	104
CHƯƠNG 5: BÌNH LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH NHẪM THU HÚT SINH VIÊN LỰA CHỌN TRƯỜNG ĐẠI HỌC.....	107
5.1 Tóm tắt kết quả nghiên cứu chính của luận án.....	107
5.2 Bình luận về kết quả nghiên cứu	109
5.2.1 Bình luận về các giả thuyết được chấp nhận.....	109
5.2.2 Bình luận về kết quả nghiên cứu các giả thuyết không được chấp nhận	112
5.3 Đề xuất cho nhà quản trị.....	113
5.3.1 Giải pháp về tư tưởng, định hướng chung	113
5.3.2 Xác định lợi thế và định hướng chiến lược nhằm tạo sự khác biệt cho từng trường đại học trong bối cảnh cạnh tranh tuyển sinh.....	114
5.3.3 Phân đoạn thị trường, xác định khách hàng mục tiêu, và định vị thương hiệu trường đại học	115
5.3.4 Lựa chọn và hoàn thiện các chính sách marketing nhằm nâng cao công tác tuyển sinh.....	116
5.3.5 Đa dạng và nâng cao, linh hoạt các chương trình học.....	117
5.3.6 Lựa chọn chính sách giá cả GDDH phù hợp	118
5.3.7 Cải thiện danh tiếng của trường đại học	119
5.4 Đối với Chính phủ, các bộ - ngành Trung ương	123
5.5 Đối với học sinh THPT	124
5.6 Những hạn chế và hướng nghiên cứu trong tương lai	124
DANH SÁCH CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN	125
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	126
PHỤ LỤC	139

DANH MỤC VIẾT TẮT

Bộ GD&ĐT	: Bộ Giáo dục và Đào tạo
GDDH	: Giáo dục đại học
THPT	: Trung học phổ thông

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1:	Tổng hợp các khách hàng của cơ sở giáo dục đại học.....	15
Bảng 2.2:	So sánh các bước ra quyết định lựa chọn trường đại học và quyết định lựa chọn sản phẩm/dịch vụ	21
Bảng 3.1:	Tóm tắt nội dung trong quy trình nghiên cứu	50
Bảng 3.2:	Thống kê các trường THPT thuộc quận, huyện Hà Nội (2014 -2015).....	55
Bảng 3.3:	Tổng hợp số liệu đối tượng điều tra.....	57
Bảng 3.4:	Tổng hợp số lượng phiếu điều tra chính thức được sử dụng	58
Bảng 3.5:	Đặc điểm mẫu học sinh THPT trong nghiên cứu định tính	59
Bảng 3.6:	Kết quả tổng hợp nghiên cứu định tính ban đầu.....	60
Bảng 3.7:	Điều chỉnh cách diễn đạt các khái niệm, thang đo	61
Bảng 3.8:	Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo “Cảm nhận về chi phí”	64
Bảng 3.9:	Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Cảm nhận về chương trình học” ...	65
Bảng 3.10:	Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực”	66
Bảng 3.11:	Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Danh tiếng trường đại học”	66
Bảng 3.12:	Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học”	67
Bảng 3.13:	Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo “Lời khuyên của người khác”.....	68
Bảng 3.14:	Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Chuẩn mực chủ quan”.....	68
Bảng 3.15:	Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo biến phụ thuộc “Quyết định chọn trường đại học”.....	69
Bảng 3.16:	Tổng hợp biến quan sát bị loại từ kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ... 69	
Bảng 4.1:	Thống kê số liệu trường, sinh viên đang theo học và sinh viên tốt nghiệp tại các trường đại học và cao đẳng Việt Nam giai đoạn 2010 - 2015.....	77
Bảng 4.2:	Thống kê các trường đại học, cao đẳng ở từng khu vực.....	78
Bảng 4.3:	Tổng hợp độ tin cậy thang đo chính thức với hệ số Cronbach’s Alpha	89
Bảng 4.4:	Tổng hợp hệ số phân tích nhân tố EFA biến độc lập.....	90
Bảng 4.5:	Tổng hợp hệ số phân tích nhân tố EFA biến quyết định lựa chọn	91
Bảng 4.6:	Tổng hợp hệ số mô hình CFA của thang đo mô hình quyết định lựa chọn trường	92
Bảng 4.7:	Trọng số CFA các nhân tố của mô hình tới hạn.....	93
Bảng 4.8:	Kết quả kiểm định giá trị phân biệt của các nhân tố trong mô hình.....	94
Bảng 4.9:	Hệ số tin cậy tổng hợp và phương sai trích các nhân tố trong mô hình	95
Bảng 4.10:	Tác động của các nhân tố tới quyết định lựa chọn trường	98
Bảng 4.11:	Kết quả phân tích bằng bootstrap để đánh giá tính vững của mô hình.....	98

Bảng 4.12: Kết quả phân tích đa nhóm theo học lực học sinh.....	100
Bảng 4.13: Kết quả kiểm định lựa chọn mô hình theo học lực.....	100
Bảng 4.14: Mức độ đánh giá của học sinh với các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn trường.....	102
Bảng 4.15: Mức độ đánh giá của học sinh với các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn trường.....	104
Bảng 4.16: Hệ số hồi quy khi phân tích có biến kiểm soát.....	106
Bảng 5.1: Kết quả kiểm định các giả thuyết	108

DANH MỤC HÌNH

Hình 2.1:	Khung cơ cấu hệ thống giáo dục quốc dân theo Quyết định 1981/QĐ-TTg ngày 18/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ.....	7
Hình 2.2:	Quá trình ra quyết định mua/chọn	20
Hình 2.3:	Mô tả về quyết định lựa chọn trường đại học X của học sinh PTTH.....	23
Hình 2.4:	Mô hình lý thuyết hành vi hợp lý (TRA)	24
Hình 2.5:	Mô hình lý thuyết của luận án	33
Hình 3.1:	Quy trình xây dựng phiếu điều tra	51
Hình 3.2:	Thống kê số lượng trường THPT ở Hà Nội	55
Hình 3.3:	Thống kê số học sinh THPT ở Hà Nội giai đoạn 2002 -2015.....	56
Hình 3.4:	Thống kê tỷ lệ tốt nghiệp THPT Hà Nội giai đoạn 2002 -2015.....	56
Hình 3.5:	Mô hình nghiên cứu chính thức.....	63
Hình 4.1:	Phân tích phổ điểm theo từng khối thi từ dữ liệu chính thức của Bộ GD &ĐT	81
Hình 4.2:	Các nhóm ngành được học sinh PTTH ưa thích nhất khi lựa chọn trường đại học	82
Hình 4.3:	Cơ cấu sinh viên theo nhóm ngành học	83
Hình 4.4 :	Tỷ lệ học sinh theo giới tính trong mẫu khảo sát	84
Hình 4.5:	Tỷ lệ học sinh phân loại theo học lực	85
Hình 4.6:	Tỷ lệ học sinh theo khu vực trường	85
Hình 4.7:	Tỷ lệ phân loại theo hình thức tuyển sinh	86
Hình 4.8:	Tỷ lệ phân theo thời điểm học sinh suy nghĩ về vấn đề lựa chọn trường đại học	86
Hình 4.9:	Thống kê mô tả giá trị trung bình quan niệm của học sinh THPT về việc đi học đại học.....	87
Hình 4.10:	Thống kê mô tả giá trị trung bình về lý do lựa chọn 1 trường đại học để theo học của học sinh THPT	87
Hình 4.11:	Thống kê mô tả giá trị trung bình của mức độ hữu ích các nguồn thông tin khi học sinh lựa chọn trường đại học.....	88
Hình 4.12:	Kết quả phân tích CFA với mô hình tối hạn	91
Hình 4.13:	Phân tích mô hình SEM (chuẩn hóa)	97
Hình 4.14:	Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính.....	99
Hình 4.15:	Mô hình với các biến kiểm soát.....	105

CHƯƠNG 1

MỞ ĐẦU

1.1 Sự cần thiết của đề tài

Giáo dục đại học (GDĐH) trên thế giới đang biến đổi rất nhanh trên mọi phương diện với các xu hướng chủ yếu là: đại chúng hóa, thị trường hóa, tư nhân hóa, số hóa. Như là những doanh nghiệp, các trường đại học đã thay đổi nhằm thích ứng với môi trường cạnh tranh hơn bằng cách hoàn thiện các dịch vụ giáo dục và quản trị doanh nghiệp (Mok, 2007); Một số trường đã cải thiện hoặc thay đổi cấu trúc để hoạt động hiệu quả và có những ứng phó kịp thời trong khi nguồn lực có sẵn ngày càng khan hiếm (Ball, 1998)... Với tư cách là những nhà cung cấp dịch vụ, các trường đại học cần gia tăng lợi thế cạnh tranh của mình bằng cách đáp ứng tốt hơn nữa những lợi ích, nhu cầu ngày càng cao của các bên liên quan gồm học sinh trung học phổ thông (THPT), sinh viên, phụ huynh, các nhà tuyển dụng...

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế sâu rộng, giáo dục đào tạo nói chung và giáo dục đại học Việt Nam nói riêng phải đổi mới toàn diện. Điểm thay đổi rõ rệt nhất đó là GDĐH chuyển dần sang hướng đại chúng hóa, giảm vai trò của các chính phủ chuyển dần sang hướng tự chủ toàn diện. Các trường đại học đã được giao quyền tự chủ mạnh mẽ, nhiều trường đã chủ động, sáng tạo trong việc lựa chọn, thu hút thí sinh có năng lực và nguyện vọng vào học tập và nghiên cứu; đồng thời thực hiện công khai, minh bạch các điều kiện đảm bảo chất lượng, tuyển sinh và thực hiện trách nhiệm giải trình trước xã hội (đặc biệt là phụ huynh và học sinh/ sinh viên).

Thực tế tuyển sinh những năm gần đây, các trường đại học đối mặt với hàng loạt các khó khăn. Một là, sự chuyên biến trong “thị trường” tuyển sinh, bên cung tăng do các trường đại học thành lập ồ ạt, bên cầu là sự sụt giảm lượng học sinh THPT do có nhiều sự lựa chọn khác hấp dẫn hơn như du học, đi làm, học nghề... Vì vậy, áp lực tuyển sinh có lẽ đã chuyển từ vai thí sinh sang vai các trường đại học. Hai là, các trường đại học luôn mong muốn thu hút những học sinh THPT có đủ năng lực, yêu thích ngành nghề lựa chọn, trong khi nhiều học sinh THPT lựa chọn trường đại học còn cảm tính, thiếu hiểu biết về ngành nghề lựa chọn dẫn đến sự chán nản, lãng phí trong suốt quá trình đào tạo. Ba là, các trường đại học đã tập trung nguồn lực nhiều hơn vào các chiến dịch truyền thông nhằm cung cấp cho sinh viên tiềm năng những thông tin cần thiết và nâng cao vị thế của trường trong xã hội. Nhưng không phải tất cả nỗ lực truyền thông điệp nhằm thu hút sinh viên của các nhà trường đã được triển khai đúng hướng, hiệu quả.

Muốn giải quyết được những khó khăn này, mỗi trường đại học cần xác định rõ vai trò, sứ mệnh, có những giải pháp nhằm hoàn thiện chiến lược tuyển sinh. Một trường đại học nếu không sinh viên sẽ khó tồn tại, thu hút được những sinh viên tốt sẽ nền tảng để phát triển lâu dài. Như vậy, vấn đề then chốt phải là xác định rõ sinh viên tiềm năng của mình là ai? họ mong muốn gì? có những nhân tố nào thực sự ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của họ? Trong các nhân tố đó nhân tố nào đóng vai trò quan trọng và nhân tố nào ít quan trọng hơn? Chiều hướng tác động của các nhân tố đó như thế nào?. Cuộc tranh tuyển sinh là câu chuyện của tất cả các trường do vậy khám phá được những vấn đề này sẽ là cơ sở để các trường đại học điều chỉnh, bổ sung các giải pháp hợp lý, tập trung nguồn lực vào triển khai các giải pháp tuyển sinh tác động trực tiếp, hiệu quả, chủ động vào các yếu tố chính ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường của học sinh và thu hút họ ghi danh, theo học tại trường.

Từ thực tiễn này, tác giả nhận thấy cần có những nghiên cứu chuyên sâu xung quanh chủ đề về quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT ở Việt Nam.

Về lý thuyết, theo thống kê còn hạn chế của tác giả, quyết định lựa chọn trường đại học đã được các tác giả trong nước và nước ngoài tiếp cận dưới nhiều góc độ khác nhau theo quan điểm tiếp cận từ góc độ xã hội học, kinh tế, hay tổng hợp kinh tế - xã hội, và theo hướng marketing. Các góc nhìn khá phong phú, đa chiều từ các đối tượng như học sinh THPT – sinh viên tiềm năng, sinh viên, phụ huynh đến nhà trường. Chapman (1981), Kotler & Fox (1995), Joseph và Joseph (1998, 2000), Karl Wagner và cộng sự (2009), Joseph Kee Ming Sia (2013)...là những tác giả tiêu biểu cho hướng tiếp cận từ học sinh THPT. Những kết quả nghiên cứu này đã làm rõ được các yếu tố chính ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học gồm cảm nhận về chi phí, cảm nhận về chương trình học, cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực, danh tiếng của trường đại học, lời khuyên của người khác, thông tin học sinh nhận được từ trường đại học. Những nghiên cứu này đều tiếp cận dựa trên lý thuyết ý định hành vi, tiếp cận từ góc độ “khách hàng” là những học sinh THPT, nhưng những nghiên cứu thực nghiệm này chủ yếu là vận dụng mô hình lý thuyết vào thực tế và kiểm chứng kết quả, chưa có những lý luận cụ thể, khoa học về việc vận dụng và làm thích ứng mô hình lý thuyết ý định hành vi vào bối cảnh nghiên cứu.

Ở Việt Nam, những nghiên cứu về quyết định lựa chọn trường đại học thực sự còn hạn chế. Một số nghiên cứu của Trần Văn Quý và Cao Hào Thi (2009), Nguyễn Minh Hà và cộng sự (2011), Mai Thị Ngọc Đào và Anthony Thorpe (2015), Đỗ Thị Hồng Liên và cộng sự (2015) mới ở dạng các bài báo, bài nghiên cứu khoa học, luận

văn đại học, thạc sỹ. Hơn nữa, các nghiên cứu này đều hướng đến đối tượng là học sinh lớp 12 hoặc đã là sinh viên đại học. Tiếp cận từ nhóm đối tượng này có những hạn chế nhất định. Một là, đối với đối tượng là học sinh THPT, hoặc học sinh đang học lớp 12, quyết định lựa chọn trường của họ có thể chưa chắc chắn, bị động, rất thay đổi vì chịu nhiều ràng buộc về điều kiện xét tuyển. Nhóm sinh viên, việc hồi tưởng lại quyết định lựa chọn trường có thể bị sai lệch vì những trải nghiệm thực tế đã học tập ở bậc đại học tại thời điểm khảo sát. Những thay đổi trong chính sách tuyển sinh 2015 có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với các trường đại học, học sinh và gia đình của họ. Học sinh THPT chủ động và có nhiều cơ hội lựa chọn trường theo năng lực mà ít chịu áp lực điểm sàn. Các trường đại học cũng phân nào chủ động trong công tác tuyển sinh trong bối cảnh cạnh tranh tuyển sinh rất mạnh mẽ.

Các nghiên cứu về ý định hành vi và các nhân tố tác động là chủ đề được nhiều nhà nghiên cứu trong lĩnh vực kinh tế quan tâm. Các nghiên cứu được tiến hành trong nhiều lĩnh vực với nhiều hàm ý quản trị khác nhau. Các kết quả đa dạng và phụ thuộc nhiều vào yếu tố ngữ cảnh nghiên cứu (lĩnh vực nghiên cứu, khu vực nghiên cứu...). Nghiên cứu về quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT là vấn đề tương đối mới trong ngữ cảnh Việt Nam. Hơn nữa các kết quả nghiên cứu trước ở Việt Nam được dự đoán sẽ có ít nhiều sự thay đổi do bối cảnh tuyển sinh mới hiện nay.

Xuất phát từ những lý do trên, tác giả lựa chọn đề tài *“Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh phổ thông trung học - Trường hợp Hà Nội”* làm đề tài nghiên cứu luận án của mình.

1.2 Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu

Luận án tập trung nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT trên cơ sở trường hợp nghiên cứu ở Hà Nội. Từ kết quả nghiên cứu tổng quan chung và kết quả nghiên cứu thực tiễn ở các trường THPT tại địa bàn Hà Nội, luận án sẽ cung cấp dẫn chứng làm cơ sở để đề xuất các chính sách nhằm giúp các trường đại học thu hút sinh viên.

Cụ thể các câu hỏi nghiên cứu như sau:

Về mặt lý thuyết, có những nhân tố nào ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT? Những lý thuyết nào lý giải về quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT?

Trong bối cảnh của Việt Nam hiện nay, những nhân tố nào ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT? Mức độ ảnh hưởng của các nhân tố này đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT như thế nào?

Biến điều tiết (học lực) có điều chỉnh như thế nào đến mối quan hệ giữa các nhân tố trong mô hình cấu trúc?

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu thực nghiệm tại các trường THPT ở Hà Nội, các trường đại học cần làm gì để thu hút hơn nữa sinh viên tiềm năng lựa chọn trường?

1.3 Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Căn cứ vào mục tiêu nghiên cứu của luận án, đối tượng nghiên cứu của luận án là nghiên cứu một số nhân tố chính và mối quan hệ của các nhân tố này đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Từ đó những vấn đề cụ thể cần nghiên cứu gồm:

- Cơ sở lý thuyết về hành vi
- Tổng quan một số nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT
- Mối quan hệ của các nhân tố đến quyết định lựa chọn đại học của học sinh THPT

Phạm vi nghiên cứu: Luận án sẽ đề cập khái quát tình hình tuyển sinh của các trường đại học và vấn đề lựa chọn trường đại học của học sinh THPT ở Việt Nam. Sau đó, tập trung nghiên cứu sâu đối với trường hợp học sinh THPT ở Hà nội. Tác giả tập trung nghiên cứu đến đối tượng học sinh THPT đã tham gia kỳ thi tốt nghiệp THPT quốc gia năm học 2015 – 2016, đây là nhóm học sinh có đủ điều kiện và ý định chắc chắn nhất về việc lựa chọn một trường đại học để theo học.

Phạm vi về thời gian: Dữ liệu thứ cấp được thu thập cho giai đoạn 2010 – 2016, dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua bảng hỏi thời điểm từ 6/2016 đến hết tháng 10/2016

1.4 Phương pháp nghiên cứu

Luận án dùng cả phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng để phục vụ cho quá trình nghiên cứu:

(1) Nghiên cứu định tính gồm 2 giai đoạn: Một là, nghiên cứu định tính ban đầu nhằm tiến hành để khám phá các nhân tố chính, điều chỉnh và bổ sung các biến quan sát để đo lường các khái niệm nghiên cứu. Hai là, nghiên cứu định tính bổ sung nhằm tìm kiếm các giải thích để làm rõ kết quả nghiên cứu.

(2) Nghiên cứu định lượng được tiến hành theo 2 giai đoạn: Một là, nghiên cứu sơ bộ và giai đoạn 2 là nghiên cứu chính thức. Cả 2 giai đoạn đều sử dụng phương pháp

khảo sát để thu thập dữ liệu.

1.5 Những đóng góp mới của luận án

Những đóng góp mới về mặt học thuật, lý luận

- Luận án đã vận dụng lý thuyết hành vi hợp lý và bổ sung thêm các nhân tố nhằm phù hợp với bối cảnh giáo dục đại học ở Việt Nam. Mô hình nghiên cứu gồm 07 nhân tố (cảm nhận về chi phí, cảm nhận về chương trình học, cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực, danh tiếng trường, thông tin học sinh nhận được từ trường đại học, lời khuyên của người khác, chuẩn mực chủ quan), các nhân tố vừa có tính kế thừa, vừa có tính mới góp phần hoàn thiện hơn cơ sở lý luận trong nghiên cứu về quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh trung học phổ thông (THPT).

- Luận án đã phân tích/thảo luận về vai trò của biến điều tiết học lực, điều tiết lên mối quan hệ giữa danh tiếng trường đại học, chuẩn mực chủ quan và quyết định lựa chọn trường đại học trong mô hình cấu trúc.

Những phát hiện, đề xuất mới rút ra được từ kết quả nghiên cứu của luận án

- Luận án đã xác định và đo lường được các nhân tố chính ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT trong bối cảnh Việt Nam hiện nay. Cụ thể, luận án kết luận 04 nhân tố ảnh hưởng tích cực theo thứ tự là (1) danh tiếng trường đại học (2) cảm nhận về chương trình học, (3) cảm nhận về chi phí, (4) chuẩn mực chủ quan. Danh tiếng trường đại học có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT và tác động với nhóm học sinh có học lực khá giỏi mạnh hơn là nhóm học lực yếu, kém. Chuẩn mực chủ quan có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT và tác động đối với nhóm học sinh có học lực yếu, kém mạnh hơn là nhóm học lực giỏi, khá.

- Luận án cung cấp nhiều thông tin hữu ích cho các bên liên quan. Dựa trên kết quả nghiên cứu, luận án đã khuyến nghị đối với các cơ quan quản lý nhà nước, các nhà quản trị một số đề xuất nhằm gợi ý cho các trường đại học nâng cao khả năng cạnh tranh trong tuyển sinh, tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường và thực hiện các giải pháp tuyển sinh hiệu quả thu hút học sinh THPT.

1.6 Kết cấu của luận án

Luận án nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT: trường hợp Hà Nội được kết cấu gồm các chương sau:

Chương 1: Chương mở đầu

Chương 2: Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu về nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT

Chương 3: Phương pháp nghiên cứu

Chương 4: Bối cảnh nghiên cứu và kết quả nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT

Chương 5: Bình luận và khuyến nghị chính sách nhằm thu hút sinh viên của các trường đại học

CHƯƠNG 2

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CỦA HỌC SINH THPT

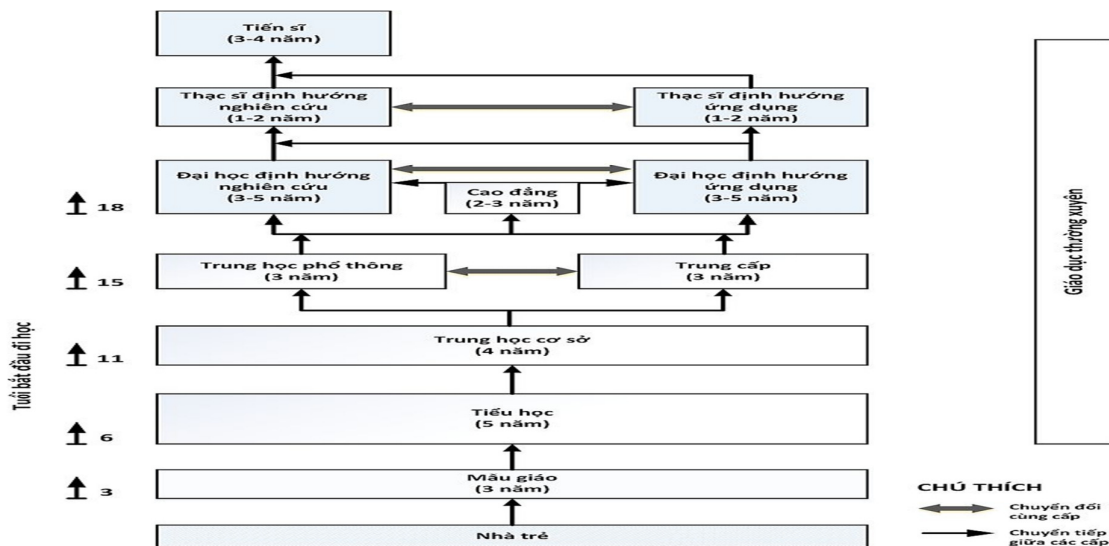
2.1 Tổng quan về hệ thống giáo dục quốc dân ở Việt Nam

2.1.1 Khung cơ cấu hệ thống giáo dục quốc dân Việt Nam

Theo Quyết định số 1981/QĐ – TTg được Chính phủ phê duyệt. Khung cơ cấu hệ thống giáo dục quốc dân Việt Nam có 4 cấp gồm:

- Giáo dục mầm non gồm giáo dục nhà trẻ và giáo dục mẫu giáo
- Giáo dục phổ thông được bao gồm giáo dục tiểu học, giáo dục trung học cơ sở và giáo dục trung học phổ thông
- Giáo dục nghề nghiệp gồm các trình độ sơ cấp, trung cấp và cao đẳng
- Giáo dục đại học gồm các trình độ đại học, thạc sĩ và tiến sĩ.

Cấu trúc Khung trình độ quốc gia bao gồm 8 bậc trình độ: Bậc 1- Sơ cấp I; Bậc 2- Sơ cấp II; Bậc 3 – Sơ cấp III; Bậc 4 – Trung cấp; Bậc 5 – Cao đẳng; Bậc 6 – Đại học; Bậc 7 – Thạc sĩ; Bậc 8 – Tiến sĩ. Tương ứng với mỗi bậc trình độ là: Chuẩn đầu ra (gồm kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm người tốt nghiệp khoa đào tạo nếu có) và khối lượng học tập tối thiểu, tính bằng tín chỉ người học phải tích lũy cho mỗi trình độ; Văn bằng chứng chỉ công nhận. Cụ thể trong **Hình 2.1**



Hình 2.1: Khung cơ cấu hệ thống giáo dục quốc dân
theo Quyết định 1981/QĐ-TTg ngày 18/10/2016 của Thủ tướng Chính phủ

Nguồn: Cổng thông tin điện tử Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam

Đối với bậc THPT được thực hiện trong 3 năm học, bắt đầu từ lớp 10 đến lớp 12. Học sinh tốt nghiệp THPT có thể học lên đại học hoặc theo các chương trình giáo dục nghề nghiệp. GDDH được thực hiện từ 3 đến 5 năm tùy theo định hướng nghiên cứu hay ứng dụng.

Theo Luật GDDH qui định:

Cơ sở GDDH trong hệ thống giáo dục quốc dân gồm: trường cao đẳng; đại học, học viện; đại học vùng, đại học quốc gia; viện nghiên cứu khoa học được phép đào tạo trình độ tiến sĩ. Cơ sở GDDH Việt Nam được tổ chức theo các loại hình như: cơ sở GDDH công lập thuộc sở hữu nhà nước, do Nhà nước đầu tư, xây dựng cơ sở vật chất; cơ sở GDDH tư thực thuộc sở hữu của tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp, tổ chức kinh tế tư nhân hoặc cá nhân, do tổ chức xã hội, tổ chức xã hội - nghề nghiệp, tổ chức kinh tế tư nhân hoặc cá nhân đầu tư, xây dựng cơ sở vật chất; cơ sở GDDH có vốn đầu tư nước ngoài (có 100% vốn của nhà đầu tư nước ngoài); cơ sở GDDH liên doanh giữa nhà đầu tư nước ngoài và nhà đầu tư trong nước.

Các mục tiêu chung của cơ sở GDDH được qui định như sau:

a) Đào tạo nhân lực, nâng cao dân trí, bồi dưỡng nhân tài; nghiên cứu khoa học, công nghệ tạo ra tri thức, sản phẩm mới, phục vụ yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh và hội nhập quốc tế;

b) Đào tạo người học có phẩm chất chính trị, đạo đức; có kiến thức, kỹ năng thực hành nghề nghiệp, năng lực nghiên cứu và phát triển ứng dụng khoa học và công nghệ tương xứng với trình độ đào tạo; có sức khỏe; có khả năng sáng tạo và trách nhiệm nghề nghiệp, thích nghi với môi trường làm việc; có ý thức phục vụ nhân dân.

Trong đó mục tiêu của đào tạo trình độ đại học là để người học có kiến thức chuyên môn toàn diện, nắm vững nguyên lý, quy luật tự nhiên - xã hội, có kỹ năng thực hành cơ bản, có khả năng làm việc độc lập, sáng tạo và giải quyết những vấn đề thuộc ngành được đào tạo.

Theo Nghị định số 73/2015/NĐ – CP qui định các cơ sở GDDH được phân theo hai hướng gồm đại học định hướng nghiên cứu và đại học định hướng ứng dụng. Các chương trình đào tạo định hướng nghiên cứu có mục tiêu và nội dung theo hướng chuyên sâu về nguyên lý, lý thuyết cơ bản trong các lĩnh vực khoa học phát triển các công nghệ nguồn làm nền tảng để phát triển các lĩnh vực khoa học ứng dụng và công nghệ. Các chương trình đào tạo định hướng ứng dụng có mục tiêu và nội dung theo hướng phát triển kết quả cơ bản, ứng dụng các công nghệ nguồn thành các giải pháp công nghệ, qui trình quản lý, thiết kế các công cụ hoàn chỉnh phục vụ nhu cầu đa dạng

của con người. Tùy theo chất lượng, các cơ sở GDDH được phân chia thành 3 hạng theo thứ tự từ cao xuống thấp: hạng 1, hạng 2, hạng 3.

Nhìn chung, khung cơ cấu hệ thống quốc dân mới được thiết kế theo hướng mở, linh hoạt, liên thông giữa các cấp học, trình độ và giữa các phương thức giáo dục, đào tạo; đẩy mạnh phân luồng sau trung học cơ sở; định hướng nghề nghiệp ở THPT. Trong bối cảnh GDDH ở Việt Nam hiện nay, các cơ sở GDDH được giao quyền tự chủ về tổ chức quản lý, tài chính, học thuật. Trong đó tự chủ về học thuật là sự chủ động trong công tác đào tạo và nghiên cứu khoa học. Các cơ sở GDDH được tự quyết định ngành học cũng như chương trình đào tạo; tự quyết định các tiêu chuẩn học thuật và đảm bảo chất lượng; tự quyết định phương thức, số lượng tuyển sinh. Tự quyết định hình thức thực hiện cũng như phương thức liên kết trong việc thực hiện các mục tiêu khoa học công nghệ, hợp tác quốc tế.

Theo Luật GDDH, thuật ngữ Đại học là cơ sở GDDH bao gồm tổ hợp các trường cao đẳng, trường đại học, viện nghiên cứu khoa học thành viên thuộc các lĩnh vực chuyên môn khác nhau, tổ chức theo hai cấp, để đào tạo các trình độ của GDDH. Trong nghiên cứu này, tác giả chủ yếu hướng đến các trường đại học và các viện đào tạo hệ đại học chính quy, không bao gồm các trường cao đẳng, hệ đào tạo cao đẳng.

2.1.2 Khái niệm, đặc điểm của GDDH và lợi ích của việc học đại học

2.1.2.1 Khái niệm về GDDH

Theo từ điển Giáo dục học (2001) thuật ngữ giáo dục là “Hoạt động hướng tới con người thông qua một hệ thống các biện pháp tác động nhằm truyền thụ những tri thức và kinh nghiệm, rèn luyện kỹ năng và lối sống, bồi dưỡng tư tưởng và đạo đức cần thiết cho đối tượng, giúp hình thành và phát triển năng lực, phẩm chất, nhân cách phù hợp với mục đích, mục tiêu chuẩn bị cho đối tượng tham gia lao động sản xuất và đời sống xã hội. Giáo dục là bộ phận của quá trình tái sản xuất mở rộng sức lao động xã hội, mà con người được giáo dục là nhân tố quan trọng nhất, vừa là động cơ, vừa là mục đích phát triển xã hội”.

Theo Ronald Barnett (1992) có 4 khái niệm thông dụng nhất về GDDH:

- GDDH là một dây chuyền sản xuất mà đầu ra là nhân lực đạt chuẩn: với quan điểm này, GDDH là một quá trình trong đó người học được quan niệm như những sản phẩm được cung ứng ra thị trường lao động. Như vậy, GDDH trở thành “đầu vào” tạo nên sự phát triển và tăng trưởng của thương mại và công nghiệp.

- GDDH là đào tạo để trở thành nhà nghiên cứu. Với quan điểm này GDDH là thời gian chuẩn bị để hình thành nên những nhà khoa học và nghiên cứu thực sự.

- GDDH là quản lý việc tổ chức giảng dạy một cách hiệu quả. Hoạt động giảng dạy là cốt lõi của một trường đại học do vậy các trường phải quản lý việc giảng dạy để nâng cao chất lượng.

- GDDH là mở rộng cơ hội trong cuộc sống cho người học. Như vậy, GDDH xem như là một cơ hội tốt để học viên nâng cao, phát triển, hình thành thêm nhận thức bản thân.

Như vậy, các khái niệm này đã thể hiện tính liên hoàn và làm rõ GDDH là cơ hội cho người học được tham gia vào quá trình phát triển bản thân bằng cách học tập thường xuyên và linh hoạt. Trong Nghị Quyết 14/2005/NQ- CP ngày 2/11/2005 của Chính phủ Việt Nam về đổi mới căn bản và toàn diện GDDH giai đoạn 2006 – 2020 cũng đã đặt ra yêu cầu: “Hiện đại hóa hệ thống GDDH trên cơ sở kế thừa những thành quả giáo dục và đào tạo của đất nước, phát huy bản sắc dân tộc, tiếp thu tinh hoa nhân loại, nhanh chóng tiếp cận xu thế phát triển GDDH tiên tiến trên thế giới”

Ở Việt Nam, GDDH đã có nhiều thay đổi tích cực từ hình thức đến nội dung đào tạo và nghiên cứu. Tuy nhiên, việc mở rộng đào tạo của các trường đại học, tăng số lớp học, số lượng sinh viên, qui mô đào tạo ngày càng tăng nhanh đến mức khó kiểm soát và dẫn đến tình trạng kém chất lượng. Chất lượng GDDH dường như chưa tương xứng với sự phát triển về số lượng của các trường đại học cả nước. Đội ngũ giảng viên đại học hiện nay có chuyên môn trình độ tương đối cao nhưng tỷ lệ tiến sỹ và phó giáo sư so với các nước trong khu vực không nhiều. Phần đa giảng viên có trình độ cao lại tập trung ở các thành phố lớn trong khi các trường đại học thì phân bố ở nhiều khu vực khác nhau. Cơ sở vật chất hạn chế đặc biệt là các trường đại học được nâng cấp từ các trường cao đẳng hoặc một số trường ngoài công lập mới thành lập. Nhiều trường chưa có điều kiện để xây mới trường do vậy phải đi thuê địa điểm, học tạm, học mượn vì thế môi trường học tập kém hiệu quả, không gian cho các hoạt động đoàn thể rất kém... Các chương trình đào tạo hiện nay còn nặng về lý thuyết do vậy sinh viên bị áp lực trong học tập mà kết quả không cao. Số sinh viên tốt nghiệp đại học ra trường mà thất nghiệp hoặc không làm đúng chuyên môn vẫn ở mức cao.

Trần Khánh Đức (2010) nhận định rằng chất lượng đào tạo đại học có sự phân biệt rõ rệt giữa các hệ chính qui và không chính qui, giữa trường công lập và ngoài công lập, giữa các trường công lập trọng điểm và công lập địa phương. Vì lẽ đó, học sinh PTTH thường ưu tiên lựa chọn các trường đại học công lập, những trường có uy tín về học thuật để theo học bậc đại học. Hàng năm, những trường công lập thuộc Top trên vẫn chiếm lợi thế tuyển sinh, ngược lại nhiều trường công lập chất lượng không tốt, trường ngoài công lập vẫn gặp khó khăn khi thu hút sinh viên.

2.1.2.2 Đặc điểm của dịch vụ GDDH

Theo hiệp định có hiệu lực từ ngày 01/12/2000 ký giữa Việt Nam và Hoa Kỳ về quan hệ thương mại đã làm sáng rõ các khái niệm. Một là, tại mục B và C khoản 3 điều 1 chương III ghi rõ: “Các dịch vụ bao gồm bất kỳ dịch vụ nào trong bất kỳ lĩnh vực nào, trừ các dịch vụ được cung cấp khi thi hành thẩm quyền của Chính phủ...là mọi dịch vụ được cung cấp không trên cơ sở thương mại cũng như không có cạnh tranh với một hay nhiều nhà cung cấp dịch vụ”. Như vậy, giáo dục đào tạo là dịch vụ giáo dục. Hai là, tại khoản 2 điều 1 chương III ghi rõ “Thương mại dịch vụ được định nghĩa là việc cung ứng một dịch vụ” và “Nhà cung cấp dịch vụ” là bất kỳ người nào thực hiện cung cấp 1 dịch vụ. Cũng theo hiệp định này, giáo dục là một trong số 52 lĩnh vực thương mại dịch vụ mà Hoa Kỳ được quyền đầu tư vào Việt Nam theo lộ trình thời gian.

Theo cách tiếp cận của WTO, giáo dục nói chung, GDDH nói riêng là một loại hình cung cấp dịch vụ mà ở đó khách hàng là người học, người sử dụng lao động, phụ huynh...với những nhu cầu rất đa dạng và phong phú. Với góc nhìn của dịch vụ chuyên môn, *trường đại học là tổ chức cung cấp dịch vụ giáo dục* có trình độ cao trong đó trực tiếp là đội ngũ “nhân viên học thuật” gồm các chuyên gia, giảng viên. Vì vậy, hoạt động của các tổ chức này mang đầy đủ tính chất đặc thù của dịch vụ là: tính vô hình, tính không tách rời giữa cung cấp và tiêu dùng dịch vụ, tính không đồng đều về chất lượng và tính không dự trữ được (Zeithaml và cộng sự, 1985).

Tính vô hình: các chương trình đào tạo/giáo dục mang tính vô hình, người học không thể nhận biết, hình dung, dùng thử trước khi học, không đánh giá được chất lượng sau khi học.

Tính không tách rời giữa cung cấp và tiêu dùng: Quá trình dạy học và học xảy ra đồng thời, tại một địa điểm và thời gian nhất định.

Tính không đồng đều về chất lượng: chương trình học không thể được cung cấp hàng loạt, tập trung như sản xuất hàng hoá. Các trường khó kiểm tra chất lượng theo một tiêu chuẩn thống nhất. Mặt khác, sự cảm nhận của người học về chất lượng chương trình học lại chịu tác động mạnh bởi kỹ năng, thái độ của giảng viên (người cung cấp dịch vụ). Sức khoẻ, sự nhiệt tình của giảng viên có thể thay đổi vào các thời điểm giảng dạy khác nhau (buổi sáng và buổi chiều), cũng có thể chịu ảnh hưởng của bối cảnh giảng dạy như bầu không khí phòng học, đối tượng nghe giảng (tích cực hay thụ động). Do vậy, rất khó có thể đạt được sự đồng đều về chất lượng giảng dạy ngay trong một ngày. Có nhiều giảng viên dạy cùng một môn thì càng khó đảm bảo tính đồng đều về chất lượng của môn học.

Tính không dự trữ được: chương trình học chỉ tồn tại vào thời gian mà nó được cung cấp cho người học, không thể dự trữ được.

Tính không chuyển quyền sở hữu được: khi quyết định tham gia chương trình đào tạo nào thì người học chỉ được quyền tham gia học, được hưởng lợi ích mà chương trình mang lại trong một thời gian nhất định mà không thể chuyển cho ai được.

Trong nghiên cứu này, tác giả đồng thuận rằng các trường đại học là các tổ chức cung ứng dịch vụ GDDH, với tư cách này các trường đại học sẽ hoàn thiện các tiêu chí chất lượng, quản lý và có chiến lược marketing hiệu quả nhằm thu hút và cung ứng đến “khách hàng” của họ những dịch vụ GDDH chất lượng tốt nhất.

2.1.2.3 Lợi ích của việc học đại học

Cha mẹ và những người làm chính sách giáo dục luôn tin rằng mọi người cần phải có mức độ GDDH nhất định. Hầu hết, mọi người ghi nhận tấm bằng đại học được coi như “hộ chiếu đảm bảo” cho những thành công về nghề nghiệp trong tương lai. Carlson và Fleisher (2002) cũng đồng ý với quan điểm này và kết luận “GDDH là bước chuẩn bị cho nghề nghiệp tương lai”. Chính vì lẽ đó, có nhiều nhà nghiên cứu trong và ngoài nước đã tập trung phân tích lợi ích kinh tế của việc học đại học (Becker và Lewis, 1992). Leslie & Brinkman (1988) cho rằng nâng cao trình độ học tập ở bậc đại học sẽ dẫn đến lương tăng cao, công việc lâu dài hơn, nghề nghiệp linh hoạt hơn và chất lượng cuộc sống tốt hơn trong tương lai. Sinh viên tốt nghiệp đại học có thu nhập cao hơn so với học sinh tốt nghiệp PTTH. Thêm vào đó, những người tốt nghiệp đại học dường như có công việc suốt đời, hạnh phúc hơn và cuộc sống trọn vẹn hơn (Bowen, 1977). Các nhà kinh tế cũng cho rằng các quốc gia sẽ phát triển thịnh vượng hơn nếu có nhiều công dân được đào tạo tốt hơn (Wellman, 1999). Kết quả là, một quốc gia sẽ có khả năng thu được nhiều lợi ích về kinh tế, có năng suất lao động cao hơn, tăng nguồn thu của chính phủ và cải thiện chất lượng cuộc sống. Pascarella & Terenzini (1991) cũng kết luận dân số được đào tạo đại học sẽ có hành động và có trách nhiệm đối với chính trị và xã hội hơn, những kiến thức của họ được đào tạo sẽ phục vụ tốt hơn cho chính gia đình mình và xã hội. Những công dân có trình độ đại học sẽ có trách nhiệm công dân hơn và dường như không có những hành động vi phạm pháp luật. Như vậy, học tập ở bậc đại học có thể tạo ra những ngoại ứng tích cực.

Ở Việt Nam, sau khi tốt nghiệp THPT, học sinh có thể theo đuổi những cấp học và trình độ học như đại học (cử nhân hay kỹ sư), cao đẳng hay trung cấp... ở mỗi lựa chọn nào cũng đều thu được những lợi ích nhất định. Đặng Thị Minh Hiền (2016) đã tính toán và kết luận lợi ích mà GDDH mang lại cho mỗi cá nhân (cả nam lẫn nữ và

xét ở góc độ tiền tệ) ở trình độ cao đẳng là thấp nhất (15,8 triệu/ năm), thạc sĩ và tiến sĩ (32,7 triệu/ năm); trình độ đại học (42,6 triệu/ năm). Như vậy, lợi ích thu nhận được bằng tiền ở bậc đại học là cao nhất. Việc theo học đại học còn giúp học sinh có thể cảm nhận được sự phong phú của cuộc sống, tận hưởng được quãng thời gian tốt đẹp của tuổi trẻ, của sinh viên. Tất cả các môn học mà người học được thụ hưởng đều có giá trị, tác động vào tư duy, hành động, nên con đường đi đến thành công cũng gần, vững chắc hơn.

Tóm lại, lợi ích của việc học đại học không những có ý nghĩa đối với mỗi cá nhân, mỗi gia đình mà còn đối với cả xã hội. Mặc dù có nhiều điểm khác biệt, song hầu hết các nhà nghiên cứu đều đồng thuận rằng, lợi ích của việc học tập ở bậc đại học là rất lớn và quyết định đúng đắn lựa chọn trường đại học nào sẽ làm gia tăng hiệu quả đầu tư của mỗi cá nhân và gia đình nghĩa là làm gia tăng thêm lợi ích của việc theo học bậc đại học.

2.1.3 Học sinh trung học phổ thông và khách hàng trong đào tạo đại học

2.1.3.1 Học sinh THPT

Theo Luật giáo dục Việt Nam (2005), học sinh THPT là người đã vượt qua kỳ thi tốt nghiệp THCS (hiện nay là qua hình thức xét tuyển) và tiếp tục học ở bậc THPT thông qua kỳ thi tuyển sinh vào lớp 10. Học sinh THPT thường có độ tuổi từ 15 - 18 tuổi và trải qua 3 lớp 10,11, 12. Ở độ tuổi này họ có các đặc điểm tâm sinh lý riêng và tác động đến quyết định lựa chọn nghề nghiệp, chọn trường đại học.

Sự phát triển của tự ý thức: Đây là lứa tuổi phát triển mạnh mẽ của tự ý thức. Học sinh ý thức về “cái Tôi” và ý thức về những đặc điểm và phẩm chất tâm lí của bản thân. Chính vì điều này, họ thường rất thuận lợi và trưởng thành khi đưa ra các quyết định trong cuộc sống. Ở giai đoạn này họ nhận thức rõ được giá trị nghề nghiệp và sự phù hợp của nghề nghiệp với khả năng, tính cách, hứng thú... của từng cá nhân. Muller P.H (2003) cũng cho rằng ở lứa tuổi này, học sinh THPT có phát triển trí tuệ, tư duy cao. Họ có khả năng suy nghĩ, so sánh, cân nhắc, giả định, đối chiếu và rút ra những nhận định của bản thân về nghề nghiệp và lựa chọn trường dựa trên cơ sở những thông tin có được từ truyền thông đại chúng, dư luận xã hội, bạn bè, gia đình...Do vậy, học sinh cũng có khả năng tự lựa chọn ngành nghề chính xác (Lê Văn Hồng, 2002) và đưa ra các quyết định quan trọng như lựa chọn trường đại học rất đáng tin cậy.

- **Lí tưởng sống của thanh niên:** Điểm đặc trưng trong lí tưởng của thanh niên là lí tưởng nghề và lí tưởng đạo đức cao cả. Lí tưởng này được thể hiện qua mục đích sống, qua sự say mê với việc học tập, nghiên cứu và lao động nghề nghiệp (Lê Hương,

2000). Học sinh PTTH có nhiều hoài bão, lí tưởng sống tích cực và nỗ lực để đạt được những hoài bão tốt đẹp trong tương lai.

- **Tính tích cực xã hội của thanh niên:** Học sinh PTTH thường quan tâm nhiều đến các vấn đề kinh tế, chính trị, xã hội diễn ra trong nước và nước ngoài. Những kiến thức, kinh nghiệm mà học sinh được ghi nhận tích lũy trong học tập và cuộc sống hàng ngày đã giúp họ đưa ra các nhận định riêng trong các vấn đề xảy ra. Tuy nhiên, thế giới quan này chưa đạt được mức độ sâu sắc và bền vững (Kôn.I.X, 1987). Thực tế là, các nhận định của họ đưa ra thường rất cứng nhắc, chủ quan nhưng khá kiên định.

- **Hoạt động học tập của học sinh THPT:** Hoạt động chủ đạo của lứa tuổi này là học tập – hướng nghiệp vì vậy ý thức về nghề và sự chuẩn bị cho cuộc sống tương lai là một nhu cầu cấp bách. Việc học tập có tính lựa chọn rõ ràng, họ thường tập trung học nhiều hơn đối với các môn học liên quan đến nghề và trường chọn để thi, hoặc các môn gây hứng thú đặc biệt. Động cơ học tập của học sinh có tính hiện thực, gắn liền với nhu cầu và xu hướng nghề nghiệp đang diễn ra. Thái độ học tập của các em cũng thay đổi theo hướng tích cực như tự giác, hứng thú và chăm tìm tòi kiến thức thực tế vận dụng vào bài học hơn.

Học sinh THPT có khả năng nhận thức được rõ rệt về lợi ích của các quyết định, họ hoàn toàn có thể nhận biết rõ được cái họ muốn, nhu cầu mà họ cần và biết lựa chọn so sánh nhằm hướng đến sự phù hợp và tận dụng được các lợi thế (kỹ năng của chính mình (Ginzberg, Ginzburg, Axelrad, và Herme,1951). Điều này hoàn toàn đúng với quyết định lựa chọn trường đại học, nghĩa là học sinh THPT có thể ý thức được tầm quan trọng và những mong đợi lợi ích của quyết định này.

2.1.3.2 Khách hàng trong đào tạo đại học

Freeman (1984) đã sử dụng cụm từ “Stakeholders” nhằm hướng đến “bất kỳ tổ chức hoặc cá nhân có ảnh hưởng hoặc bị ảnh hưởng bởi thành quả hoạt động của mục tiêu tổ chức”, các bên liên quan có nhiều ý kiến, lợi ích, hành vi đều hướng đến tổ chức. Theo tiêu chuẩn ISO 9000: 2005 “khách hàng là tổ chức hay cá nhân nhận một sản phẩm”. Theo hiệp định thương mại Việt - Mỹ (khoản 7 và điều 9 chương II) định nghĩa “Nhà cung cấp dịch vụ là bất kỳ người cung cấp một dịch vụ nào. Người tiêu dùng dịch vụ là bất kỳ người nào tiếp nhận hay sử dụng một dịch vụ”. Các cá nhân, nhóm người tác động và ảnh hưởng đến các tổ chức để thực hiện mục tiêu của mình, được gọi là các bên liên quan (Filip, 2011). Về cơ bản trường đại học vẫn mang đặc thù của một tổ chức phi lợi nhuận với nhiều đối tượng khách hàng đa dạng và phức tạp. Trong lĩnh vực GDĐH, các bên liên quan bao gồm: sinh viên (đang theo học, sinh

viên đã tốt nghiệp) phụ huynh và gia đình, các tổ chức cộng đồng địa phương, xã hội, chính phủ, các cơ quan chủ quản, nhân viên, giới chức địa phương, những nhà tuyển dụng hiện tại và tiềm năng (Aldridge và Rowley, 1998). Sinh viên là người trực tiếp tiêu dùng dịch vụ GDĐH. Dưới góc độ trường đại học là tổ chức cung cấp dịch vụ, học sinh/ sinh viên là khách hàng bên ngoài trực tiếp của cán bộ, nhân viên, giảng viên và Ban giám hiệu. Hill (1995) cũng cho rằng sinh viên (bao gồm cả sinh viên tiềm năng) là khách hàng chính và đóng vai trò quan trọng trong dịch vụ GDĐH ở Anh. Các vai trò khác nhau này có thể thay đổi theo từng tình huống: đôi khi là sản phẩm của quá trình đào tạo, là lực lượng tham gia vào quá trình học, và là khách hàng nội bộ của các khóa học. (**Bảng 2.1**)

Bảng 2.1: Tổng hợp các khách hàng của cơ sở giáo dục đại học

Tác giả	Năm	Sinh viên	Người tuyển dụng	Xã hội/ chính phủ	Gia đình	Khác
Weaver	1976	x	X	x	x	
Kotler và Fox	1985	x	X	x	x	x
Robinson và Long	1987	x	X		x	x
Ermer	1993	x	X			
Edward Sallis	1993	x	X	x	x	
Owlia và Asinwall	1996	x	X	x	x	x
Harvey và Green	1994	x	X	x		
Karapetrovic và Willborn	1997	x	X	x	x	x
Rowley	1997	x	X	x	x	x
Owlia và Aspinwal	1997	x	X	x	x	x
Reavill	1998	x	X	x	x	x
Kenji và Tambi	1999	x	X	x	x	
Hewitt và Clayton	2001	x	X	x		
Hawarng và Teo	2001	x	X	x		x
Prendergarst et al	2001	x	X	x	x	x
Srikathan G, Dalrymple J	2003	x	X	x		

Nguồn: Dẫn theo Marcia Terra Da Silva (2003)

Trong bối cảnh GDĐH, Cuthbert (1996) cho rằng việc chỉ rõ khách hàng nào là chính và hành vi của học sinh, sinh viên cùng các bên liên quan của trường đại học là một trong những khía cạnh cần được nghiên cứu. Những nhà cung cấp dịch vụ (các trường đại học) có thể cung cấp các dịch vụ hiệu quả tốt nhất nếu họ biết được khách hàng cần gì, việc khám phá ra khách hàng chính của mình là ai, là thực sự rất cần thiết (Gruber và cộng sự, 2010), lựa chọn một trường đại học để theo học theo những tiêu chí nào, điều gì và ai có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn của

họ?. Từ các kết quả nghiên cứu, các trường đại học có thể hoàn thiện các giải pháp nhằm đáp ứng tốt hơn nữa nhu cầu lựa chọn trường tốt nhất để học tập, nghiên cứu của học sinh, sinh viên, mặt khác giúp các trường phát triển định vị tổ chức trong tương lai (Maringe, 2006).

Trong nghiên cứu này, thuật ngữ sinh viên tiềm năng được đề cập trong nghiên cứu này là học sinh THPT vừa trải qua kỳ thi tốt nghiệp THPT năm 2015 - 2016. Những người này sẽ trở thành sinh viên của trường đại học trong tương lai gần (năm học 2016 - 2017). Các thuật ngữ “sinh viên tiềm năng”, “khách hàng tiềm năng”, “sinh viên tương lai” sẽ được sử dụng thay thế lẫn nhau trong suốt các phần của luận án nhằm phù hợp với từng nội dung đề cập.

2.2 Tổng quan về quyết định lựa chọn trường đại học

2.2.1 Lý thuyết lựa chọn

Lý thuyết lựa chọn (Choice Theory) hay quyết định lựa chọn có thể được tiếp cận theo các quan điểm khác nhau. Tùy theo quan điểm của các nhà kinh tế, xã hội học, hay tâm lý học mà có cách biện luận riêng, có thể tóm tắt ngắn gọn như sau:

Một là, *theo quan điểm của các nhà kinh tế*, hành vi lựa chọn của con người nói chung bị ảnh hưởng bởi “động cơ đồng tiền” (Crossman, 2010) điều này có nghĩa là họ luôn quan tâm đến các cơ hội để gia tăng lợi nhuận, luôn cân nhắc để so sánh chi phí và lợi ích trước mỗi quyết định lựa chọn... Vì nguồn lực là khan hiếm, do vậy con người cần sử dụng nguồn lực đó để sản xuất, phân phối và sử dụng những hàng hóa và dịch vụ thật hiệu quả.

Theo lý thuyết này, mỗi cá nhân là nhà đầu tư. Họ đầu tư vào GDĐH để tìm kiếm, hi vọng được lợi ích cao hơn sau những năm học tập. Theo Becker (1993) sự đầu tư vào con người bao gồm đào tạo phổ cập trong nhà trường và đào tạo chuyên môn trong quá trình làm việc. Lý thuyết đầu tư vốn con người dựa trên lý thuyết mong đợi và lựa chọn hợp lý. Mỗi cá nhân khi lựa chọn GDĐH đều dựa trên những so sánh về lợi ích mong đợi và chi phí học tập ở bậc đại học (Baker, 1962). Như vậy, các yếu tố liên quan đến chi phí thực sự là vấn đề họ quan tâm nhất khi ra quyết định lựa chọn trường đại học.

Hai là, *theo quan điểm của các nhà xã hội học*, Friedman và Hechter (1988) đã biện luận, các cá nhân khi quyết định đều có chủ ý và mục đích riêng, họ luôn cân nhắc để thu được lợi ích cao nhất. Hành vi ra quyết định lựa chọn của một cá nhân nào đó xảy ra khi họ quan tâm đến hai yếu tố là “chi phí” và “thưởng”. Giá trị của giải

thường đóng vai trò quan trọng trong việc có hay không thực hiện hành vi. Nếu cá nhân cảm nhận được hành vi sẽ được khen thưởng, ủng hộ hoặc đồng hành thì họ sẽ có xu hướng hành động. Ngược lại sự xử phạt không mang lại hiệu quả và có giá trị tác động âm.

Bourdieu (1986) đã đề cập đến khái niệm “vốn văn hóa” được hiểu là kiến thức, hành vi và nhân cách của một cá nhân, có thể được thừa kế từ bố mẹ hoặc thông qua học hỏi sau đó dần dần hình thành đặc điểm riêng của mỗi người và phát triển hình thành nên thói quen hay tập tính (habitus) của mỗi người. Vốn xã hội là một “mạng lưới lâu bền bao gồm các mối liên hệ quen biết nhau và nhận ra nhau, ít nhiều đã được định chế hóa” và “khối lượng vốn xã hội của một tác nhân cụ thể nào đó phụ thuộc vào mức độ liên hệ rộng hay hẹp mà cá nhân có thể huy động được trong thực tế, và dựa vào khối lượng vốn của từng người mà cá nhân có tương tác”. Nghĩa là khi quyết định lựa chọn, con người thường chịu ảnh hưởng của các tác nhân xung quanh hoặc đặc điểm riêng của mỗi người. Vì mỗi người có mạng lưới xã hội riêng (rộng hay hẹp), hay mức độ tác động nhiều hay ít do vậy các quyết định có thể xảy ra hoặc không, quyết định cũng có thể đúng hoặc sai nhưng đều thể hiện khát vọng và nhận thức riêng về môi trường xung quanh mà học tự đánh giá và lựa chọn (Bourdieu & Passeron, 1990). Như vậy, quyết định lựa chọn trường đại học của mỗi cá nhân sẽ được dựa trên những nhận thức riêng của mỗi người như đặc điểm vốn có của họ (sở thích, khả năng, phong cách, năng lực...) và những tác động từ mạng lưới quan hệ xung quanh của cá nhân như: lời khuyên của bố mẹ ông bà, sự ủng hộ, tán dương của những người quan trọng...

Lý thuyết về sự lựa chọn hợp lý (Blau, 1964; Coleman, 1973) là lý thuyết xây dựng dựa trên cả quan điểm kinh tế và xã hội học. Với giả định rằng một cá nhân hoặc tổ chức có các lựa chọn thay thế có sẵn cho phép họ lựa chọn một lựa chọn được coi là tối ưu nhất. Có thể mô hình hóa như sau:

$$\text{Utility} = U(a_1, a_2, a_3 \dots a_j)$$

Trong đó: Utility là lợi ích

$a_1, a_2 \dots a_j$ là các phương án có thể lựa chọn thay thế lẫn nhau

Phương án tối ưu được lựa chọn trên cơ sở giả định cá nhân có đầy đủ thông tin và họ cũng ưu tiên những phương án họ “thích” hoặc phù hợp hơn với nhu cầu của họ. Homans (1961) cũng đã diễn đạt theo kiểu toán học như sau: khi lựa chọn trong số các cách hành động có thể có, cá nhân sẽ chọn cách nào sao cho tích của xác suất thành

công của hành động đó với giá trị mà phần thưởng của hành động đó là lớn nhất ($C = [P * V] = \text{Max}$).

Ba là, *theo quan điểm của các nhà tâm lý học*. Những nhà nghiên cứu theo quan điểm này đã lập luận rằng con người dường như có những nhu cầu giống nhau, và mỗi cá nhân có nhiều cách khác nhau để thỏa mãn những nhu cầu đó. Ngay từ khi mới sinh ra đời, con người đã có những hoàn cảnh đặc biệt có thể là đau buồn hoặc hạnh phúc. Do có những khác biệt đó, nên họ phải tìm cách để thỏa mãn các nhu cầu cá nhân. Vì những khác biệt trong nhận thức và kinh nghiệm nên mỗi người lại có những ý tưởng và kiến thức, hành động khác nhau để thỏa mãn những nhu cầu đó của mình. Những hành vi nhằm thỏa mãn nhu cầu rất đa dạng và phong phú nhằm phù hợp với hoàn cảnh của mỗi người chẳng hạn có những cá nhân sống rất tích cực và luôn hài lòng với mọi thứ, biết cách để làm cho cuộc sống tốt đẹp hơn và dường như kiểm soát được hầu hết các giai đoạn quan trọng của cuộc đời. Những nhận thức đó được phát triển thành lý thuyết hành vi về sự lựa chọn và mỗi cá nhân sẽ dựa vào học thuyết này để tìm ra các lựa chọn khác nhau để thỏa mãn những nhu cầu khác nhau.

Glasser (1998) là người phát triển lý thuyết lựa chọn (Choice theory) trong lĩnh vực giáo dục. Ông khẳng định mọi hành vi đều có mục đích. Đó là nỗ lực tốt nhất vào từng thời điểm với những kiến thức và kỹ năng hiện tại để đáp ứng một hoặc nhiều hơn các nhu cầu cơ bản con người. Những nhu cầu có thể tăng lên theo thời gian. Những nhu cầu này là động lực chung để thúc đẩy mọi người hoạt động. Năm nhu cầu cơ bản của học sinh, sinh viên cần được các trường học đáp ứng gồm:

- Sinh tồn (Physiological): Nhu cầu sinh lý, trong đó bao gồm các nhu cầu thức ăn, chỗ ở, và an toàn...

- Nhu cầu được giao lưu tình cảm (Love/ belonging): Nhu cầu được che chở, được tham gia vào nhóm cộng đồng này đó, có bạn bè thân hữu, tin, cần thiết lập các mối quan hệ thân thiết, kết nối xã hội

- Quyền lực (Power): Nhu cầu được công nhận về những thành tựu, được lắng nghe, được quý trọng

- Tự do (Freedom): Nhu cầu được tự chủ, độc lập, tự quyết về mọi công việc

- Vui vẻ (Fun): Nhu cầu được hưởng thụ bầu không khí vui vẻ, được chơi được cười. Nhu cầu được vui để học tập, chơi cũng để học và học cũng để chơi.

Như vậy, quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh thực chất là để thỏa mãn nhu cầu được học tập, sinh hoạt và trải nghiệm ở một trường đại học nào đó.

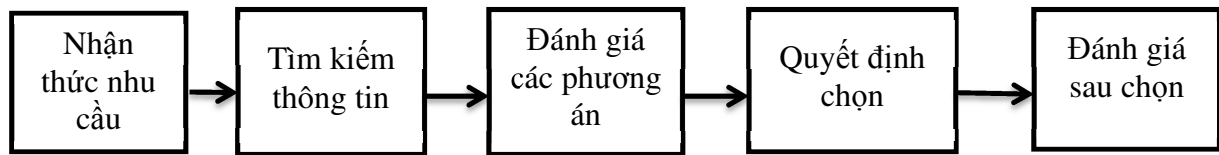
Trường đại học nào đáp ứng được càng nhiều nhu cầu của học sinh thì mức độ được lựa chọn càng cao. Trong nghiên cứu này, *tác giả cho rằng quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh PTTH thực chất là những cân nhắc để lựa chọn một trường đại học thỏa mãn được tốt nhất nhu cầu và lợi ích của học sinh, và phù hợp với nguồn lực (tài chính) khan hiếm của học sinh.*

2.2.2 Lý thuyết về hành vi lựa chọn của khách hàng và hành vi lựa chọn trường đại học của học sinh PTTH

2.2.2.1 Lý thuyết về hành vi lựa chọn của khách hàng

Hành vi lựa chọn/mua của khách hàng đã trở thành đề tài nghiên cứu phổ biến trong nhiều lĩnh vực. Hành vi lựa chọn của khách hàng được khai thác ở nhiều khía cạnh bao gồm các nghiên cứu về thái độ, hành động, phản ứng. Salomon và cộng sự (1995) cùng nhiều nhà nghiên cứu khác đồng quan điểm khi cho rằng quyết định lựa chọn của khách hàng là một quá trình lựa chọn, mua, sử dụng và đánh giá các sản phẩm dịch vụ của cá nhân hoặc một nhóm người nhằm thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của họ. Theo tác giả Trần Minh Đạo (2012), hành vi mua của người tiêu dùng là toàn bộ hành động mà người tiêu dùng bộc lộ trong quá trình trao đổi sản phẩm. Nói cách khác, hành vi của người mua là một quá trình ra quyết định từ việc nhận biết nhu cầu, đến tìm kiếm thông tin, đánh giá các phương án, quyết định mua và đánh giá sau khi mua.

Trong nghiên cứu về hành vi người tiêu dùng nói chung gồm có 3 nhóm mô hình nghiên cứu là: Mô hình kinh tế vi mô, các mô hình cấu trúc và các mô hình tiến trình hành vi. *Các mô hình kinh tế vi mô* giả thuyết rằng người tiêu dùng sẽ tối đa lợi ích dựa trên các thuộc tính và các yếu tố liên quan ràng buộc như thời gian, tài chính...Mô hình kinh tế vi mô dựa vào các lý thuyết cổ điển, những lý thuyết này chỉ được áp dụng cho những loại sản phẩm đơn giản, khó áp dụng cho các sản phẩm tổng hợp như du lịch, giáo dục...Các mô hình cấu trúc kiểm tra mối quan hệ giữa các yếu tố đầu vào (biến kích thích) và yếu tố đầu ra (kết quả phản ứng), trong khi đó *mô hình tiến trình hành vi* kiểm tra các quyết định của mỗi cá nhân, tập trung vào quá trình nhận thức trước khi ra quyết định cuối cùng của người tiêu dùng. Comegys và cộng sự (2006) mô quá trình quyết định mua được chia thành 5 giai đoạn gồm: Nhận biết nhu cầu, tìm kiếm thông tin, đánh giá các phương án lựa chọn, quyết định mua, đánh giá sau mua. Đây là mô hình này thiên về nhận thức (Dubois, 2000). Tức là chủ yếu các giai đoạn của quyết định lựa chọn diễn ra trong nhận thức.



Hình 2.2: Quá trình ra quyết định mua/chọn

Nguồn Comegys và cộng sự 2006

Lý thuyết về hành vi lựa chọn của khách hàng được vận dụng linh hoạt trong các tình huống nghiên cứu như: hành vi chọn/ sử dụng một sản phẩm/dịch vụ cụ thể; hành vi lựa chọn một doanh nghiệp/tổ chức (nhà cung cấp) hoặc một thương hiệu, hành vi lựa chọn điểm đến (theo học, làm việc, du lịch...). Các hướng nghiên cứu về hành vi lựa chọn của khách hàng hiện nay không chỉ giới hạn tìm hiểu về các hoạt động riêng lẻ, cụ thể của khách hàng thực hiện trong suốt quá trình quyết định chọn mà còn được mở rộng theo hướng tìm hiểu thái độ của lựa chọn của khách hàng (Roger, Paul, James, 1993). Ngày nay, ý định chọn của khách hàng là một hướng nghiên cứu phổ biến và hữu ích trong việc dự đoán chính xác hành vi chọn thực tế của khách hàng.

Có nhiều cách hiểu khác nhau về khái niệm ý định chọn. Ý định chọn được mô tả là sự sẵn sàng của khách hàng trong việc mua sản phẩm hay chỉ khả năng người đó có thể mua sản phẩm (Dodds và cộng sự, 1991); là thứ mà bạn muốn mua trong tương lai (Long và Chinh, 2010); là một tình huống mà người tiêu dùng có xu hướng mua một sản phẩm nào đó trong một số điều kiện nhất định (Morinez và cộng sự, 2007). Ajzen (2002) cho rằng ý định hành động (lựa chọn) là hành động của con người được hướng dẫn với việc cân nhắc ba yếu tố niềm tin vào hành vi, niềm tin vào chuẩn mực và niềm tin vào sự kiểm soát. Các niềm tin này càng mạnh thì ý định hành động của con người càng lớn. Fishbein và Ajzen (1975) nêu định nghĩa ý định hành động (lựa chọn) được hiểu là khả năng hay dự định thực hiện một hành động nào đó của con người.

Ajzen (1991) định nghĩa ý định là dấu hiệu cho thấy cách mọi người sẵn sàng để thử, hoặc làm thế nào để người tiêu dùng nỗ lực để phát huy kế hoạch, để thực hiện một hành vi. Ramayah và cộng sự (2010) cho rằng ý định là một quyết tâm hành động của một người theo một cách nhất định. Samin và cộng sự (2012) cho rằng “ý định tồn tại trong ý thức của mỗi người để thực hiện hành vi”. Người ta tin rằng ý định chọn mạnh hơn dự định, nhiều khả năng các hành vi sẽ được thực hiện. Ý định lựa chọn là những nhân tố khuyến khích, ảnh hưởng đến hành vi, nó chỉ ra những nỗ lực mà con người muốn cố gắng, những nỗ lực, đó thường có kế hoạch và hướng đến hành vi.

Như vậy, ý định lựa chọn của khách hàng được xem xét dưới hai góc độ chính.

Một là, ý định là sự sẵn sàng trong việc lựa chọn sản phẩm/dịch vụ hoặc lựa chọn một tổ chức cung ứng. Hai là, ý định là khả năng hay dự định thực hiện một hành động nào đó của con người hướng đến hành vi thực tế trong tương lai.

Có thể nói sự lựa chọn của khách hàng hay người tiêu dùng là một phần của ý định hành vi của họ và để hiểu về sự lựa chọn của học sinh với tư cách là khách hàng của các trường đại học thì có thể xem xét dựa trên lý thuyết ý định hành vi. Theo đó, quyết định lựa chọn trường đại học được hiểu là quá trình phức tạp và đa giai đoạn trong đó một cá nhân phát triển từ nguyện vọng tiếp tục theo học đại học sau khi tốt nghiệp THPT, cuối cùng là quyết định được xác lập bằng hành động cụ thể hướng đến chọn trường đại học nào để theo học (Hossler, Braxton & Coopersmith, 1989). Tùy thuộc vào quan điểm mỗi người mà chia quá trình này thành các giai đoạn khác nhau. Tuy nhiên có thể chia thành 2 loại chính gồm: gồm 3 giai đoạn (Hossler & Gallagher, 1987; Jackson, 1982; Hanson & Litter, 1982), hoặc từ 5 giai đoạn (Brown, Varley & Pal, 2009, Vrontic và cộng sự, 2007), 7 giai đoạn (Litten, 1982; Kotler, 1976; Chapman, 1984). Nhiều các nhà nghiên cứu cho rằng, trong thực tế học sinh thường bỏ qua một số giai đoạn của quá trình lựa chọn, và trình tự các giai đoạn lựa chọn cũng tùy thuộc vào mỗi cá nhân (Chapman, 1986). Chi tiết được trình bày tổng hợp ở **Phụ lục 1**. Về cơ bản, các giai đoạn của quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh cũng diễn ra giống với các giai đoạn của quá trình mua.

Bảng 2.2: So sánh các bước ra quyết định lựa chọn lựa chọn trường đại học và quyết định lựa chọn sản phẩm/dịch vụ

Thứ tự	Ra quyết định lựa chọn hàng hóa/dịch vụ (<i>Comegys và cộng sự, 2006</i>)	Ra quyết định lựa chọn trường đại học (<i>Vrontic và cộng sự, 2007</i>)
Bước 1	Nhận thức nhu cầu mua	Có nguyện vọng đi học đại học
Bước 2	Tìm kiếm thông tin	Tìm kiếm thông tin
Bước 3	Đánh giá các lựa chọn	Đánh giá các trường đại học
Bước 4	Lựa chọn và mua	Gửi đơn đăng ký dự tuyển
Bước 5	Quá trình sau mua	Nhập học

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

Cơ bản quyết định lựa chọn trường đại học có các đặc điểm sau đây:

- Quyết định lựa chọn trường của học sinh bắt nguồn từ rất sớm. Moogan và Baron (2003) cho rằng giai đoạn đầu tiên (Nhận thức nhu cầu lựa chọn trường đại học) có thể được bắt đầu từ những năm cuối cấp trung học cơ sở và kéo dài hết cả khoảng

thời gian học THPT đến khi đăng ký dự tuyển vào trường đại học cụ thể nào đó.

- Quyết định của học sinh không chỉ phản ánh hình ảnh cá nhân của họ tại thời điểm hiện tại mà còn cả tương lai liên quan đến nghề nghiệp, nơi cư trú, và sự hài lòng cuộc sống.

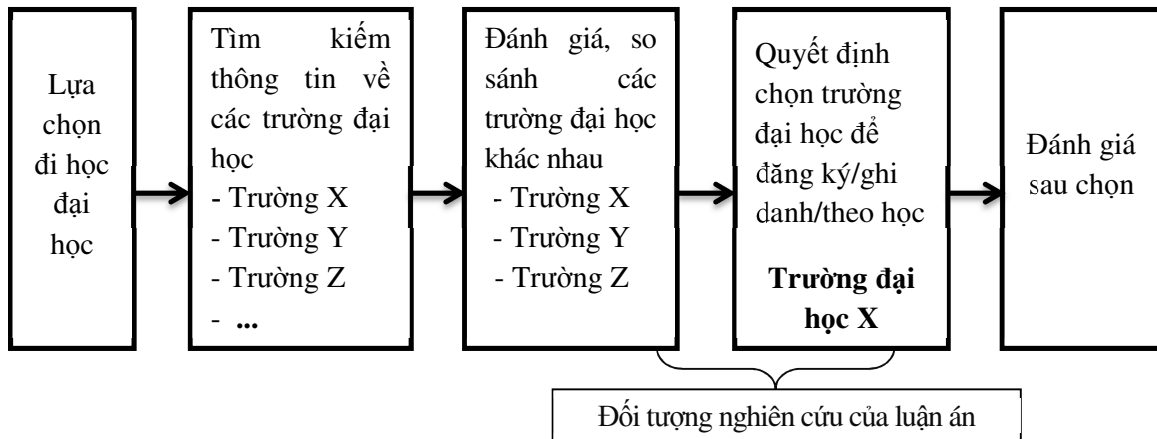
- Chi phí của quyết định liên quan đến cả chi tiêu của cá nhân và xã hội. Phần lớn các học sinh đều không thể trang trải được chi phí học tập trung bình 4 hoặc 5 năm ở các trường đại học. Mỗi gia đình thường phải dành khoản tiền tiết kiệm để chu toàn việc học cho con cái, đây thực chất là một khoản đầu tư.

- Rủi ro mà cá nhân và xã hội khi đưa ra quyết định sai lầm là rất lớn. Thực tế, việc lựa chọn trường đại học gặp nhiều rủi ro. Có không ít trường hợp học sinh chán nản ngay khi nhập trường, cũng có thể là sau khi tốt nghiệp đại học. Điều này gây lãng phí lớn và phải trả giá về nhiều mặt: thời gian, tiền bạc, tuổi thanh xuân, cơ hội nghề nghiệp, tương lai...

- Chịu áp lực của “nhóm tham khảo” rất mạnh vì vậy học sinh phải nỗ lực để đáp ứng sự mong đợi của nhóm tham khảo. Sự kỳ vọng của bố mẹ, những người thân trong gia đình, bạn bè... ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường của học sinh. Trong nhiều trường hợp, nhóm tham vấn sẽ đưa ra các lời khuyên, thông tin, tư vấn, định hướng...

Như vậy, quá trình lựa chọn sản phẩm hay tổ chức cung ứng dịch vụ tương đồng với quá trình lựa chọn trường đại học nói chung. Quá trình này diễn ra trong nhận thức và hành động. Phần diễn ra trong nhận thức là những ý định của quyết định. Thực tế là, quyết định lựa chọn trường đại học là một quá trình phức tạp, bao gồm nhiều giai đoạn. Ở mỗi giai đoạn học sinh đóng các vai trò khác nhau từ sinh viên tiềm năng, sinh viên chính thức và tương ứng với các quyết định như quyết định có hay không đi học đại học, quyết định có đăng ký hồ sơ, nộp hồ sơ, ghi danh hay không...

Trong nghiên cứu này, tác giả *chỉ tập trung vào giai đoạn cuối* (giai đoạn quyết định ghi danh) vào trường đại học nào đó để theo học. Đối tượng khảo sát là những học sinh đã tốt nghiệp PTTH nhưng chưa thực sự theo học tại bất cứ trường đại học nào trong thực tế. *Vậy, quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh PTTH được hiểu là khả năng hay dự định thực hiện quyết định lựa chọn một trường đại học. Quyết định lựa chọn trường đại học được xem xét ở khía cạnh là ý định lựa chọn một trường đại học nào đó để ghi danh của học sinh THPT.*



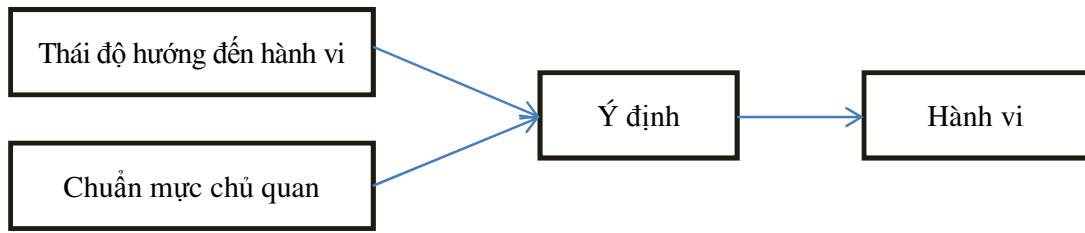
Hình 2.3: Mô tả về quyết định lựa chọn trường đại học X của học sinh PTTH

2.2.2.2 Mô hình hành động hợp lý (TRA)

Mô hình này được Fishbein và Ajzen đề xuất năm 1975. Các tác giả lập luận rằng ý định hành vi dẫn đến hành vi và ý định được quyết định bởi thái độ của cá nhân đối với hành vi và sự ảnh hưởng của chuẩn mực chủ quan việc thực hiện các hành vi đó. Fishbein và Ajzen (1975) đã dẫn giải các thành phần trong mô hình TRA gồm:

- Hành vi: là những hành động quan sát được của đối tượng/ khách hàng.
- Ý định hành vi: đo lường khả năng chủ quan của đối tượng/ khách hàng sẽ thực hiện một hành vi và có thể được xem như một trường hợp đặc biệt của niềm tin.
- Thái độ đối với một hành động hoặc hành vi, thể hiện những nhận thức tích cực hay tiêu cực của cá nhân về việc thực hiện một hành vi, có thể được đo lường bằng tổng hợp của sức mạnh niềm tin và đánh giá niềm tin này (Hale, 2003). Thái độ của mỗi cá nhân được đo lường bằng niềm tin và sự đánh giá đối với kết quả hành vi. Ajzen và Fishbein (1975) nhận định: “lòng tin của khách hàng là tiền đề để khách hàng có thái độ tốt thúc đẩy hành vi và ý định sử dụng sản phẩm”. Do đó, kết quả mà tạo ra lợi ích cho cá nhân nào đó thì họ sẽ có ý định tham gia vào hành vi.

- Chuẩn mực chủ quan là nhận thức của một cá nhân, với những người tham khảo quan trọng của cá nhân đó cho rằng hành vi nên hay không nên được thực hiện. Chuẩn mực chủ quan được đánh giá thông qua hai yếu tố cơ bản là: Mức độ ảnh hưởng từ thái độ của những người liên quan đối với việc mua sản phẩm/dịch vụ và động cơ của khách hàng làm theo mong muốn của những người liên quan. Thái độ của những người liên quan càng mạnh và mối quan hệ với những người liên quan ấy càng gần gũi thì xu hướng mua của khách hàng càng bị ảnh hưởng nhiều.



Hình 2.4: Mô hình lý thuyết hành vi hợp lý (TRA)

Nguồn (Fishbein và Ajzen, 1975)

Trong mô hình này tác giả xem ý định hành vi là các chức năng kỳ vọng (expectation functions), kết hợp cùng các yếu tố cá nhân và xã hội. Mô hình cũng giả định rằng các đối tượng có thể đánh giá dựa trên nhiều thuộc tính, làm cơ sở để hình thành nên các loại chi phí cũng như lợi ích ở các cấp độ khác nhau. Chỉ số về hành vi hay động thái không tăng vô hạn theo thời hạn khi xuất hiện các kỳ vọng mới bởi vì thái độ được cắt nghĩa dựa trên số lượng hạn chế các thuộc tính mà chúng ta có thể nhìn thấy. Tóm lại, lý thuyết TRA cho rằng yếu tố quan trọng nhất quyết định hành vi của con người là ý định thực hiện hành vi đó. Ý định thực hiện hành vi được quyết định bởi hai nhân tố: thái độ của một người về hành vi và chuẩn mực chủ quan liên quan đến hành vi.

Trong mô hình TRA, thái độ của khách hàng được đo lường bằng các thuộc tính của sản phẩm/ dịch vụ. Fishbein và Ajzen (1975) cho rằng mô hình lý thuyết về thái độ phổ biến là mô hình thái độ đa thuộc tính (*multiple - attribute attitude models*)

$$A_x = \sum_{i=1}^n B_i x E_i$$

Trong đó

A_x là thái độ của người tiêu dùng đối với sản phẩm hoặc dịch vụ X

B_i là độ mạnh của niềm tin đối với thuộc tính thứ i sản phẩm hoặc dịch vụ X

E_i đánh giá về thuộc tính thứ i sản phẩm hoặc dịch vụ X

n là số thuộc tính sản phẩm hoặc dịch vụ X

Thái độ của khách hàng đối với từng thuộc tính chất lượng được đo lường bằng phương pháp mức độ quan trọng – mức độ thể hiện (IPA – Importance Performance Analysis). Theo cách đánh giá này có hai tiêu chuẩn hình thành nên quyết định lựa chọn của khách hàng là: (1) tầm quan trọng tương đối của các thuộc tính chất lượng và (2) mức độ thực hiện của các thuộc tính chất lượng. Tầm quan trọng của các thuộc tính chất lượng sẽ phản ánh giá trị tương đối của nó đối với nhận thức của khách hàng. Khách hàng sẽ xem xét các thuộc tính và đánh giá mức

độ quan trọng khác nhau mà nó mang lại. Cụ thể là, thuộc tính nào đó có mức độ quan trọng thấp sẽ chỉ ra khả năng ảnh hưởng đến nhận thức chung của người tiêu dùng là ít. Ngược lại, nếu tiêu chí nào được đánh giá mức độ quan trọng cao sẽ có ảnh hưởng lớn đến nhận thức của khách hàng.

Lý thuyết hành động hợp lý được sử dụng rộng rãi để giải thích nhiều các loại hành vi ở các lĩnh vực, bối cảnh nghiên cứu khác nhau bằng cách bổ sung thêm các nhân tố mới. Ajzen (1991) gợi ý, các mô hình này có thể được bổ sung hay điều chỉnh bằng cách đưa thêm các nhân tố mới, miễn là các nhân tố mới đóng góp và giải thích ý định hành vi.

Tác giả cho rằng việc lựa chọn trường đại học của học sinh là lựa chọn hợp lý (Rational Action) dựa trên đánh giá và so sánh từ tập hợp các trường đại học khác nhau. Trường đại học được lựa chọn là trường là phù hợp nhất, hợp lý nhất với các tiêu chí họ đề ra. Trong nghiên cứu này, tác giả mong muốn sử dụng lý thuyết hành vi hợp lý (TRA) làm cơ sở lý thuyết và kiểm định một phần khung lý thuyết trong bối cảnh GDDH ở Việt Nam. Tác giả cũng mong muốn đưa các nhân tố mới phù hợp với điều kiện của Việt Nam hiện nay để xác định nhân tố ảnh hưởng, đo lường mức độ ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT.

2.3 Tổng quan các nghiên cứu về quyết định lựa chọn trường

2.3.1 Tổng quan các nghiên cứu nước ngoài

Hiện nay, nghiên cứu về quyết định lựa chọn trường đại học nói chung ở nước ngoài theo các hướng nghiên cứu khác nhau. Nhưng, tác giả tổng hợp lại thành 4 hướng tiếp cận chủ yếu gồm: hướng tiếp cận từ quan điểm kinh tế, hướng tiếp cận từ quan điểm xã hội học, hướng tiếp cận kết hợp (kinh tế - xã hội), hướng tiếp cận marketing.

Thứ nhất: Hướng nghiên cứu dựa trên quan điểm kinh tế

Các nhà nghiên cứu theo quan điểm này đều giả thiết rằng học sinh/ sinh viên có hành động hợp lý khi quyết định chọn trường đại học bằng cách đánh giá tất cả các thông tin sẵn có tùy thuộc vào cảm xúc tại thời điểm họ ra quyết định (DesJardins & Toutkoushia, 2005). Họ xem xét các lợi ích tiềm ẩn khi tham gia vào một trường đại học như là sự lựa chọn đầu tư bằng cách so sánh, cân nhắc từ chi phí và lợi ích để đưa ra quyết định. Tất cả các tác giả dựa trên quan điểm kinh tế đều xem xét, tính toán chi phí hiện của việc học đại học như lệ phí, ăn ở, đi lại...và ảnh hưởng của các khoản chi tiêu này đến quyết định lựa chọn trường đại học của họ. Chẳng hạn, Mbadugha (2000)

khám phá ra rằng sinh viên học bán thời gian thì quan tâm về chi phí nhiều hơn sinh viên học toàn bộ thời gian. Tuy nhiên, các khoản chi phí khác nhau sẽ ảnh hưởng khác nhau đến quyết định lựa chọn của sinh viên theo các cấp bậc từ thấp đến cao (Leslie & Brinkman, 1988). Nhiều học sinh thuộc các gia đình có thu nhập cao thường không quan tâm nhiều đến chi phí, nhưng những học sinh thuộc gia đình có thu nhập thấp lại bị ảnh hưởng bởi chi phí do vậy sự lựa chọn của họ bị hạn chế vì một số trường đại học có học phí cao. Hossler, Hu, Schmit's (1988) cũng đồng tình khi kết luận học sinh PTTH thuộc các gia đình có thu nhập cao thì các khoản học phí đối với họ ít quan trọng, ngược lại trong các học sinh thuộc gia đình có thu nhập thấp thì học phí là yếu tố tác động mạnh.

Mặt khác, học sinh sẽ xem xét đến những lợi ích không tính bằng tiền như mong đợi mức lương cao khi ra trường, công việc làm tốt trong tương lai...Nói cách khác, học sinh quan tâm đến tỷ suất sinh lời của việc học đại học trước khi họ quyết định tham gia họ. Cohn (1979) cho rằng các quyết định lựa chọn trường đại học thực chất là dựa trên sự phân phối các nguồn lực khan hiếm như là thu nhập, của cải, vật chất...Theo cách tiếp cận đầu tư vốn nhân lực (Beker,1993) kết luận học sinh sẽ “coi quyết định học đại học hay không học đại học như là một sự đầu tư, bằng cách so sánh lợi ích mong đợi và chi phí mong đợi”. Tuy nhiên, học sinh cũng sẽ lựa chọn trường đại học nào có mức thỏa dụng của lợi ích mong đợi cao nhất (DesJardins & Toutkoushian, 2005). Như vậy, về cơ bản tác giả có quan điểm kinh tế dường như chỉ xem xét đến các yếu tố thuộc kinh tế/ tài chính như: học phí, học bổng, phí sinh hoạt...

Thứ hai: Hướng nghiên cứu dựa trên quan điểm xã hội học

Các nhà xã hội học hướng nghiên cứu đến những ảnh hưởng của vốn văn hóa và vốn xã hội (cultural and social capital) như là nền tảng kinh tế xã hội (SES), khát vọng và kết quả học tập khi lựa chọn trường đại học (Jackson,1982; Litten, 1982). Các tác giả tập trung đến mấy khía cạnh sau đây: gia đình, nền tảng xã hội, khả năng, năng lực học tập của học sinh, khát vọng học tập ở bậc đại học (Blau và Duncan,1967), thành tích học tập (Sewell, Haller & Portes, 1969). Các tác giả cũng tập trung vào nhóm yếu tố gồm: mức độ ảnh hưởng khác nhau của cha mẹ, các thành viên khác trong gia đình, bạn bè, thầy cô, thu nhập gia đình, giáo dục của cha mẹ...Do vậy, hướng tiếp cận này sẽ có nhiều ưu điểm trong việc phân tích ảnh hưởng của nhóm tham khảo hoặc những rào cản có thể xảy ra ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học trong từng bối cảnh cụ thể. Tuy nhiên, cách này rất khó để làm rõ được các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định cuối cùng của học sinh. Bởi ở các yếu tố thuộc

xã hội học thường tác động mạnh mẽ đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh ở giai đoạn đầu như khuynh hướng lựa chọn có hay không đi học đại học.

Thứ ba: Hướng nghiên cứu kết hợp kinh tế - xã hội

Mỗi hướng nghiên cứu đều có những thế mạnh và hạn chế nhất định. Chẳng hạn, tiếp cận từ quan điểm của các nhà kinh tế sẽ hướng đến các yếu tố thuộc phạm trù kinh tế chủ yếu là liên quan đến đầu tư (tiền), nhưng không làm rõ được nguồn thông tin mà học sinh thu thập được. Ngược lại, tiếp cận của các nhà xã hội học phân tích rõ nguồn gốc thông tin cũng như cách thức thông tin ảnh hưởng đến học sinh trong quá trình họ ra quyết định, nhưng không đo lường được cách thức họ ra quyết định. Hướng nghiên cứu kết hợp nhằm khắc phục những hạn chế và lọc ra những chỉ số nhằm giải thích nhiều hơn cho vấn đề nghiên cứu. Hơn nữa, mô hình kết hợp sẽ giúp cho các nhà hoạch định chính sách có nhiều cơ hội can thiệp hơn so với mô hình kinh tế hoặc mô hình xã hội (Hossler và cộng sự, 1985). Tóm lại, hướng tiếp cận này dựa trên quan điểm cho rằng: Mặc dù học sinh dựa trên những so sánh, đánh giá về chi phí và lợi ích mong đợi về việc lựa chọn trường đại học song quyết định vẫn phải dựa trên nền tảng là đặc điểm của bản thân (thói quen, giới, sở thích...), nền tảng gia đình cũng như những ảnh hưởng trực tiếp, gián tiếp của nhóm tham khảo (bố mẹ, nhà trường, bạn bè...).

Thứ tư: Hướng nghiên cứu dựa trên quan điểm Marketing

Hướng tiếp cận marketing không hoàn toàn tiếp cận theo mô hình xã hội hay kinh tế mà dựa trên mô hình hành vi lựa chọn của người tiêu dùng gồm các yếu tố ảnh hưởng bên trong (đặc điểm riêng về văn hóa, xã hội, cá nhân, tâm lý) và những yếu tố bên ngoài (xã hội, văn hóa, sản phẩm, giá cả...) và những nỗ lực giao tiếp của nhà cung cấp tới người tiêu dùng (Kotler & Armstrong, 2010). Do vậy, ngoài những yếu tố thuộc mô hình kết hợp kinh tế và xã hội, quyết định chọn trường đại học còn ảnh hưởng bởi đặc điểm của trường đại học như hoạt động tuyển sinh, nỗ lực giao tiếp hay chính sách hỗ trợ tài chính...(Bergerson, 2009).

Ở hướng tiếp cận này, các tác giả cũng xem xét mối quan hệ giữa học sinh THPT và các trường đại học như là những khách hàng (học sinh THPT) lựa chọn các tổ chức cung ứng dịch vụ GDĐH (là các trường đại học). Học sinh THPT dựa vào nhận thức của họ về trường đại học để đưa ra quyết định chính xác nhất. Còn các trường đại học sẽ khám phá hành vi lựa chọn trường của học sinh THPT để đưa ra các chính sách thu hút họ. Quyết định lựa chọn trường được so sánh giống với quyết định mua/chọn gồm nhiều giai đoạn khác nhau (Blackwell, Miniard, & Engel, 2006), ở

mỗi giai đoạn khác nhau, học sinh THPT sẽ có các vai khác nhau: ứng viên, người đăng ký xét tuyển, sinh viên và cựu sinh viên... Với các vai khác nhau, họ có những quyết định khác nhau trong từng giai đoạn cụ thể như quyết định đi học đại học hay không, quyết định đăng ký dự/xét tuyển, quyết định ghi danh, quyết định theo học... Trong từng bối cảnh, thời điểm, đối tượng mà các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định này sẽ được chọn lọc phù hợp. Có thể nhận định chung thành 3 chủ đề sau:

- Một là, đối với đối tượng là sinh viên tiềm năng, học sinh THPT, học sinh lớp 12, học sinh có đủ điều kiện để ghi danh, học sinh dự bị đại học các tác giả nghiên cứu tập trung vào ý định lựa chọn trường đại học.
- Hai là, đối với đối tượng là sinh viên vừa nhập học, sinh viên năm thứ nhất, sinh viên chính thức... các tác giả tập trung đánh giá sự hài lòng của họ về quyết định lựa chọn trường.
- Ba là, hướng nghiên cứu tập trung vào việc so sánh quyết định lựa chọn của các đối tượng như sinh viên tiềm năng vào các trường công lập và ngoài công lập, hoặc xem xét sự khác biệt giữa quyết định lựa chọn trường trước và sau được vào trường đại học.

Trong nghiên cứu này giả tập trung nghiên cứu theo góc nhìn của học sinh THPT. Tổng quan nghiên cứu liên quan đến đối tượng này được tổng hợp ở **Phụ lục 2**, đặc biệt là các nghiên cứu của Joseph và Joseph (1998, 2000), Karl Wagner và cộng sự (2009), Joseph Kee Ming Sia (2013) đề cập đến các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Đây là hướng nghiên cứu dựa trên *lý thuyết ý định hành vi (mô hình TRA)*, nhưng phân tách nhân tố *thái độ* thành những nhân tố thứ nguyên (cảm nhận về chi phí, cảm nhận về chương trình học, cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực), lời khuyên từ người khác, danh tiếng trường đại học, thông tin học sinh nhận được từ trường đại học. Điểm hạn chế là, nhiều nghiên cứu thực chất được xây dựng trên mô hình TRA nhưng các nhân tố cơ bản của khung lý thuyết được thay thế bằng các yếu tố thứ nguyên khác, song những lập luận chưa thực rõ ràng. *Chuẩn mực chủ quan* của cá nhân là một nhân tố quan trọng của mô hình gốc (TRA), tuy nhiên trong các nghiên cứu về chủ đề này chưa làm rõ được ảnh hưởng của nhân tố này đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT.

2.3.2 Tổng quan các nghiên cứu trong nước

Hiện nay, các nghiên cứu trong nước về quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT có ít, chủ yếu tập trung nhiều vào định hướng nghề nghiệp, hướng nghiệp. Hướng nghiên cứu về quyết định lựa chọn trường đại học không nhiều, tác giả tập hợp theo 2 hướng gồm: hướng tiếp cận từ góc độ sinh viên và góc độ học sinh

THPT. (Cụ thể ở *phụ lục 3*)

Đối với nhóm sinh viên, Nguyễn Minh Hà và cộng sự (2011) đã kết luận 7 nhân tố ảnh hưởng đến việc sinh viên chọn trường đại học mở Thành phố Hồ Chí Minh, gồm: Nỗ lực của nhà trường đưa thông tin đến học sinh sắp tốt nghiệp PTTH; Chất lượng dạy và học; Đặc điểm của bản thân sinh viên; Công việc trong tương lai; Khả năng đầu vào trường; Người thân trong gia đình; Người thân ngoài gia đình. Trong khi đó, Đỗ Thị Hồng Liên và cộng sự (2015) nghiên cứu ở Đại học quốc gia Hà Nội cho thấy, các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học được sắp xếp theo thứ tự ảnh hưởng từ mạnh đến yếu như sau: Danh tiếng, ngôn ngữ quốc tế, uy tín về các khóa học, sở thích, năng lực, các chương trình giảng có ngôn ngữ quốc tế, danh tiếng về các trường liên kết/ hợp tác, thông tin từ truyền thông, cựu sinh viên, thông tin trực tiếp từ tư vấn tuyển sinh, học phí, ảnh hưởng của giáo viên cấp THPT, ảnh hưởng từ bạn bè. Mai Thị Ngọc Đào và Anthony Thorpe (2014) đã tổ chức thu thập số liệu trên phạm vi cả nước đối với 1.124 sinh viên đã và vừa tốt nghiệp tại các trường đại học, các tác giả nhận định mức ảnh hưởng từ cao xuống thấp lần lượt như sau: trang thiết bị và dịch vụ, chương trình đào tạo, học phí, thông tin offline, lời khuyên của những người xung quanh, thông tin online, các cách tiếp cận tuyển sinh, điều kiện chương trình học, quảng cáo. Bên cạnh đó nhóm tác giả cũng nghiên cứu thêm sự khác biệt về giới và các đối tượng học sinh khác nhau ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học.

Đối với nhóm học sinh THPT (lớp 12), Trần Văn Quý và Cao Hào Thi (2009) đã kết luận học sinh lớp 12 ở Quảng Ngãi thường chịu ảnh hưởng thuận chiều bởi các yếu tố sau: cơ hội việc làm trong tương lai; đặc điểm cố định của trường đại học; thông tin có sẵn. Trong khi đó, học sinh lớp 12 ở Kiên Giang có xu hướng chịu ảnh hưởng của các yếu tố: mức độ đa dạng và hấp dẫn ngành đào tạo, đặc điểm của trường, khả năng đáp ứng sự mong đợi sau khi ra trường, những nỗ lực giao tiếp của trường đại học và danh tiếng khi họ quyết định lựa chọn trường đại học.

Tóm lại, từ tổng quan các nghiên cứu trong và ngoài nước ở trên cho thấy:

- Các nghiên cứu về quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT được tiếp cận theo lý thuyết hành vi lựa chọn là hoàn toàn phù hợp. Nhiều nghiên cứu thực nghiệm đã thành công theo hướng phân tách và bỏ qua mối quan hệ trung gian của nhân tố gốc (nhân tố thái độ) của mô hình TRA thành các nhân tố thứ nguyên.

- Kết quả của các nghiên cứu này cho thấy nếu xét từ góc độ học sinh THPT có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của họ. Tuy nhiên các nghiên cứu ở Việt Nam chưa có nghiên cứu hệ thống các lý thuyết, đề cập đến

khung lý thuyết, chưa vận dụng được mô hình lý thuyết ý định hành vi vào nghiên cứu vấn đề này.

- Các nghiên cứu đều có xu hướng sử dụng phương pháp định lượng. Tuy nhiên chưa nhiều nghiên cứu ở Việt Nam có thể lượng hóa được các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh PTTH, đặc biệt là sử dụng mô hình SEM.

- Nhóm học sinh THPT là nhóm đối tượng rất cần được nghiên cứu. Bởi lẽ, họ có đủ kiến thức, thông tin và thời gian để suy nghĩ nghiêm túc và lựa chọn chính xác trường đại học mà họ mong muốn ghi danh theo học. Tuy nhiên, quyết định lựa chọn trường đại học của nhóm học sinh đang học THPT thường có thể bị sai lệch vì điểm thi đại học. Việc lựa chọn trường chịu ảnh hưởng bởi kết quả điểm, điều này không hoàn toàn lý tưởng đối với học sinh, phụ huynh và các nhà hoạch định chính sách. Bởi, học đại học không chỉ để thỏa mãn việc được trúng tuyển mà còn thỏa mãn cả quá trình học tập và theo đuổi ước mơ tốt đẹp trong tương lai của học sinh. Nhằm hạn chế tối đa sự ảnh hưởng của kết quả điểm và hướng đến quyết định cuối cùng của quá trình lựa chọn trường đại học, tác giả lựa chọn *nhóm học sinh THPT đã tham gia và có kết quả thi tốt nghiệp THPT quốc gia năm 2015- 2016*. Nhóm học sinh này thực sự đã có đủ các điều kiện, sẵn sàng với việc lựa chọn nghiêm túc và chính xác một trường đại học để theo học trong tương lai gần.

- Thời điểm năm 2015 có ý nghĩa rất quan trọng đối với việc tuyển sinh của các trường đại học cũng như đối với bản thân học sinh PTTH và gia đình của họ. Về cơ bản, những thay đổi trong kỳ thi “2 trong 1” đã tạo nhiều cơ hội hơn để học sinh PTTH có thể thực hiện ước mơ được học đại học. Học sinh được chủ động, tự nguyện lựa chọn trường đại học dựa trên năng lực, trình độ, nguyện vọng và khả năng chi trả của gia đình họ. Do vậy, trong bối cảnh hiện tại, ở Việt Nam rất cần có một mô hình phù hợp và kết quả nghiên cứu này sẽ rất hữu ích cho cả các trường đại học và bản thân học sinh THPT, phụ huynh...tham khảo khi ra các quyết định lựa chọn.

2.4 Phát triển mô hình nghiên cứu, thang đo và giả thuyết

2.4.1 Xây dựng mô hình nghiên cứu

Tổng quan các công trình nghiên cứu nước ngoài của bất kỳ luận án nào cũng đặt ra 3 vấn đề: Một là, có thể học tập được gì ở những nghiên cứu này. Điều gì có thể vận dụng được, điều gì không. Các nghiên cứu của nước ngoài xuất phát từ thực tiễn của các nước khác nhau, do đó khả năng vận dụng các nghiên cứu đó ở Việt Nam có phù hợp hay không? Hai là, hệ thống số liệu, dữ liệu của nước ngoài rất đa dạng, phong phú và đầy đủ.

Trong khi đó, hệ thống số liệu của Việt Nam còn rất mỏng, hạn chế và độ tin cậy còn chưa cao. Vậy, sẽ phải làm gì để khắc phục nhược điểm đó và vận dụng được các mô hình trong điều kiện Việt Nam. Ba là, kĩ thuật và công cụ mô hình, nhất là mô hình phân tích định lượng là một điều kiện rất quan trọng để nghiên cứu có được kết quả tốt. Vậy, mô hình nào sẽ phù hợp với bối cảnh GDDH ở Việt Nam?

Dựa trên cơ sở lý thuyết và phân tổng quan các công trình nghiên cứu tiêu biểu của Joseph và Joseph (1998, 2000), Karl Wagner và cộng sự (2009), Joshep Kee Ming Sia (2011), cũng như xuất phát từ bối cảnh GDDH ở Việt Nam có nhiều nét tương đồng với Indonesia và Malaysia, tác giả kế thừa các nghiên cứu trước nhằm đề xuất mô hình nghiên cứu:

Thứ nhất, tác giả vận dụng lý thuyết hành vi hợp lý (mô hình TRA) vào xây dựng mô hình nghiên cứu. Cụ thể:

Thái độ hướng đến hành vi được hiểu là cảm nhận của học sinh THPT về các đặc điểm của trường đại học. Đối tượng nghiên cứu là những sinh viên tiềm năng do vậy họ chủ yếu cảm nhận về các đặc điểm của trường đại học dựa trên lượng thông tin mà họ có được thông qua các hoạt động truyền thông của trường đại học. Nhân tố Thái độ hướng đến hành vi được phân tách thành yếu tố thứ nguyên gồm: cảm nhận về chi phí, cảm nhận về chương trình học, cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực.

Chuẩn mực chủ quan là nhận thức của con người về việc phải ứng xử như thế nào cho phù hợp với yêu cầu của xã hội, chuẩn mực chủ quan là áp lực mà xã hội áp đặt lên mỗi cá nhân khi quyết định một hành vi (O'Neal, 2007). Trong trường hợp này, *chuẩn mực chủ quan được hiểu là học sinh cảm nhận về người khác (cha mẹ, bạn bè, người xung quanh...)* sẽ như thế nào (*ủng hộ, không ủng hộ, tán dương...)* khi họ lựa chọn trường đại học nào đó. Mặc dù chưa có nghiên cứu nào trên thế giới và Việt Nam đề cập đến vai trò của chuẩn mực chủ quan tác động đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh. Nhưng, tác giả cho rằng, với nền văn hóa Phương Đông, trọng bằng cấp. Mỗi quan hệ và sự ảnh hưởng về mặt tư tưởng giữa các thành viên trong gia đình, hoặc xung quanh khá gắn kết. Do vậy, mỗi quyết định trong cuộc sống đều ít nhiều chịu ảnh hưởng của chuẩn mực chủ quan. Vì thế, quyết định lựa chọn trường đại học của mỗi học sinh THPT cũng không ngoại lệ.

Thứ 2: Mô hình TRA nguyên thủy được áp dụng thành công ở những thị trường đã ổn định, mang tính chuẩn mực, tuy vậy vẫn còn nhiều thiếu sót trong việc khái niệm hóa và thực hiện trong một số môi trường nghiên cứu. Điều này dẫn đến những bổ sung và mở rộng nhân tố mới. Không nằm ngoài lý do đó, dựa trên tổng quan nghiên cứu và bối cảnh của GDDH ở Việt Nam, tác giả đã bổ sung và mở rộng thêm

mô hình với 03 biến độc lập gồm: Danh tiếng trường đại học, Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học, lời khuyên của người khác. Với các lập luận như sau:

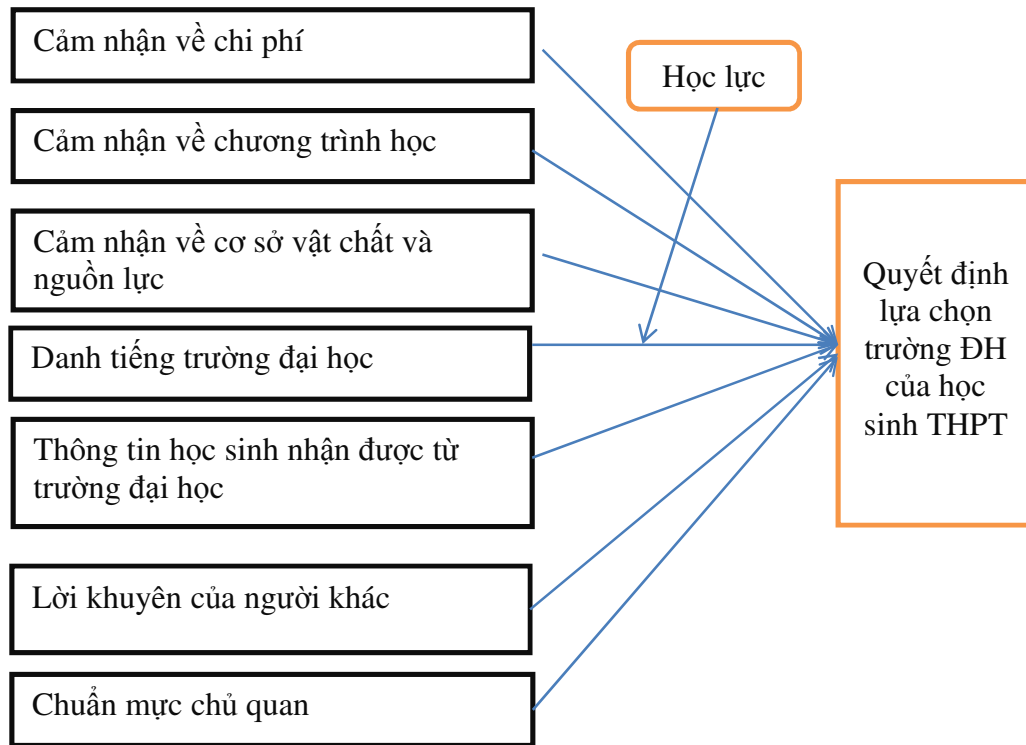
- Trong bối cảnh kinh tế - xã hội Việt Nam đang ngày càng hòa nhập hơn với nền kinh tế thế giới, việc xây dựng hình ảnh doanh nghiệp đã và đang trở thành một vấn đề cấp thiết đối với các doanh nghiệp. Cảm nhận, suy nghĩ về danh tiếng của doanh nghiệp càng tốt đẹp bao nhiêu, thì ý định sử dụng sản phẩm/ dịch vụ càng cao. Với bối cảnh GDDH ở Việt Nam, danh tiếng có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển của trường đại học, sẽ là yếu tố có tính cạnh tranh trong việc thu hút sinh viên tiềm năng, đặc biệt là những học sinh có học lực khá tốt. Thực tế, học sinh THPT như là những “khách hàng” lựa chọn các cơ sở cung ứng dịch vụ, họ có xu hướng ưu tiên lựa chọn các trường đại học có danh tiếng tốt để theo học. Vì lẽ đó, tác giả dự đoán danh tiếng là yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT và khả năng biến học lực sẽ là biến điều tiết lên mối quan hệ này trong mô hình cấu trúc.

- Các trường đại học không thể bỏ qua vai trò của truyền thông trong việc truyền tin đến học sinh nhằm thúc đẩy ý định chọn và dẫn đến hành vi lựa chọn trường. Sự nỗ lực truyền thông tin của nhà trường đến học sinh đã hiệu quả hay chưa được đánh giá bằng lượng thông tin học sinh có đầy đủ thông tin chưa. Quyết định cuối cùng của học sinh dựa vào lượng thông tin đầy đủ mà học sinh nhận được từ trường đại học. Tuy nhiên những nghiên cứu trước đây của Việt Nam thường khảo sát, đề cập đến các phương tiện truyền thông hoặc cách thức/ kênh thông tin mà học sinh thu thập (qua báo đài, website...) mà chưa đề cập đến khía cạnh xem xét *Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học*.

- Hạn chế của mô hình TRA là hạn chế trong việc chỉ ra ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài tác động đến ý định hành vi của chủ thể. Cùng với nhân tố *Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học*, tác giả bổ sung thêm nhân tố *Lời khuyên của người khác*. Vì, những nghiên cứu của Việt Nam và thế giới đều nêu rõ vai trò ảnh hưởng ở các mức độ khác nhau của lời khuyên của người khác gồm bố mẹ, anh chị, bạn bè...đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Trong điều kiện văn hóa Đạo Khổng của Việt Nam, quyết định của mỗi cá nhân thường ít nhiều ảnh hưởng bởi những người xung quanh họ. Quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT có ý nghĩa trọng đại không những đối với cá nhân học sinh mà cả những người xung quanh, do vậy ảnh hưởng của nhân tố *lời khuyên của người khác* không phải là ngoại lệ.

Với lý do đã nêu trên, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu gồm 7 biến độc lập: cảm nhận chi phí, cảm nhận về chương trình học, cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn

lực, danh tiếng trường đại học, chuẩn mực chủ quan, thông tin học sinh nhận được từ trường đại học, lời khuyên của người khác và một biến điều tiết học lực.



Hình 2.5: Mô hình lý thuyết của luận án

Nguồn: Tác giả

Mỗi mô hình được đề xuất đều nhằm mục tiêu nhất định dựa trên những giả định, lập luận và bối cảnh nghiên cứu riêng. Với mô hình đề xuất này tác giả có quan điểm riêng như sau:

- Mỗi học sinh THPT đều đã có hình dung và lựa chọn cho mình một trường đại học theo cách riêng, do vậy trong nghiên cứu này “những hình ảnh mang tính khuôn mẫu cao, lý tưởng đối với học sinh, hình ảnh này không đại diện cho bất kỳ một trường đại học nào trong thực tế” (Chapman, 1981). Do vậy, quyết định lựa chọn trường đại học không hướng đến trường đại học cụ thể nào trong thực tế mà ký hiệu đại diện là trường đại học X.

- Mô hình “không bàn về mọi khía cạnh của các yếu tố ảnh hưởng” (Chapman, 1981) và cũng không xem xét tất cả các giai đoạn của quá trình quyết định lựa chọn. Nghiên cứu cũng chỉ tập trung giai đoạn cuối cùng (lựa chọn một trường đại học để theo học).

2.4.2 Tổng quan các khái niệm và các cách đo lường các biến liên quan

2.4.2.1 Cảm nhận về chi phí

Chi phí là việc từ bỏ hoặc hy sinh một cái gì đó để có được một hàng hóa hoặc dịch vụ nhất định (Zeithmal, 1998). Trong GDDH, chi phí có thể hiểu là tổng số tiền mà khách hàng (sinh viên, phụ huynh, nhà tuyển dụng) phải trả cho cơ sở đào tạo. Từ góc độ học sinh THPT, Kotler và Fox (1995) cho rằng chi phí bao gồm các khoản chi phí về tiền bạc, chi phí cho công sức phải bỏ ra, chi phí thời gian, chi phí tâm lý (áp lực nảy sinh từ việc theo học ở một trường xa nhà). Joseph and Joseph (1998, 2000) xem xét cảm nhận về chi phí của học sinh gồm 2 thang đo là *chính sách học phí hợp lý* và *chi phí sinh hoạt hợp lý*. Karl Wagner và cộng sự (2009) phát triển từ thang đo của Joseph and Joseph (1998, 2000) và bổ sung thêm 1 thang đo là *có chính sách hỗ trợ tài chính hợp lý (học bổng, trợ cấp và các khoản vay ưu đãi...)*. Năm 2013, Joshep Kee Ming Sia đã bổ sung thêm 1 thang đo nữa so (*Có chế độ thu các khoản phí linh hoạt*) so với nghiên cứu của Karl Wagner (2009).

Trong bối cảnh GDDH ở Việt Nam, chi phí bao gồm cả các khoản đóng học phí, lệ phí, các khoản hỗ trợ tài chính, học bổng, sinh hoạt phí... Các chế độ thu tiền học phí sẽ tạo nhiều thuận lợi cho học sinh, sinh viên khi đến hạn đóng tiền. Ngày nay, ngay ở bậc học cấp dưới (tiểu học, trung học cơ sở, trung học phổ thông) học sinh đã quen với các chế độ đóng tiền như: đóng trực tiếp, chuyển khoản vào tài khoản của nhà trường vào các thời điểm thuận tiện khác nhau. Do vậy chế độ đóng học phí linh hoạt ở các trường đại học sẽ giúp sinh viên tiết kiệm được chi phí, tăng sự thuận tiện và hài lòng. Cảm nhận về chi phí sẽ liên quan đến các khoản chi phí học sinh phải bỏ ra trong suốt thời gian học tập, sinh hoạt tại trường gồm: học phí, sinh hoạt phí... cũng bao gồm cả các khoản học bổng, chính sách hỗ trợ của trường, chính các khoản hỗ trợ này sẽ làm giảm số tiền mà học sinh phải chi trả. Ngoài ra khái niệm này cũng liên quan đến các phương thức/chế độ thanh toán các khoản phí thuận tiện/ linh hoạt mà sinh viên có thể được thụ hưởng.

Trong nghiên cứu này, tác giả kế thừa và lựa chọn thang đo của Joshep Kee Ming Sia (2013). Cụ thể các thang đo này sẽ được phát biểu như sau:

1. Trường đại học có học phí hợp lý
2. Trường đại học có chi phí sinh hoạt hợp lý
3. Trường đại học có nhiều chính sách hỗ trợ tài chính (học bổng, trợ cấp, khoản vay ưu đãi...)
4. Trường đại học có chế độ thu các khoản phí (học phí) linh hoạt

2.4.2.2 Cảm nhận về chương trình học

Cảm nhận về chương trình học được hiểu là khái niệm tương tự như thái độ của khách hàng hướng đến sản phẩm - chương trình học (Peng và cộng sự 2000). Đối với học sinh PTTH, những nhận thức về chương trình học thường rất khái quát. Do vậy, nhận thức về chương trình học có thể hiểu là nhận thức đánh giá về sự sẵn có và phù hợp của chương trình học dành cho sinh viên (Hooley và Lynch, 1981). Webb (1993) lại cho rằng chương trình học cần được đánh giá ở khía cạnh đánh giá về mức độ linh hoạt và độ dài của chương trình học. Shanka, Quintal và Taylor (2005) lại đánh giá về các điều kiện đăng ký chương trình học và sự đa dạng của các khóa học. Joseph và Joseph (1998, 2000) đưa ra 3 thang đo: *cung cấp các khóa học đa dạng cho học sinh lựa chọn; trường có điều kiện đầu vào là linh hoạt; Cung cấp các chương trình học chuyên sâu/nâng cao phù hợp với nhu cầu của sinh viên*. Karl Wagner và cộng sự (2009) đã kế thừa thang đo của Joseph and Joseph (1998, 2000) trong nghiên cứu của mình. Kết quả là 3 thang đo này đều được đáp ứng trong bối cảnh nghiên cứu ở Malaysia. Joshep Kee Ming Sia (2013) đã kế thừa 3 thang đo của Joseph and Joseph (1998, 2000), dựa vào tổng quan nghiên cứu và thực tế bối cảnh GDDH ở Indonesia, tác giả đã đề xuất thêm 4 thang đo gồm: *linh hoạt khi chuyển ngành học; Có nội dung và cấu trúc chương trình học linh hoạt; có các chương trình học với nhiều kiến thức thực tiễn; Có sẵn các môn học/ chương trình học cho toàn khóa học*.

Trong nghiên cứu này, tác giả đồng quan điểm với các tác giả Joseph and Joseph (1998, 2000), Karl Wagner và cộng sự (2009), Joshep Kee Ming Sia (2011) rằng khái niệm chương trình học được đề cập là chương trình học nhằm cấp bằng đại học mà không đề cập đến các khóa học ngắn hạn cấp chứng chỉ, bổ trợ nhằm nâng cao thêm các kiến thức thêm cho sinh viên. Do vậy, những cảm nhận và đánh giá về chương trình học chủ yếu liên quan nội dung và cấu trúc của các chương trình học kiến thức hàn lâm.

Xét trong bối cảnh của Việt Nam, chương trình học đại học đã có nhiều thay đổi để phù hợp với nhu cầu của sinh viên. Đặc biệt, các trường đại học đã chuyển dần sang hình thức học tín chỉ do vậy việc linh hoạt chuyển tiếp môn học/chương trình học hoặc các môn học/chương trình học luôn có sẵn để học sinh lựa chọn thực sự cần thiết. Ngoài ra, các chương trình học tập mang nhiều thực tiễn sẽ mang lại nhiều hứng thú và đáp ứng những kỳ vọng của sinh viên. Xét thấy sự gắn gũi trong chương trình học đại học hiện nay của Malaysia và Việt Nam, tác giả lựa chọn thang đo của Joshep Kee Ming Sia (2013) với 7 thang đo cụ thể như sau:

1. Trường có chương trình học (nội dung và cấu trúc) đa dạng để học sinh lựa chọn

2. Trường có thủ tục đăng ký đầu vào linh hoạt
3. Trường có các chương trình học chuyên sâu/ nâng cao phù hợp với nhu cầu của học sinh
4. Trường có nhiều chương trình với nội dung thực tiễn đáp ứng nhu cầu của học sinh
5. Trường cho phép sinh viên chuyển ngành học linh hoạt
6. Trường có nhiều hệ đào tạo
7. Trường luôn có sẵn các môn học và chương trình học để học sinh lựa chọn và theo học trong toàn khóa

2.4.2.3 *Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực*

Nhiều tác giả cho rằng cơ sở vật chất của trường đại học cũng bao gồm các yếu tố vật chất và phi vật chất. Bên cạnh những yếu tố thuộc về đặc điểm hữu hình thì môi trường xung quanh được xem xét là những nét riêng biệt, mang yếu tố văn hóa của tổ chức. Joseph and Joseph (1998, 2000) định nghĩa cơ sở vật chất và nguồn lực bao gồm các điều kiện về cơ sở vật chất, nguồn lực (giảng viên) nhằm đáp ứng đầy đủ về các nhu cầu về học tập và tạo môi trường thuận lợi để sinh viên có thể học tập, hưởng thụ, tham gia các hoạt động ngoại khóa. Các tác giả đã đo lường biến số này bằng 7 thang đo: *Có vị trí lý tưởng; Cung cấp cho sinh viên môi trường khuyến khích học tập; Có cơ sở trang thiết bị phục vụ cho nghỉ ngơi, giải trí; Cung cấp cho sinh viên đời sống xã hội đáng mong đợi; Cung cấp cho sinh viên những nguồn lực cần thiết đáp ứng nhu cầu học tập; Cung cấp môi trường học tập an toàn và sạch sẽ; Có đội ngũ cán bộ, giảng viên có chất lượng cao.* Năm 2009, Karl Wagner và các cộng sự (2009) đã thừa kế cả 7 thang đo Joseph and Joseph (1998, 2000) và chứng minh thực nghiệm ở Malaysia. Bối cảnh giáo dục ở Malaysia, Indonesia và Việt Nam có nhiều nét tương đồng, do vậy trong nghiên cứu này tác giả sử dụng thang đo của Joseph và Joseph (1998, 2000). Các thang đo này được phát biểu như sau:

1. Trường có vị trí lý tưởng
2. Trường có môi trường khuyến khích học tập cho sinh viên
3. Trường có cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ cho sinh viên nghỉ ngơi và giải trí
4. Trường cung cấp cho sinh viên đời sống xã hội đáng mong đợi (các hoạt động xã hội, ngoại khóa...)
5. Trường có đủ các nguồn lực cần thiết để đáp ứng nhu cầu học tập của sinh viên
6. Trường có môi trường học tập an toàn và sạch sẽ

7. Trường có đội ngũ cán bộ, giảng viên có chất lượng cao

2.4.2.4 Danh tiếng trường đại học

Danh tiếng của trường đại học có thể được hiểu theo các cách khác nhau, phụ thuộc vào những ngữ cảnh chẳng hạn như: Danh tiếng trường đại học được định hình dựa trên quá trình tích lũy, sự đánh giá vượt thời gian của nhiều nhóm người có tác động qua lại với tổ chức. Danh tiếng cũng được nhận dạng thông qua cách nhìn nhận của xã hội, của sinh viên đối với trường đại học đó. Nhận thức về tầm quan trọng duy trì các giá trị học thuật và bảo tồn những nguyên tắc của chất lượng giáo dục (Kotler và Fox, 1995). Danh tiếng trường đại học bao gồm các ý kiến, quan điểm và ấn tượng của học sinh về trường mà họ mong muốn (Kotler và Fox, 1995). Danh tiếng của trường đại học có thể được định nghĩa là tất cả những niềm tin mà một cá nhân có đối với một trường đại học (Arpan và cộng sự, 2003), đôi khi là uy tín (Moogan và Baron, 2003) hoặc được cảm nhận như sự gắn gũi về hình ảnh của trường đại học (Raposo và Alves, 2007). Những ý kiến về danh tiếng uy tín và hình ảnh của trường đại học được biểu hiện qua lời nói, kinh nghiệm quá khứ và các hoạt động marketing của trường đại học (Ivy, 2001). Danh tiếng của trường đại học cũng liên quan đến hình ảnh của trường đại học đó trong mắt công chúng. Joseph and Joshep (1998, 2000) đã đo lường bằng 2 thang đo là *có danh tiếng về học thuật, danh tiếng về chương trình chất lượng, uy tín*. Năm 2009, Karl Wagner và cộng sự đã kế thừa các thang đo này và phát triển thêm 1 thang đo là *chương trình học được sự công nhận của các cá nhân và tổ chức* (gồm tập thể giáo sư, tổ chức đánh giá chất lượng, đơn vị tuyển dụng) đánh giá về giá trị học thuật. Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng thang đo của Karl Wagner và cộng sự (2009) ở Malaysia, phát biểu như sau:

1. Trường có danh tiếng về học thuật
2. Trường có chương trình học uy tín, chất lượng
3. Trường có các chương trình học được sự công nhận của cá nhân và tổ chức đánh giá về giá trị học thuật

2.4.2.5 Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học

Truyền thông là cách mà chủ thể truyền tải thông tin đến khách hàng mục tiêu. Việc truyền thông phải làm sao để khách hàng hiểu được rõ những lợi ích, giá trị mà họ nhận được. Ở góc độ học sinh THPT, họ tiếp nhận những thông tin của trường đại học để thỏa mãn nhu cầu tìm kiếm thông tin và làm căn cứ ra quyết định lựa chọn trường. Những thông tin này thể hiện sự nỗ lực của nhà trường trong việc giao tiếp

cũng như hoạt động xúc tiến, truyền thông trong giáo dục. Các trường đại học cung cấp thông tin cho sinh viên và phụ huynh về mục tiêu, hoạt động, sự trợ giúp và khuyến khích họ quan tâm đến trường. Đối với học sinh THPT, họ có nhu cầu được cung cấp các thông tin liên quan đến các khóa học, triển vọng nghề nghiệp (Soutar và Turner, 2002) mà học sinh có thể nhận được khi lựa chọn trường. Điều này có ý nghĩa quan trọng vì xét cho cùng khi theo học ở trường đại học nào đó học sinh cần thu thập đầy đủ liên quan đến khóa học, chương trình học và triển vọng nghề nghiệp nhằm chuẩn bị tâm thế tốt nhất cho tương lai.

Joseph and Joseph (1998, 2000) đưa 2 thang đo gồm *cung cấp các thông tin liên quan đến cơ hội nghề nghiệp cho sinh viên* và *cung cấp các thông tin liên quan đến các khóa học hoặc lĩnh vực nghiên cứu*. Năm 2009, Karl Wagner và cộng sự đã phát triển thêm 1 thang đo mới là *Cung cấp các thông tin liên quan đến bậc sau đại học hoặc các khóa học để học bậc cao hơn*. Trong nghiên cứu này, tác giả cho rằng nhận thức về thông tin của trường đại học cung cấp được hiểu ở khía cạnh là sự đầy đủ thông tin về nghề nghiệp và chương trình học mà học sinh sẽ được theo học trong tương lai, tác giả sử dụng thang đo của Karl Wagner và cộng sự (2009) và phát biểu như sau:

1. Trường cung cấp đầy đủ các thông tin liên quan đến cơ hội nghề nghiệp đầy đủ
2. Trường cung cấp đầy đủ các thông tin liên quan đến các khóa học
3. Trường cung cấp các thông tin liên quan đến bậc sau đại học hoặc các khóa học để học bậc cao hơn

2.4.2.6 Lời khuyên của người khác

Trong nghiên cứu của Joseph và Joseph (1998, 2000) đã đo biến này bằng duy nhất 01 thang đo là *lời khuyên của bố mẹ và bạn bè cùng lớp*. Karl Wagner và cộng sự (2009) đã lập luận và phát triển thành 3 thang đo gồm: *lời khuyên của bố mẹ*, *lời khuyên của bạn bè*, *lời khuyên của bạn cùng lớp*. Joseph Kee Ming Sia (2011) đã đề xuất 6 thang đo gồm: *lời khuyên của bạn bè*, *lời khuyên của bạn cùng lớp*, *lời khuyên của các anh chị sinh viên*, *lời khuyên của cựu sinh viên*, *lời khuyên của giáo viên THPT*, *lời khuyên của cán bộ tư vấn tuyển sinh*. Trong bối cảnh hiện nay, với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ kỹ thuật (internet, điện thoại..), học sinh có nhiều hơn các cơ hội được tiếp xúc trực tiếp hoặc gián tiếp với nhiều người thông qua nhiều hình thức khác nhau như điện thoại, email, chat... do vậy, tác giả xem xét biến độc lập này ở mức khái quát nhất là ảnh hưởng *lời khuyên của người khác (bố mẹ, anh chị em, bạn bè...)* đến quyết định lựa chọn trường của học sinh THPT, tác giả kế thừa thang đo của Karl Wagner và cộng sự (2009) và

Joseph Kee Ming Sia (2013) như sau:

1. Lời khuyên của bố mẹ khi quyết định lựa chọn trường
2. Lời khuyên của bạn bè khi quyết định lựa chọn trường
3. Lời khuyên của bạn cùng lớp khi quyết định lựa chọn trường
4. Lời khuyên của các anh chị cựu sinh viên khi quyết định lựa chọn trường
5. Lời khuyên của giáo viên THPT khi quyết định lựa chọn trường
6. Lời khuyên của cán bộ tư vấn tuyển sinh khi quyết định lựa chọn trường
7. Lời khuyên của các anh chị sinh viên khi quyết định lựa chọn trường

2.4.2.7 Chuẩn mực chủ quan

Chuẩn mực chủ quan được định nghĩa là nhận thức của cá nhân về các áp lực của xã hội đối với việc thực hiện hay không thực hiện một hành vi (Ajzen, 1991). Chuẩn mực chủ quan có thể được đo lường thông qua những người liên quan với người tiêu dùng, được xác định bằng niềm tin chuẩn mực cho việc mong đợi thực hiện hành vi và động lực cá nhân thực hiện phù hợp với sự mong đợi đó (Fishbein & Ajzen, 1975, tr 16). Theo Pavlou và Fygenon (2006) kết luận chuẩn mực chủ quan thường được xem xét ở hai khía cạnh là ảnh hưởng của người quan trọng và ảnh hưởng của người tham khảo. Ajzen (2002) sử dụng thang đo gồm (1) Những người quan trọng nhất nghĩ rằng tôi nên dùng/ sử dụng...(2) Những người mà tôi hay tham khảo ý kiến ủng hộ tôi dùng... (3) Mọi người mong đợi tôi sẽ tiêu dùng... (4) Những người quan trọng nhất đối với tôi tiêu dùng...(5) Nhiều người muốn tôi tiêu dùng ...

Trong luận án này, tác giả sử dụng và điều chỉnh cho hợp bối cảnh nghiên cứu từ thang đo của Pavlou và Fygenon (2006). Các thang đo được phát biểu như sau:

1. Tôi tin, những người quan trọng nhất đối với tôi khuyến khích tôi lựa chọn trường đại học X
2. Hầu hết, những người tôi tham khảo đều ủng hộ tôi chọn trường đại học X

2.4.2.8 Thang đo của biến phụ thuộc

Các tác giả thường đo lường biến phụ thuộc bằng các cách sau: Một là, bằng các câu hỏi dạng ý phân đôi có hay không đăng ký vào trường đại học cụ thể (Perna, 2000). Hai là, câu hỏi đa lựa chọn (multinomial outcome), Perna and Titus (2005) đặt câu hỏi “Bạn đăng ký vào trường đại học:” Câu trả lời gợi ý cho 3 lựa chọn: Đăng ký hệ 2 năm, hệ 4 năm, không đăng ký. Perna và Titus (2004) đo lường bằng 5 đáp án: Đăng ký vào trường đại học công lập hệ 2 năm, công lập hệ 4 năm, trường tư thục hệ 4

năm, trường ngoài công lập, hoặc không đăng ký thi đại học. Plank và Jordan (2001) cũng đưa ra các lựa chọn: Đăng ký vào trường đại học hệ 4 năm, hệ chính quy 2 năm, hệ không chính quy 2 năm.

Joshep Kee Ming Sia (2013) đo lường biến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh đã tốt nghiệp THPT ở Malaysia bằng câu hỏi đa lựa chọn: bạn đã có ý định lựa chọn trường đại học nào?. Karl Wagner và cộng sự (2009) đo lường biến ý định lựa chọn trường đại học của những học sinh dự bị và đã tốt nghiệp PTTH bằng 4 thang đo: mong muốn tiếp tục học đại học, có ý định giới thiệu với các bạn khác về trường đại học mà họ đã chọn, nói những lời tốt đẹp về trường đại học mình đã chọn, sẵn sàng chi tiêu để tiếp tục học tập tại trường. Thước chất biến phụ thuộc này được hiểu là ý định tiếp tục/ quay lại học tập tại trường đại học nào đó. Như vậy, biến quyết định lựa chọn trường đại học sẽ được đo lường bằng các thang đo khác nhau tùy thuộc vào đối tượng và giai đoạn của quá trình quyết định trường. Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng thang đo của Ajzen (1991) và điều chỉnh cho phù hợp với vấn đề nghiên cứu. Cụ thể là biến phụ thuộc gồm 3 thang đo được phát biểu như sau:

1. Tôi sẽ theo học tại trường đại học X trong tương lai gần
2. Tôi có ý định lựa chọn trường đại học X để học tập, nghiên cứu
3. Trường đại học X sẽ là quyết định của tôi

Với biến phụ thuộc tác giả thừa kế 3 thang đo của Ajzen (1991). Tất cả các câu nhận định này đều được đo lường bằng thang đo Likert từ 1-5 với (1) là Rất không đồng ý và (5) Rất đồng ý.

2.4.3 Giả thuyết nghiên cứu

2.4.3.1 Mối quan hệ giữa cảm nhận về chi phí và quyết định lựa chọn trường

Như đã đề cập ở phần định nghĩa chi phí bao gồm các khía cạnh khác nhau liên quan đến các khoản chi phí như học phí, khoản học bổng, tài trợ, chi phí sinh hoạt... của sinh viên trong suốt các năm học. Các kết luận về ảnh hưởng của chi phí đến quyết định lựa chọn trường đại học cũng rất đa dạng. Chẳng hạn, Quigley, Bingham, Notarantonio và cộng sự (2000) nhận xét giảm học phí nhiều có lợi thế hơn giảm học phí ít, nghĩa là chi phí của việc học đại học sẽ là yếu tố cạnh tranh và thúc đẩy hành vi lựa chọn trường. Govan và cộng sự (2006) và Hoyt và Brown (2003) đều nhận xét có mức độ ảnh hưởng khác nhau của các khoản gồm viện trợ tài chính, học bổng và trợ cấp đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Beneke và Human

(2010) lại nhận thấy rằng viện trợ tài chính (học bổng, cho vay ưu đãi...) chỉ là yếu tố ảnh hưởng xếp thứ năm trong các nghiên cứu tại Nam Phi. Fokskett và cộng sự (2006) nghiên cứu ở Anh lại cho rằng chi phí chính sách hỗ trợ tài chính (sự linh hoạt trong cách thức thanh toán tiền, sự sẵn có các khoản hỗ trợ tài chính và chi phí ăn ở hợp lý) có ảnh hưởng mạnh đến mức làm thay đổi hoàn toàn, đảo ngược ý định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Yusof và cộng sự (2008) nhận định sự hỗ trợ tài chính là một trong bốn yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học. Do đó, nếu học sinh có thể nhận được học bổng, hoặc khoản vay hỗ trợ sẽ thu hút được học sinh lựa chọn trường đại học nào đó (Manski và Wise, 1983).

Joseph và Joseph (1998, 2000) kết luận cảm nhận về chi phí là yếu tố ảnh hưởng mạnh thứ 3 đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT ở các nghiên cứu ở New Zealand (1998) và Indonesia (2000). Karl Wagner (2009) và Joseph Sia Kee Ming (2011) tiến hành ở Malaysia cùng kết luận chi phí là yếu tố tác động mạnh nhất và tác động đáng kể đến ý định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT ở Malaysia.

Nghiên cứu gần đây nhất của Mai Thị Ngọc Đào và Anthony Thorpe (2015) cũng cho rằng chi phí là yếu tố mạnh thứ 3 tác động đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT ở Việt Nam. Tác giả cho rằng, với xu hướng tăng học phí mạnh ở các trường đại học sẽ có tác động trực tiếp đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh. Trường đại học nào có lợi thế về mức chi phí thấp và có nhiều chính sách hỗ trợ tài chính tốt được dự đoán sẽ thu hút được nhiều thí sinh đăng ký ghi danh.

Như vậy những nghiên cứu của Việt Nam và thế giới về mối quan hệ giữa cảm nhận về chi phí với quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT mặc dù kết luận nhiều mức độ ảnh hưởng khác nhau, tuy nhiên đều nhất trí cao ở mối quan hệ thuận chiều của hai biến số này, do vậy tác giả đề xuất giả thuyết:

H1: Cảm nhận về chi phí có mối quan hệ dương với quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT

2.4.3.2 Mối quan hệ cảm nhận về chương trình học và quyết định lựa chọn trường đại học

Mỗi một trường đại học luôn mong đợi, coi trọng có một chương trình học chất lượng riêng dành cho học sinh của mình. Do vậy, chương trình học là vấn đề sống còn của trường đại học, cũng là vấn đề học sinh THPT quan tâm khi lựa chọn trường. Hooley và Lynch (1981) cho rằng sự phù hợp với khóa học là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường của học sinh. Krampt và Heinlein (1981) gợi ý rằng học sinh THPT thường có xu hướng so sánh các chương trình học tập khác

nhau để lựa chọn chương trình học tập tốt nhất cho mình.

Joseph và Joseph (1998, 2000) đã kết luận đối với học sinh THPT, cảm nhận về chương trình học là yếu tố quan trọng thứ 2 và thứ 4 lần lượt đến quyết định lựa chọn trường đại học của họ ở New Zealand và Indonesia. Yusof (2008) cho rằng sự sẵn có của các chương trình học là yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến sinh viên tiềm năng (học sinh THPT) khi lựa chọn trường. Karl Wagner và cộng sự (2009) cũng đồng thuận rằng cảm nhận về chương trình học là yếu tố quan trọng xếp thứ 3 và tác động tích cực đến ý định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT ở Malaysia. Năm 2011, Joseph Kee Ming Sia cũng tiến hành nghiên cứu ở Malaysia và xếp hạng chương trình học là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất (Mean = 3.79) và là yếu tố ảnh hưởng tích cực đến ý định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT.

Nghiên cứu ở Việt Nam, Đào Thị Ngọc Mai và Anthony Thorpe (2015) cũng kết luận cảm nhận về chương trình học là yếu tố quan trọng thứ 2 (Mean = 3.696) ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Đồng thuận với quan điểm của các tác giả đã kể trên, tác giả cho rằng cảm nhận của học sinh THPT về chương trình học có ý nghĩa quan trọng. Trường đại học nào có chương trình học phù hợp, đáp ứng được đầy đủ nhất những nhu cầu của họ thì học sinh THPT sẽ có xu hướng ưu tiên lựa chọn. Tác giả đưa giả thuyết H2 rằng

H2: Cảm nhận về chương trình học của trường đại học có quan hệ dương với quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT

2.4.3.3 Mối quan hệ giữa cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực với quyết định lựa chọn trường đại học

Như đã đề cập ở phía trên, cơ sở vật chất và nguồn lực là bao gồm tất cả các yếu tố như trang thiết bị, vị trí, các hoạt động ngoại khóa, môi trường... và đội ngũ giảng viên có chất lượng cao để phục vụ cho các hoạt động học tập, nghiên cứu khoa học cũng như hoạt động ngoại khóa của sinh viên. Trong các nghiên cứu khác, các tác giả cũng chỉ rõ mối quan hệ này ở nhiều khía cạnh khác có liên quan. Chẳng hạn, Price và cộng sự (2003) cho rằng trang thiết bị và vị trí là yếu tố tác động mạnh đến quyết định lựa chọn trường. Theo Litten (1982) kết luận quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT bị ảnh hưởng bởi các hoạt động xã hội như các sự kiện văn hóa, thể thao cũng như các hoạt động câu lạc bộ, hoạt động ngoài trời. Các nghiên cứu trước đây đều chỉ rõ rằng chất lượng của giảng viên và đội ngũ chuyên gia, không khí môi trường học tập cũng là yếu tố tác động đến ý định lựa chọn trường của họ (Krampf và Heinlein, 1981; Mazzarol, 1998). Wajeeh và Micceri (1997) cho rằng địa

điểm trường đại học là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường của học sinh THPT. Yusof và cộng sự (2008) xếp hạng quan trọng thứ 3 cho yếu tố cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực.

Joshep và Joshep (1998, 2000) đã nhận định chung cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực là yếu tố quan trọng lần lượt thứ 2 và thứ 4 tác động đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT ở Indonesia và New Zealand. Trong nghiên cứu tiến hành ở Malaysia, Karl Wagner và cộng sự (2009) đã chỉ ra mối quan hệ tác động tích cực giữa cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực với ý định lựa chọn trường của học sinh THPT. Năm 2012, Koe và Sarings cũng kết luận cảm nhận cơ sở vật chất là yếu tố quan trọng và ảnh hưởng đến ý định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT.

Như vậy, các nghiên cứu đều đề cập đến các khía cạnh khác nhau về cảm nhận cơ sở vật chất và nguồn lực, từ cơ sở trang thiết bị, vị trí, điều kiện học tập cho đến nguồn lực của cán bộ giảng viên của trường đại học... Mặc dù có những kết luận khác nhau về mối quan hệ này, song phần đông các tác giả đều đồng thuận cho rằng ảnh hưởng của cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực là yếu tố quan trọng và tác động mạnh, tích cực đến quyết định chọn trường đại học để theo học của học sinh THPT.

Ở Việt Nam, nghiên cứu gần đây nhất, Mai Thị Ngọc Đào và Anthony Thorpe (2015) cho rằng cảm nhận về cơ sở vật chất và dịch vụ là yếu tố quan trọng thứ nhất (Mean = 3.823) ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh/ sinh viên. Từ những kết quả nghiên cứu trước, tác giả cho rằng trong bối cảnh hiện tại của Việt Nam, cơ sở vật chất và nguồn lực của trường đại học thể hiện tiềm lực, sức mạnh và là yếu tố dễ nhận biết. Khi lựa chọn trường đại học, học sinh mong muốn và coi trọng việc được học tập trong môi trường đầy đủ các trang thiết bị để học tập và rèn luyện, đội ngũ giảng viên có kinh nghiệm để truyền thụ kiến thức... Do vậy tác giả đưa giả thuyết H3

H3: Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT

2.4.3.4 Mối quan hệ giữa danh tiếng trường đại học và quyết định lựa chọn trường

Danh tiếng là tài sản vô hình có thể tác động đến hiệu quả và sự tồn vong của một tổ chức (Rao, 1994), có giá trị đặc biệt, không thể thay thế được và mang lại nhưng lợi thế cạnh tranh đáng kể trên thương trường. Đối với trường đại học, danh tiếng về chất lượng giáo dục thể hiện ở danh tiếng về học thuật mà học sinh/ sinh viên có thể cảm nhận được. Danh tiếng được thể hiện ở sự công nhận của các đơn vị tuyển dụng vì chất lượng sinh viên ra trường có kiến thức chuyên môn học thuật và kỹ năng, đảm

nhiệm tốt được các yêu cầu công việc. Danh tiếng về chất lượng giáo dục phản ánh đầu ra của quá trình đào tạo ở bất kỳ một trường đại học nào.

Khi bàn về mối quan hệ giữa danh tiếng trường đại học và quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT, một số ít các học giả cho rằng danh tiếng là yếu tố không quan trọng (Foskett, 1999). Song, phần đông các nhà nghiên cứu khác cho rằng danh tiếng đóng vai trò quan trọng khi họ cảm nhận, nhận thức, xem xét và đánh giá danh tiếng của trường trong khi họ ra quyết định (Murphy, 1981). Cách thức tác động của danh tiếng trường đại học thể hiện ở các khía cạnh khác nhau: Danh tiếng về chất lượng giảng viên, phương pháp giảng dạy, chất lượng giảng dạy (Maringe, 2006). Danh tiếng về chương trình học tập như chất lượng chương trình học, các khóa học chuyển tiếp uy tín, tính ứng dụng cao...(Tavares và cộng sự, 2008). Danh tiếng của trường đại học có giá trị đối với học sinh và cả phụ huynh. Khi lựa chọn trường đại học, học sinh không chỉ bị ảnh hưởng bởi nhận thức và thái độ của chính bản thân, mà còn chịu ảnh hưởng bởi ý nghĩ của người khác. Nghiên cứu của Joshep và Joshep (1998, 2000) ở New Zealand và Indonesia đã đồng nhất kết luận danh tiếng trường đại học là yếu tố rất quan trọng ảnh hưởng đến việc lựa chọn trường đại học của học sinh THPT (lần lượt xếp hạng thứ nhất và thứ 2). Karl Wagner (2009) cũng kết luận thêm rằng đối với học sinh THPT ở Malaysia, danh tiếng trường đại học có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học, nghĩa là học sinh sẽ ưu tiên lựa chọn các trường đại học có danh tiếng tốt để theo học. Đồng quan điểm với Joshep và Joshep (1998, 2000) và Karl Wagner (2009), tác giả cho rằng ở Việt Nam, theo ghi nhận hàng năm học sinh THPT luôn xem danh tiếng trường đại học là yếu tố rất quan trọng và họ nỗ lực, tự hào khi được theo học tại trường đại học danh tiếng. Các trường đại học nào càng có danh tiếng tốt càng thu hút được nhiều sinh viên theo học. Do vậy tác giả đề xuất giả thuyết:

H4: Danh tiếng trường đại học ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường của học sinh THPT

2.4.3.5 Mối quan hệ giữa thông tin học sinh nhận được từ trường đại học với quyết định lựa chọn trường đại học

Trong suốt quá trình lựa chọn trường, học sinh thường tìm kiếm, và đánh giá các thông tin thu thập được để hạn chế sự rủi ro khi ra quyết định. Mặc dù có nhiều nguồn thông tin ảnh hưởng đến học sinh nhưng nguồn thông tin do các trường đại học cung cấp vẫn quan trọng hơn cả (James và cộng sự, 1999). Cleopatra (2004) xác nhận thêm trong bối cảnh thông tin bùng nổ, học sinh thường có tâm lý hoài

ngghi vì thế đặt niềm tin ở những nguồn tin chính thống nhiều hơn. Trong các thông tin mà trường cung cấp cho học sinh THPT, thì thông tin về các khóa học và thông tin về triển vọng nghề nghiệp được coi trọng hơn cả (Soutar và Turner, 2002). Trong nghiên cứu của Joshep và Joshep (2000), biến độc lập thông tin học sinh nhận được từ trường đại học là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến quyết định lựa chọn trường của học sinh THPT ở Indonesia. Karl Wagner và cộng sự (2009) cũng đồng tình kết luận yếu tố này ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT ở Malaysia, tuy nhiên đây là yếu tố kém quan trọng nhất trong số những yếu tố tác động.

Những nghiên cứu gần đây ở Việt Nam cũng đề cập đến thông tin được cung cấp từ trường đại học tác động đến học sinh THPT theo nhiều cách. Chẳng hạn, Nguyễn Minh Hà và cộng sự (2011) đã kết luận nỗ lực của nhà trường đưa thông tin đến học sinh tốt nghiệp có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh. Mai Thị Ngọc Đào và Anthony Thorpe (2015) lại bổ sung thêm thông tin online và thông tin offline do trường đại học cung cấp là những nhân tố ảnh hưởng tích cực, trong khi đó Đỗ Thị Hồng Liên và cộng sự (2015) cho rằng thông tin từ truyền thông, thông tin trực tiếp từ tư vấn tuyển sinh do trường cung cấp là những yếu tố quan trọng. Như vậy, các nghiên cứu ở Việt Nam phần nào đã kết luận được ảnh hưởng của các phương tiện truyền thông của trường đại học đến sinh viên tiềm năng. Tác giả cho rằng, hiện nay các trường đại học đã ý thức được tầm quan trọng của các truyền thông và nỗ lực để đưa thông tin đầy đủ đến học sinh trong mỗi kỳ tuyển sinh. Học sinh THPT chưa có trải nghiệm học tập bậc đại học, do vậy họ sẽ dựa vào các thông tin có sẵn do trường đại học cung cấp để so sánh giữa các phương án lựa chọn trường khác nhau. Học sinh THPT nhận được đầy đủ thông tin (liên quan đến chương trình học và nghề nghiệp) thì học sinh càng dễ dàng đưa ra quyết định chọn trường đại học.

H5: Thông tin học sinh THPT nhận được từ trường đại học có ảnh hưởng thuận chiều đến quyết định lựa chọn trường đại học

2.4.3.6 Mối quan hệ giữa lời khuyên của người khác với quyết định lựa chọn trường đại học

Trong nghiên cứu của Karl Wagner (2009) và Koe và Sarings (2012) đều đưa ra kết luận các cá nhân ảnh hưởng (cha mẹ, anh chị em, bạn bè...) không có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Tuy nhiên, nhiều nhà nghiên cứu nhận định các bậc cha mẹ đóng vai trò quan trọng định hướng việc lựa chọn trường của học sinh. Baharun (2006) kết luận rằng lời khuyên và khuyến nghị từ

gia đình là nhân tố quan trọng nhất trong khi lời khuyên từ bè bạn chỉ đứng thứ hai. Carbrera và La Nasa (2000) và Sewell & Shah (1987) cùng đồng thuận cho rằng, sự khích lệ của cha mẹ và khả năng học tập của học sinh là hai yếu tố ảnh hưởng ảnh hưởng đến quyết định của học sinh. Tương tự như vậy, Kono (2001) cũng đồng quan điểm khi kết luận, cha mẹ đóng vai trò quan trọng, các nhân viên tư vấn và bạn bè có ít ảnh hưởng đến quyết định chọn trường.

Manski & Wise (1983) cho rằng sự lựa chọn của các bạn bè cùng lứa có ảnh hưởng rõ rệt. Ceja (2006) cũng nghiên cứu vai trò của các anh chị em trong gia đình và kết luận mặc dù bố mẹ là người trả tiền, và giải quyết các vấn đề về tài chính nhưng các anh hoặc các chị lại là những người đưa ra lời khuyên được các bạn học sinh lắng nghe. Điều này chủ yếu xảy ra ở các gia đình có anh, chị đã là sinh viên. Hossler, Schmit & Vesper (1999) học sinh có anh chị em ruột đang học đại học sẽ có khát vọng đi học hơn là những học sinh không có anh chị em ruột. Dan Liu và cộng sự (2015) cho rằng các anh chị cựu sinh viên đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng, và tư vấn các em học sinh lựa chọn trường. Hayden (2000) nêu nhận xét, ý kiến của các bạn bè và sinh viên đang theo học tại các trường có ảnh hưởng rất lớn đến quyết định lựa chọn trường của học sinh. Những nghiên cứu gần đây cũng chỉ rõ, nếu học sinh có tương tác với các sinh viên, họ sẽ chắc chắn có ý định lựa chọn trường hơn. Maringe (2006) cho rằng 27% học sinh sẽ tiếp nhận lời khuyên từ bạn bè của họ và những người hàng xóm khi đưa ra quyết định trọng đại này. Nghiên cứu của Joshep và Joshep (1998, 2000) đều cho thấy biến lời khuyên của người khác (bố mẹ, bạn bè, anh chị...) ảnh hưởng quan trọng đến quyết định định lựa chọn trường đại học của học sinh.

Trong các nghiên cứu ở Việt Nam, tác giả cũng ghi nhận được những bằng chứng trong các nghiên cứu như lời khuyên của người xung quanh (Trần Văn Quý và Cao Hào Thi, 2009), người thân trong gia đình (Nguyễn Minh Hà và cộng sự, 2011), lời khuyên từ người thân, giáo viên cấp THPT, bạn bè (Mai Thị Ngọc Đào và Anthony Thorpe, 2015) ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Tác giả cho rằng, quyết định lựa chọn trường đại học có ý nghĩa quan trọng đối với mỗi học sinh cũng như gia đình họ. Do vậy, lời khuyên của những người khác (xung quanh) sẽ có ý nghĩa thúc đẩy, khuyến khích học sinh lựa chọn trường đại học nào đó, và ngược lại. Tác giả đưa giả thuyết H6

H6 Lời khuyên của người khác (bố mẹ, bạn bè, bạn bè cùng lớp...) tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT

2.4.3.7 *Mối quan hệ giữa chuẩn mực chủ quan và quyết định lựa chọn trường đại học*

Chuẩn mực chủ quan đã được minh chứng là có ảnh hưởng đến ý định hành vi qua đó ảnh hưởng đến hành vi trong nghiên cứu của Ajzen (1991). Các nghiên cứu trước đây kết luận rằng giữa chuẩn chủ quan và ý định có mối quan hệ cùng chiều với ý định mua sắm trực tuyến (Lin, 2007, Barkhi và cộng sự, 2008), đến ý định tiêu dùng thực phẩm an toàn (Chen, 2007)...mặc dù trong các nghiên cứu trước, không có nghiên cứu nào đề cập trực tiếp đến nhân tố này. Tác giả cho rằng, quyết định lựa chọn trường đại học chịu ảnh hưởng của những người xung quanh, nhưng việc “thẩm thấu” các ý kiến/ lời khuyên và hình thành nên niềm tin của chủ thể về những người ảnh hưởng (thân thiết, quan trọng) ủng hộ hay không ủng hộ, nên hay không nên khi họ lựa chọn/ hành động là hai vấn đề dường như khác nhau. Ít nhiều khi ra quyết định lựa chọn trường đại học, học sinh THPT cũng sẽ quan tâm đến cảm nhận của người khác sẽ phản ứng với quyết định của họ, do vậy tác giả đưa giả thuyết:

H7: Chuẩn mực chủ quan có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT

2.4.3.7 *Mối quan hệ giữa biến điều tiết với quyết định lựa chọn trường đại học*

Nhân khẩu học gồm tuổi, giới tính, nơi ở, thu nhập, giáo dục, nghề nghiệp và các đặc điểm khác. Loudon và Della (1993) kết luận mỗi đặc điểm nhân khẩu có ảnh hưởng tới hành vi tiêu dùng, thái độ sử dụng sản phẩm/ dịch vụ.

Trong các nghiên cứu trước đây, Chapman (1981), Cabera and La Nasa's (2000) cũng đề cập đến những yếu tố thuộc ảnh hưởng của học sinh tác động đối với quyết định lựa chọn trường. Trong đó yếu tố học lực đóng vai trò quan trọng, kết quả học tập cao thì khả năng lựa chọn học đại học sẽ cao; thành tích học tập bậc THPT cao thì khả năng tham gia các lớp dự bị đại học và lựa chọn trường đại học để học tập trong tương lai sẽ cao. Sohail và Saseed (2003) cho rằng trong bối cảnh Malaysia, học sinh tham gia các lớp học dự bị thì khả năng học tập lên bậc đại học chắc chắn. Elizabeth Ng (2003) cho rằng học lực khác nhau sẽ hình thành nên những nhận thức khác nhau khi lựa chọn trường đại học.

Trong phần 2.4.3.4 đã trình bày phía trên, các nghiên cứu trước đây cho thấy kết quả trái ngược nhau về tác động của danh tiếng trường đại học trong việc dự đoán ý định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Một số ít các học giả cho rằng danh tiếng trường đại học là yếu tố không quan trọng (Foskett, 1999) trong khi phần lớn các nghiên cứu cho thấy danh tiếng là yếu tố rất quan trọng ảnh hưởng đến quyết định lựa

chọn trường của học sinh THPT. Như vậy, khả năng biến đổi tiết chưa được tính đến trong các nghiên cứu trước đây. Theo quan sát cách thức lựa chọn trường đại học hàng năm ở Việt Nam cho thấy rằng, học sinh có xu hướng lựa chọn trường đại học theo học lực rất rõ rệt. Những học sinh THPT có học lực khá tốt, kết quả thi tuyển đại học cao thường có ý định lựa chọn vào các trường đại học danh tiếng. Trong khi các bạn có học lực yếu, kém thường có ý định lựa chọn các trường đại học vừa sức để đậu. Do vậy, tác giả giả thuyết rằng:

H4.1 Danh tiếng trường đại học có ảnh hưởng thuận chiều đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Tác động với nhóm học sinh có học lực khá giỏi mạnh hơn là nhóm học lực yếu, kém.

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Nội dung Chương 2 đã đi sâu vào làm rõ cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Đầu tiên, tác giả trình bày tổng quan về hệ thống giáo dục quốc dân ở Việt nam để làm rõ khái niệm, đặc điểm của GDĐH và lợi ích của việc đi học đại học; học sinh THPT và khách hàng trong đào tạo đại học. Thứ 2, tác giả trình bày cơ sở lý thuyết nghiên cứu gồm lý thuyết lựa chọn, lý thuyết về hành vi lựa chọn hợp lý (TRA). Các lý thuyết này đã được trình bày rõ nội dung lý thuyết, khái niệm của các nhân tố trong lý thuyết, mô hình nghiên cứu của lý thuyết. Thứ 3, tác giả trình bày các nghiên cứu điển hình trong và ngoài nước về quyết định lựa chọn trường đại học. Hầu hết các nghiên cứu được đề cập đều dựa trên nền tảng của các lý thuyết nêu trên. Tuy nhiên các nghiên cứu sau cần phải điều chỉnh các nhân tố nhằm phù hợp với bối cảnh nghiên cứu. Dựa vào lý thuyết gốc và phần tổng quan nghiên cứu tác giả đã xây dựng mô hình nghiên cứu của luận án gồm 7 biến độc lập gồm: Cảm nhận về chi phí, cảm nhận về chương trình học, cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực, danh tiếng trường đại học, thông tin học sinh nhận được từ trường đại học, lời khuyên của người khác, chuẩn mực chủ quan, 01 biến điều tiết là học lực và 01 biến phụ thuộc là quyết định lựa chọn trường đại học. Từ mô hình nghiên cứu này, tác giả đưa ra các khái niệm, thang đo, mối quan hệ về biến độc và phụ thuộc. Chương II đã tổng quan lý thuyết và đưa ra mô hình nghiên cứu. Chương III tác giả sẽ tiếp tục trình bày phương pháp nghiên cứu của luận án.

CHƯƠNG 3

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1 Thiết kế nghiên cứu

3.1.1 Quy trình nghiên cứu

Trọng tâm của luận án này là nghiên cứu định lượng với mục đích kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu. Tác giả sử dụng kết hợp số liệu sơ cấp và thứ cấp trong nghiên cứu định tính và định lượng. Tuy nhiên, trước khi tiến hành nghiên cứu định tính và định lượng, tác giả tiến hành nghiên cứu với các số liệu thứ cấp để mô tả về địa bàn nghiên cứu và đánh giá xu hướng. Nghiên cứu định tính được thực hiện làm cơ sở cho việc xây dựng mô hình và bổ sung lý giải cho các kết quả nghiên cứu từ số liệu định lượng. Nghiên cứu định lượng nhằm đánh giá độ tin cậy của thang đo và kiểm định các giả thuyết. Từ các kết quả nghiên cứu này là căn cứ để đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp. Cụ thể *Bảng 3.1*

Bảng 3.1: Tóm tắt nội dung trong quy trình nghiên cứu

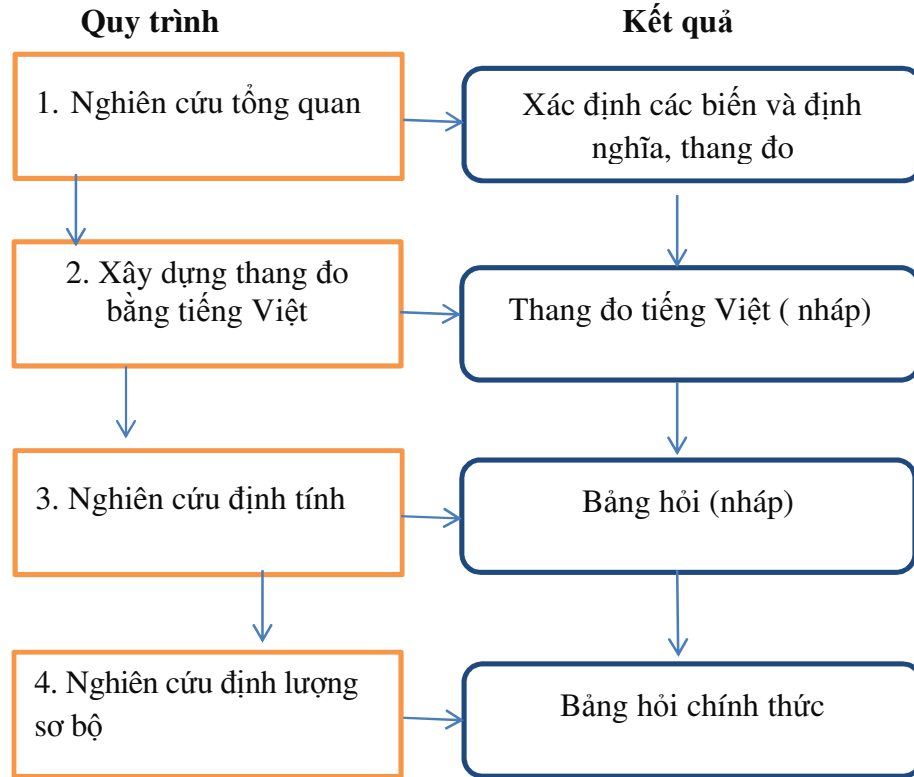
STT	Tên phương pháp	Mẫu điều tra	Mục tiêu	Thời gian
1	Nghiên cứu định tính (Phòng vấn sâu)	20 Học sinh THPT	Thăm dò và khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học	6/2015
		10 Chuyên gia	Các câu hỏi nhằm tìm hiểu và khẳng định mô hình lý thuyết dự kiến trước khi đưa vào nghiên cứu	
2	Nghiên cứu định lượng sơ bộ (qua phiếu hỏi)	113 học sinh THPT	Đánh giá độ tin cậy của các thang đo, điều chỉnh một số thuật ngữ cho phù hợp	7-8/2015
3	Nghiên cứu định lượng chính thức (qua phiếu hỏi)	361 học sinh THPT	Các phản hồi về các câu hỏi điều tra nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT	6-10/2016
4	Nghiên cứu định tính bổ sung	5 học sinh THPT 5 chuyên gia	Tìm hiểu các câu trả lời nhằm giải thích rõ hơn kết quả nghiên cứu định lượng	10/2016

Nguồn: Tác giả tổng hợp

3.1.2 Xây dựng phiếu điều tra

3.1.2.1 Quy trình xây dựng phiếu điều tra

Để thực hiện nghiên cứu định lượng, tác giả đã xây dựng bảng câu hỏi để điều tra thu thập dữ liệu. Quy trình xây dựng bảng hỏi được thực hiện theo các bước sau:



Hình 3.1: Quy trình xây dựng phiếu điều tra

Nguồn (Tác giả)

Bước 1: Dựa trên cơ sở tổng quan các lý thuyết trong các công trình nghiên cứu trước đây, tác giả xác định nội dung của các khái niệm nghiên cứu và lựa chọn thang đo cho các khái niệm sử dụng.

Bước 2: Xây dựng bảng hỏi bằng tiếng Việt. Do các thang đo của các biến điều tra kế của các nghiên cứu bằng tiếng Anh, vì thế tác giả đã lựa chọn 2 chuyên gia ngôn ngữ (tiếng Anh) có kinh nghiệm trong lĩnh vực giáo dục, chuyên gia thứ nhất dịch từ tiếng Anh sang tiếng Việt sau đó chuyên gia thứ 2 dịch ngược lại tiếng Việt (Bản dịch của chuyên gia thứ nhất) để đảm bảo việc chuyển đổi ngôn ngữ được chính xác, rõ ràng và không làm thay đổi ý nghĩa thang đo. Sau khi các thang đo đã được dịch thuật, tác giả tham vấn ý kiến của 8 nhà khoa học, chuyên gia là cán bộ tuyển

sinh ở các trường đại học, giáo viên dạy bậc THPT, các nhà nghiên cứu lĩnh vực tâm lý, marketing, giáo dục

Bước 3: Nghiên cứu định tính thông qua phỏng vấn sâu 20 học sinh THPT nhằm khám phá, điều chỉnh, bổ sung các biến trong mô hình nghiên cứu đồng thời phát triển thang đo của một số biến quan sát cho phù hợp với bối cảnh giáo dục và điều kiện của Việt Nam.

Bước 4: Nghiên cứu định lượng sơ bộ với mẫu 113 học sinh THPT để kiểm tra, chuẩn hóa ngôn ngữ đảm bảo các câu hỏi rõ ràng, không gây nhầm lẫn, phù hợp với đối tượng được hỏi cũng như điều chỉnh các lấy dữ liệu đảm bảo thuận tiện nhất cho người trả lời nhưng vẫn đáp ứng được yêu cầu về thông tin của luận án.

3.2.1.2 Nội dung phiếu điều tra

Phiếu điều tra được hoàn thành sau khi thực hiện xây dựng và lựa chọn thang đo như quy trình đã mô tả ở *Hình 3.1* cuối cùng bản hỏi hoàn thiện gồm 3 phần chính:

+ Phần giới thiệu: Nội dung này gồm phần giới thiệu mục đích, ý nghĩa của cuộc nghiên cứu và lời mời tham gia trả lời cuộc điều tra

+ Phần thông tin thống kê: Phần này học sinh THPT sẽ được hỏi để cung cấp các thông tin cá nhân nhằm xác định chính xác người trả lời là đúng đối tượng, các thông tin khác giúp cho việc thống kê, mô tả, giải thích rõ thêm các vấn đề nghiên cứu. Từ câu 1 đến câu 4 là các câu hỏi tập trung đến các thông tin cá nhân của đáp viên. Câu 5 đề cập đến hình thức đăng ký xét tuyển, câu 6,7 liên quan đến ý định lựa chọn trường công lập hay ngoài công lập và thời điểm suy nghĩ nghiêm túc về vấn đề chọn trường đại học. Câu 8 nhằm làm rõ quan điểm của đáp viên về việc đi học đại học. Câu 9 đề cập đến lý do lựa chọn trường đại học là gì.

+ Phần nội dung chính: Gồm các câu phát biểu được thiết kế theo mô hình và các thang đo đã được nghiên cứu. Người được hỏi sẽ đánh dấu vào câu trả lời phù hợp nhất với mức độ ý kiến của họ cho những phát biểu đó.

Các câu hỏi trong bảng hỏi chủ yếu được thiết kế theo dạng câu hỏi đóng để thuận lợi cho các đáp viên trong quá trình trả lời (nhanh, dễ trả lời) đồng thời giúp cho việc nhận và xử lý dữ liệu cũng như phân tích các kết quả nghiên cứu của tác giả thuận lợi hơn. Loại thang đo được sử dụng cho đo lường các biến quan sát trong mô hình nghiên cứu là thang đo Likert 5 điểm. Đây là loại thang đo được sử dụng khá phổ biến trong các nghiên cứu hành vi. Mặc dù về nguyên tắc cách chọn thang đo nhiều mức độ đánh giá hơn (thang đo Likert 7 hoặc 9 điểm) sẽ làm các đo lường càng chính xác. Tuy nhiên trong một số ngôn ngữ như tiếng Việt việc sử dụng thang đo quá nhiều mức độ

đánh giá thường gây nhầm lẫn cho người trả lời (ví dụ đối với thang đo Likert 7 điểm hai mục 3- Không đồng ý một phần và 5 – Đồng ý một phần rất dễ nhầm lẫn cho người trả lời).

Đối với các biến phân loại khác như: giới tính, loại hình trường, địa điểm... được đo lường bằng các thang đo định danh hoặc thứ bậc phụ thuộc vào bản chất của dạng dữ liệu phản ánh chúng.

Nội dung cụ thể trình bày ở **Phụ lục 4**

3.1.3 Mẫu nghiên cứu và phương pháp phân tích dữ liệu

3.1.3.1 Tổng thể nghiên cứu

Tổng thể nghiên cứu của luận án là những học sinh THPT sẽ nhập học và trở thành tân sinh viên ở các đại học Việt Nam vào tháng 8 năm 2016. Do các điều kiện trên, tổng thể là những học sinh THPT đã tham gia kỳ thi tốt nghiệp THPT quốc gia năm 2016 ở Việt Nam

3.1.3.2 Chọn mẫu nghiên cứu

Việc điều tra tổng thể với quy mô lớn là việc làm bất khả thi với phần lớn nghiên cứu (Nguyễn Cao Văn & Trần Thái Ninh, 2009). Nên cách điều tra chọn mẫu là phù hợp hơn cả. Để thực hiện mục tiêu nghiên cứu của đề tài, trong điều kiện hạn chế về nguồn lực tài chính, thời gian và không có đầy đủ thông tin về tổng thể nên tác giả lựa chọn phương pháp chọn mẫu phi xác suất là chọn mẫu tiện lợi. Tuy nhiên, để đảm bảo tính đại diện của mẫu nghiên cứu, tác giả đã cố gắng lựa chọn các đơn vị mẫu học tập và cư trú trên các địa bàn khác nhau của khu vực Hà Nội.

Trong nghiên cứu định tính ban đầu được thực hiện bằng cách phỏng vấn sâu là 20 học sinh THPT là học sinh lớp đã tốt nghiệp lớp 12 thuộc 5 trường THPT (bao gồm cả công lập và ngoài công lập, nội thành và ngoại thành) và 10 chuyên gia là những cán bộ quản lý và tuyển sinh đại học (gồm cả trường ngoài công lập và công lập), cán bộ quản lý và giảng dạy ở các trường THPT, chuyên gia dịch thuật. Danh sách cụ thể được trình bày ở **Phụ lục 5** và **Phụ lục 6**.

Nghiên cứu định tính bổ sung cũng được thực hiện bằng phương pháp phỏng vấn với sâu với 5 học sinh đã tốt nghiệp THPT và 5 chuyên gia về giáo dục. Trong đó, một số chuyên gia đã tham gia phỏng vấn lần đầu. **Phụ lục 7**

Nghiên cứu định lượng: Nghiên cứu sử dụng nhiều phương pháp khác nhau bao gồm cả phân tích nhân tố và phân tích hồi quy nên cách lấy mẫu phải đảm bảo tính tin cậy cho tất cả các phương pháp phân tích sử dụng. Việc xác định cỡ mẫu như nào để đảm bảo

tính tin cậy của nghiên cứu hiện nay vẫn chưa có sự thống nhất giữa các nhà nghiên cứu.

Theo Hair và cộng sự (2006) con số tối thiểu cho các nghiên cứu sử dụng phân tích nhân tố là 100. Comrey & Lee (1992) đưa ra các cỡ mẫu với các quan điểm tương ứng là: 100 = tệ, 200 = khá, 300 = tốt, 500 = rất tốt, 1000 hoặc hơn = tuyệt vời. Suanders và cộng sự (2007) đưa ra một bảng về quy tắc lấy mẫu theo sai số biên (marginal error) dựa trên tổng thể nghiên cứu. Một số nhà nghiên cứu khác đưa ra cỡ mẫu theo quy tắc nhân 5 (Bollen, 1989), tức là số biến quan sát nhân 5 sẽ ra cỡ mẫu tối thiểu đảm bảo tính tin cậy của nghiên cứu. Trong nghiên cứu này tác giả xác định *cỡ mẫu là 300* đạt mức tốt theo quy tắc của Comrey & Lee (1992), đồng thời nó cũng đảm bảo khá nhiều quy tắc khác (ví dụ quy tắc nhân 5: $36 \times 5 = 180 < 300$).

Bên cạnh đó, kích thước mẫu tối ưu phụ thuộc vào kỳ vọng về độ tin cậy, phương pháp phân tích dữ liệu, phương pháp ước lượng được sử dụng phổ biến trong nghiên cứu, các tham số cần ước lượng.

Đối với phân tích nhân tố, kích thước mẫu phụ thuộc vào số lượng biến được đưa trong phân tích nhân tố. Hair và cộng sự (2006) cho rằng số lượng mẫu gấp 5 lần so với số lượng biến còn Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), số quan sát tối thiểu phải bằng 4 đến 5 lần số biến quan sát trong phân tích nhân tố. Trong luận án này có tất cả 36 quan sát cần tiến hành phân tích nhân tố, vì vậy số mẫu cần thiết là $36 \times 5 = 180$

Để tiến hành phân tích hồi qui tốt nhất, theo Tabachnick và Fidell (1996), kích thước mẫu $N \geq 8m + 50$ (m là số biến độc lập trong mô hình). Để kiểm định thang đo, các nhà nghiên cứu không đưa ra các con số cụ thể về mẫu cần thiết mà đưa ra tỉ lệ giữa số mẫu cần thiết và số tham số cần ước lượng. Trong nghiên cứu này có 7 biến độc lập thì cỡ mẫu tối thiểu là $8 \times 7 + 50 = 106$

Nghiên cứu này sử dụng cả phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA và phương pháp hồi qui tuyến tính nên tác giả tổng hợp cả hai yếu tố trên nghĩa là mẫu phải lớn hơn hoặc bằng 106.

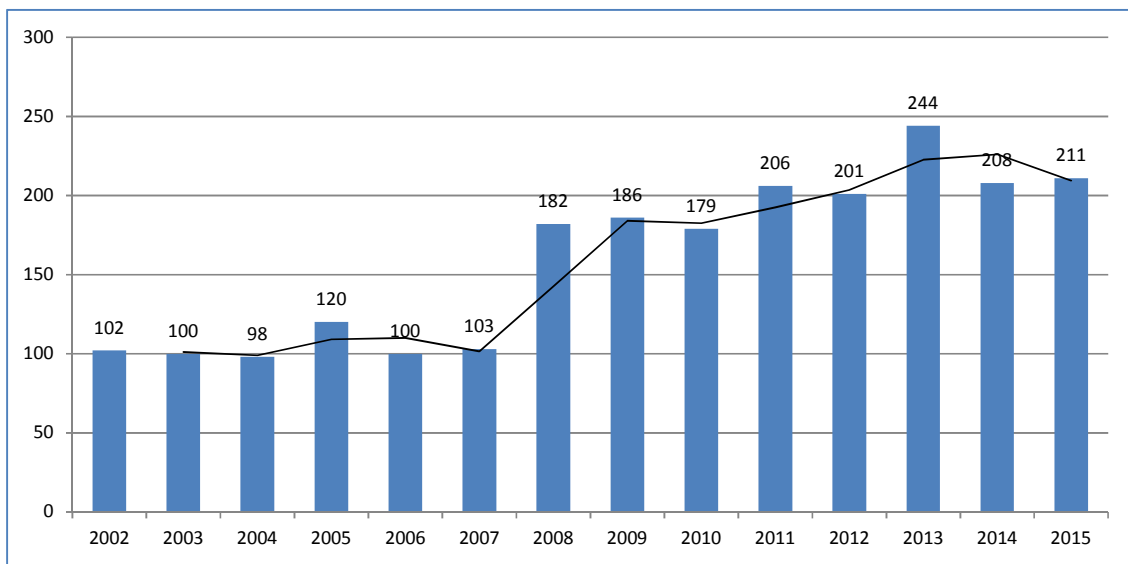
Theo điều kiện thực tế về thời gian, nhân lực và tài chính và đảm bảo độ tin cậy của điều tra, tác giả đã khảo sát trực tiếp và khảo sát bằng thư điện tử và trực tiếp khoảng 500 phiếu. Tác giả đã tiến hành kiểm soát mẫu xuyên suốt quá trình điều tra để đảm bảo tính đại diện của mẫu.

Trong nghiên cứu này, tác giả lựa chọn Hà Nội là địa điểm để khảo sát đại diện bởi: Hà Nội là thủ đô của cả nước tập trung nhiều dân cư bao gồm cả dân nhập cư lớn trên địa bàn tương đối rộng. Các trường THPT bao gồm tất cả các loại hình công lập và ngoài công lập, thuộc nội thành và ngoại thành. Học sinh THPT tương đối nhiều và

có xếp loại học lực cũng như điểm thi tốt nghiệp hàng năm phản ánh tương đối tốt thực trạng của giáo dục THPT hiện nay của cả nước. Như vậy, *những số liệu thu thập được từ Hà Nội đủ cơ sở để đại diện cho các vùng miền khác trong cả nước*. Cụ thể như sau:

Về số lượng trường

Hiện nay, Hà Nội có 17 huyện, 12 quận, 1 thị xã. Bắt đầu từ năm 2008, các trường THPT có xu hướng tăng do hai nguyên nhân chính: Một là, Hà Tây sát nhập về Hà Nội; Hai là, các trường THPT ngoài công lập đặc biệt các trường có yếu tố nước ngoài có xu hướng tăng.



Hình 3.2: Thống kê số lượng trường THPT ở Hà Nội

Nguồn: Tổng cục thống kê Việt Nam

Năm học 2014 - 2015 cả Hà Nội có 211 trường THPT trong đó có 111 trường công lập (huyện có 75 trường, quận là 36 trường), tự chủ tài chính là 4 trường. Trường ngoài công lập là 95 trường gồm 37 trường ở huyện và 58 trường ở quận, trường có yếu tố nước ngoài là 01 trường.

Bảng 3.2: Thống kê các trường THPT thuộc quận, huyện Hà Nội (2014 -2015)

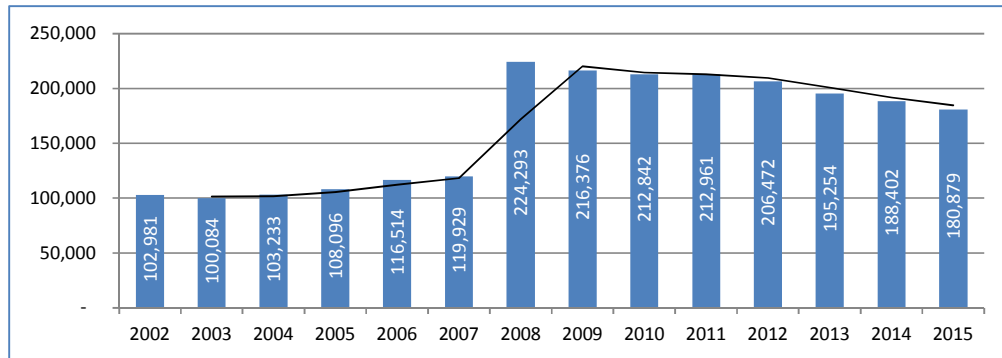
	Công lập	Công lập tự chủ tài chính	Ngoài công lập	Yếu tố nước ngoài	Tổng
Huyện	75		37		112
Quận	36	4	58	1	99
Tổng	111	4	95	1	211

Nguồn: Tổng cục thống kê Việt Nam

Số học sinh THPT

Theo số liệu của tổng cục thống kê Việt Nam thì số học sinh THPT của Hà Nội tăng nhanh, sau năm 2008 số học sinh THPT tăng lên gần gấp đôi do tỉnh Hà Tây sát nhập. Số học sinh tăng giảm ở bậc THPT ở các năm còn do yếu tố “sinh con năm đẹp” của người Việt. Những năm như vậy, các lớp 12 ở các trường THPT thường có sĩ số tương đối cao, tỷ lệ học sinh đăng ký “tỷ lệ chọi” vào bậc đại học rất cao.

Đơn vị: học sinh

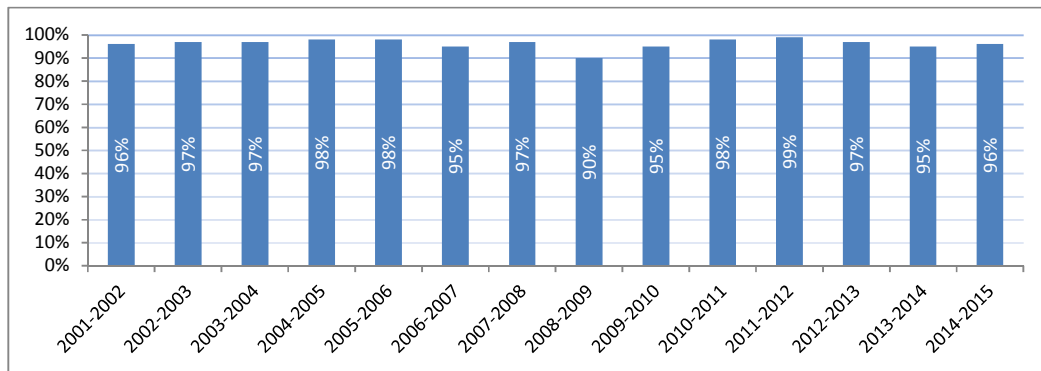


Hình 3.3: Thống kê số học sinh THPT ở Hà Nội giai đoạn 2002 -2015

Nguồn: Tổng cục thống kê Việt Nam

Về tỷ lệ tốt nghiệp THPT

Tỷ lệ tốt nghiệp THPT của Hà Nội thường đứng ở top dẫn đầu, tỷ lệ các trường đạt tỷ lệ tốt nghiệp 100% hàng năm, chiếm khoảng gần 40%. Đặc biệt trong khoảng thời gian từ 2006 đến 2008 nếu xếp hạng toàn quốc thì Hà Nội luôn có vị trí xếp hạng cao và tỷ lệ tốt nghiệp cao, tỷ lệ khá giỏi khá ổn định. Tuy nhiên cũng nhận thấy rằng, tỷ lệ tốt nghiệp THPT của các trường tại Hà Nội không đồng đều. Khoảng cách giữa các trường công lập và ngoài công lập, các trường nội thành và ngoại thành còn nhiều khác biệt.



Hình 3.4: Thống kê tỷ lệ tốt nghiệp THPT Hà Nội giai đoạn 2002 -2015

Nguồn: Tổng cục thống kê Việt Nam

Điểm trung bình thi đại học

Hàng năm Top 10 trường THPT có thành tích tốt nhất trong các kỳ tuyển sinh không có nhiều thay đổi, gồm trường THPT chuyên Khoa học tự nhiên (ĐHQGHN), THPT chuyên ngữ (Đại học Ngoại ngữ - Đại học QGHN), THPT Chuyên đại học Sư phạm Hà Nội, THPT Hà Nội - Amsteddam, THPT Chu Văn An, THPT Chuyên Nguyễn Huệ, THPT Kim Liên, THPT Lương Thế Vinh, THPT Thăng Long, THPT BC Nguyễn Tất Thành, THPT Yên Hoà. Các trường chuyên chiếm ưu thế, các trường ngoài công lập không nhiều trong Top các trường “mạnh”. Tuy vậy, vẫn còn hơn 50% số các trường học sinh có điểm thi tuyển đại học trung bình dưới điểm chuẩn. Điều này cho thấy chất lượng các trường THPT không thật sự đồng đều, nguyên nhân có thể xuất phát từ việc địa bàn Hà Nội rộng lớn, nhiều trường ở các khu vực huyện có chất lượng và phong trào học tập chưa thật đảm bảo, các trường ngoài công lập có tỷ lệ học sinh đậu đại học không cao.

Như vậy, sự chênh lệch giữa số lượng, loại hình, địa điểm không quá nhiều. Tác giả chú ý cân đối phân đều cỡ mẫu cho hai khu vực quận và huyện, học sinh thuộc các trường ngoài công lập và công lập.

Tác giả phát đi 500 phiếu điều tra bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện và phương pháp “quả bóng tuyết” (snowball- phương pháp tìm đối tượng tiếp theo dựa trên gợi ý hoặc giới thiệu của đối tượng vừa phỏng vấn) cho thu thập dữ liệu nghiên cứu chính thức. Tức là với cỡ mẫu cần thiết tác giả thiết kế bảng câu hỏi và gửi tới một danh sách các giáo viên được liên hệ ban đầu và tiếp tục nhờ những người này giới thiệu những giáo viên tiềm năng hoặc các học sinh, các phụ huynh khác để thực hiện điều tra. Thời gian thực hiện khảo sát bắt đầu từ giữa tháng 6/2016 đến hết tháng 10/2016, đặc biệt là khoảng thời gian học sinh về các trường THPT để hoàn tất các giấy tờ thủ tục để đăng ký các nguyện vọng, hoặc xét tuyển đại học. Kết quả cuối cùng, tác giả thu được 361 phiếu điều tra hợp lệ sử dụng cho các phân tích chính thức.

Kết quả thu thập phiếu điều tra được tổng hợp như sau:

Bảng 3.3: Tổng hợp số liệu đối tượng điều tra

Đối tượng điều tra	Hình thức điều tra	Số lượng bảng hỏi phát ra	Số lượng bảng hỏi thu về	Tỷ lệ (%)
Học sinh tốt nghiệp THPT	Trực tiếp	450	400	88,89%
	Online	50	50	100%

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả nghiên cứu 2016

Sau khi sàng lọc và rà soát lại bảng hỏi đã thu về, tác giả tiến hành loại những bảng hỏi không hợp lệ. Tiêu chí loại là: không đúng đối tượng điều tra, không trả lời hết các câu hỏi...

Bảng 3.4: Tổng hợp số lượng phiếu điều tra chính thức được sử dụng

Nội dung	Không sử dụng được	Sử dụng được	Tổng cộng
Số bảng trả lời thu thập	89	361	450

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả nghiên cứu 2016

3.2 Nghiên cứu định tính ban đầu

3.2.1 Mục tiêu của phỏng vấn sâu

Phỏng vấn sâu được thực hiện nhằm hướng đến các mục tiêu sau đây:

Một là, kiểm tra và sàng lọc các biến độc lập trong mô hình lý thuyết đã đề xuất và xác định sơ bộ mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc. Khẳng định những nhân tố trong mô hình phù hợp với bối cảnh ở Việt Nam và sơ bộ về mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đó tới quyết định lựa chọn trường đại học.

Hai là, kiểm tra sự phù hợp của thang đo. Các thang đo tác giả đưa ra trong nghiên cứu đã được công nhận và sử dụng trên thế giới, đặc biệt là đã có nghiên cứu thực nghiệm tại Indonesia và Malaysia là các quốc gia có nền giáo dục và văn hóa tương đồng với Việt Nam. Tuy nhiên, những thang đo này vẫn cần được xem xét để điều chỉnh và bổ sung cho phù hợp.

Ba là, xin ý kiến hoàn thiện về cấu trúc câu và từ ngữ được dùng trong bảng hỏi chính thức để thu thập dữ liệu phân tích.

3.2.2 Phương pháp thực hiện phỏng vấn sâu

3.2.2.1 Đối tượng phỏng vấn sâu

Để thực hiện mục tiêu nghiên cứu định tính ban đầu, tác giả thực hiện nhiều cuộc phỏng vấn với nhiều nhóm khác nhau. Các cuộc phỏng vấn đều diễn ra độc lập tại các địa điểm thuận tiện đối với người được phỏng vấn. Thời lượng cho mỗi đối tượng khoảng 60 phút. Kỹ thuật thực hiện là quan sát và thảo luận tay đôi.

Nhóm chuyên gia: Tác giả xin ý kiến về câu từ được dịch thuật của từng thuật ngữ, thang đo. Sự phù hợp trong cách tiếp cận, sự phù hợp về việc ứng dụng các lý thuyết liên quan đến chủ đề. **Phụ lục 8**

Nhóm học sinh THPT: Tác giả cũng tiến hành nhiều cuộc phỏng vấn nhằm tìm hiểu, kiểm tra, xác định rõ thêm các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Cụ thể danh sách gồm:

Bảng 3.5: Đặc điểm mẫu học sinh THPT trong nghiên cứu định tính

Đơn vị	Số lượng	Giới tính		Học lực			Tình trạng lựa chọn trường đại học	
		Nam	Nữ	Giỏi	Khá	Trung bình	Đã lựa chọn được	Chưa lựa chọn được
Trường THPT Yên Viên	5	2	3	3	1	1	4	1
Trường THPT Đinh Tiên Hoàng	4	3	1	2	2	0	4	0
Trường THPT Phan Đình Phùng	5	4	1	2	2	1	5	0
Trường THPT Kim Liên	2	1	1	0	1	1	1	1
Trường THPT Việt Đức	4	2	2	2	1	1	3	1

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả nghiên cứu 2016

3.2.2.2 Phương pháp thu thập và xử lý dữ liệu

Dựa trên mục tiêu đã đặt ra trong nghiên cứu định tính ban đầu, tác giả đã thiết kế bảng hướng dẫn phỏng vấn bao gồm nhiều câu hỏi mở liên quan đến mô hình nghiên cứu và thang đo. Các câu hỏi được điều chỉnh theo đối tượng được hỏi. Nội dung chi tiết được trình bày ở **Phụ lục 9**.

Nội dung của các cuộc phỏng vấn được ghi âm, lưu trữ và mã hóa trong máy tính. Sau đó, tác giả gỡ băng và phân tích để đưa ra kết luận. Tất cả các câu trả lời được tác giả tổng hợp thành các ý chính (theo chủ đề). Kết quả tìm được sẽ được so sánh với mô hình lý thuyết ban đầu để xác định mô hình nghiên cứu chính thức.

3.2.3 Kết quả nghiên cứu định tính ban đầu

3.2.3.1 Kết quả phỏng vấn học sinh THPT để khám phá nhân tố mới

Sau khi thu thập dữ liệu, tác giả thống kê các yếu tố quan trọng mà học sinh quan tâm khi lựa chọn một trường đại học (cụ thể được trình bày ở **phụ lục 10**). Để tránh tình trạng các yếu tố có thể trùng lặp hoặc là nội hàm của nhau, tác giả đã cân nhắc và sắp xếp theo các nhóm chủ đề:

Bảng 3.6: Kết quả tổng hợp nghiên cứu định tính ban đầu

<i>Nhân tố</i>	<i>Số lần</i>	<i>Lý do</i>
<i>Cảm nhận về chi phí</i>	17/20	“Học phí cao thì cơ hội đi học đại học thấp”, “học bổng có thể khuyến khích sinh viên học tập tốt hơn...”, “chi phí ăn ở, đi lại cao gây tốn kém...”.
<i>Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực</i>	12/20	“Cơ sở vật chất tốt thì học tập nghiên cứu dễ dàng”, “giảng viên giỏi thì giúp đỡ được học sinh nhiều hơn trong học tập”, “vị trí trung tâm sẽ thuận tiện đi lại”
<i>Cảm nhận về chương trình học</i>	11/20	“Chương trình học là cái cốt lõi, có cơ sở vật chất tốt nhưng chương trình học không tốt cũng chẳng thu hút học sinh”, “căn bản là chương trình học phải tốt”, “trường tốt là chương trình học phải tốt”.
<i>Lời khuyên của người khác</i>	10/20	“Do lúng túng khi lựa chọn trường nên cần những lời khuyên bổ ích”
<i>Danh tiếng trường đại học</i>	10/20	“Danh tiếng trường đại học sẽ tạo thuận lợi để xin việc”, “danh tiếng thể hiện đẳng cấp”.
<i>Chuẩn mực chủ quan.</i>	4/20	<p>“...em nghĩ, bố mẹ em luôn ủng hộ và tạo điều kiện để em thi vào trường đại học X. Hôm trước, bố em còn đưa em đến tận trường, hai bố con đi 1 vòng rồi xem xét”</p> <p>“Bố em thì vẫn nghĩ ngành kế toán dễ phù hợp với em. Em thích đại học ngành báo chí nhưng bố em bảo học mấy ngành đó bay nhảy lắm. Em cũng chẳng biết thế nào”</p> <p>“Em khá áp lực khi chọn trường. Chọn trường bố mẹ em đặt kỳ vọng vào em rất nhiều. Bố mẹ em mong em lựa chọn được trường đại học tốt, ra trường xin được việc. Tương lai còn nhiều việc phải làm lắm ạ.”</p> <p>“...Em cảm thấy, em mà chọn vào trường Công An là bố mẹ em ủng hộ ngay đấy, bố em thích trường đó lắm. Em cũng quyết tử xem sao”</p>
<i>Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học</i>	2/20	“Trường đại học cần cung cấp thông tin để học sinh hiểu thêm về trường”, “thông tin về chương trình học là quan trọng nhất”

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp từ nghiên cứu định tính 2016

Về cơ bản, các ý kiến của các bạn học sinh đều đồng thuận cao với các yếu tố đã được đề cập trong mô hình lý thuyết. Bên cạnh đó, tác giả cũng nhận thấy một số ý kiến mới liên quan đến sự khác biệt của các nhóm học sinh khá, giỏi và yếu, kém. Gồm:

“Lực học của em không tốt, em không tự tin tự lựa chọn trường đại học...Em nghĩ cứ vào trường đại học được là tốt lắm rồi”.

“...với em, em tin tưởng vào quyết định lựa chọn trường đại học của mình. Em không chịu áp lực bởi sự sắp đặt của ai cả”

Qua kết quả định tính tác giả nhận thấy sự tự tin của các bạn học lực khá, giỏi khi lựa chọn trường đại học và tâm thế e dè, dè dặt hoặc lệ thuộc của các bạn có học lực yếu, kém vào ý kiến, lời khuyên, cảm xúc của những người xung quanh khi quyết định lựa chọn. Từ những kiến thức có được trong thực tế và kết quả nghiên cứu định tính tác giả đưa giả thuyết:

H7.1 Chuẩn mực chủ quan có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Tác động đối với nhóm học sinh có học lực yếu, kém mạnh hơn là nhóm học lực giỏi, khá.

3.2.3.2 Kết quả phỏng vấn chuyên gia

Về cơ bản, các chuyên gia đồng thuận với kết cấu phiếu hỏi, ngôn từ và ngữ nghĩa của thang đo. Một số ý kiến góp ý tác giả tổng hợp trong **Phụ lục 11**, vấn đề dịch thuật làm rõ như sau:

Bảng 3.7: Điều chỉnh cách diễn đạt các khái niệm, thang đo

<i>Thang đo trước điều chỉnh</i>	<i>Thang đo sau điều chỉnh</i>
<i>Cảm nhận về chi phí</i>	
Có chính sách hỗ trợ tài chính	Có chính sách hỗ trợ tài chính (học bổng, trợ cấp, các khoản vay ưu đãi...)
<i>Cảm nhận về danh tiếng</i>	Danh tiếng trường đại học

3.2.4 Mô hình nghiên cứu và các giả thuyết được điều chỉnh sau nghiên cứu định tính

Sau khi tiến hành nghiên cứu định tính cho thấy sự phù hợp của mô hình lý thuyết, thang đo đã đề xuất, ngoài các biến độc lập và phụ thuộc đã được trình bày ở các phần

trên, tác giả đã đề xuất bổ sung thêm 01 giả thuyết liên quan đến biến điều tiết học lực. Mô hình nghiên cứu chính thức và giả thuyết cụ thể như sau

Tổng hợp các giả thuyết gồm:

H1: Cảm nhận về chi phí có mối quan hệ dương với quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT

H2: Cảm nhận về chương trình học của trường đại học có quan hệ dương với quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT

H3: Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực trường đại học có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường của học sinh THPT

H4: Danh tiếng trường đại học ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường của học sinh THPT

H5: Thông tin học sinh THPT nhận được từ trường đại học có ảnh hưởng thuận chiều đến quyết định lựa chọn trường đại học

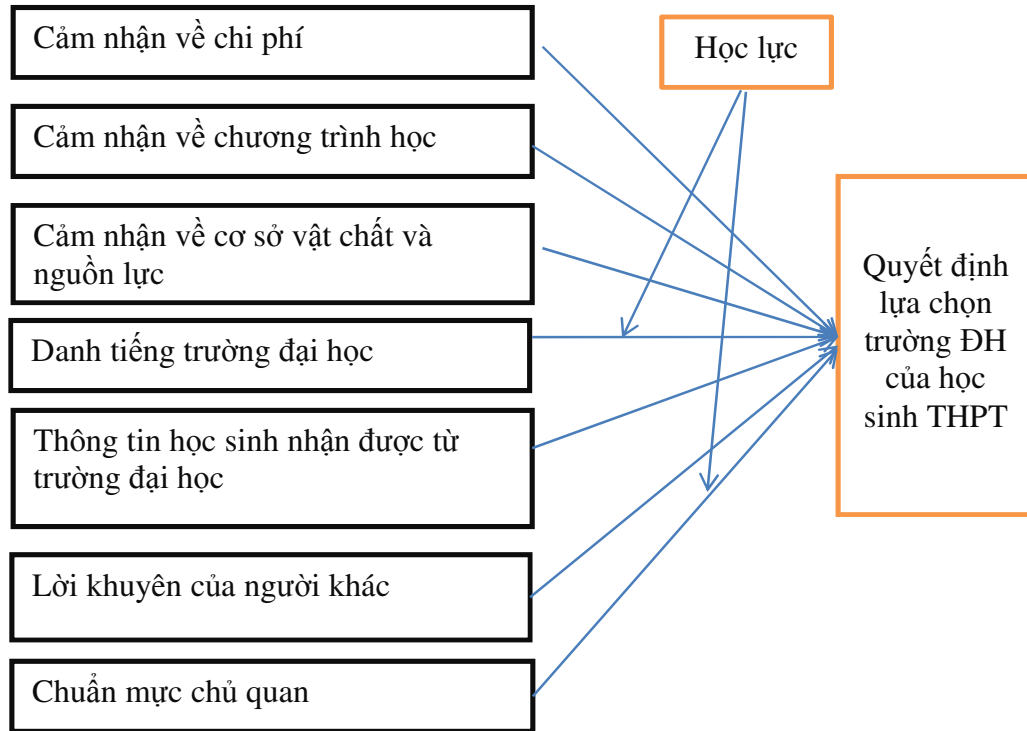
H6 Lời khuyên của người khác (bố mẹ, bạn bè, bạn bè cùng lớp...) tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT

H7: Chuẩn mực chủ quan có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT

H4.1 Danh tiếng trường đại học có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Tác động với nhóm học sinh có học lực khá giỏi mạnh hơn là nhóm học lực yếu, kém.

H7.1 Chuẩn mực chủ quan có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Tác động đối với nhóm học sinh có học lực yếu, kém mạnh hơn là nhóm học lực giỏi, khá

Tổng hợp các thang đo được trình bày trong **Phụ lục 12**, mô hình nghiên cứu chính thức được đề xuất như sau:



Hình 3.5: Mô hình nghiên cứu chính thức

3.3 Nghiên cứu định lượng sơ bộ

3.3.1 Mục tiêu nghiên cứu sơ bộ

Mục tiêu nghiên cứu sơ bộ để đánh giá thử độ tin cậy của thang đo và loại bỏ những biến quan sát không phù hợp.

3.3.2 Phương pháp thực hiện nghiên cứu định lượng sơ bộ

Sau khi sàng lọc các bảng trả lời không đảm bảo chất lượng, tác giả thu được 113 phiếu điều tra hợp lệ và sử dụng để đánh giá sơ bộ. Kích thước mẫu đảm bảo cho việc đánh giá độ tin cậy Cronbach's alpha cho các thước đo. Các đơn vị mẫu được chọn theo phương pháp lấy mẫu tiện lợi, phi xác suất. Để đảm bảo tính tin cậy của các thang đo đã phát triển nghiên cứu sử dụng kiểm định bằng hệ số Cronbach Alpha, hệ số tương quan biến tổng và phân tích nhân tố khám phá với mẫu. Các thang đo có hệ số Cronbach Alpha từ 0,6 trở lên được coi là chấp nhận được. Các thang đo có Cronbach Alpha từ 0,7 đến 0,8 là sử dụng được. Các thang đo có độ tin cậy từ 0,8 đến gần 1 được coi là tốt. Hệ số tương quan biến tổng $< 0,3$ thì biến được coi là biến rác và cần loại khỏi thang đo (J.H. Hair và cộng sự, 1998).

Trong nghiên cứu định lượng sơ bộ, tác giả không xem xét đến các biến kiểm soát vì mục tiêu chính của nghiên cứu này chính là các biến độc lập và các biến kiểm

soát là các biến nhân khẩu không sử dụng thang đo như biến độc lập. Tuy nhiên, trong nghiên cứu định lượng chính thức tác giả sẽ đưa các biến kiểm soát vào chạy hồi quy cùng các biến độc lập.

3.3.3 Kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ

a/ Kết quả đánh giá tính tin cậy của nhân tố “Cảm nhận về chi phí”

Thang đo *Cảm nhận về chi phí* được xây dựng từ bốn biến quan sát từ CCHP1 đến CCHP4 thông qua các phân tích lý thuyết và các nghiên cứu thực nghiệm. Kết quả đánh giá tính tin cậy cho thấy hệ số Cronbach Alpha lớn hơn 0.7 (0.753) và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3 (bé nhất với biến quan sát CCHP4 bằng 0.656).

Phân tích nhân tố khám phá cho thấy hệ số KMO lớn hơn 0.5 (0.760), kiểm định Bartlett có p-value < 0.05 và phương sai giải thích (TVE) lớn hơn 50% (57.862%), các trọng số nhân tố đều lớn hơn 0.5 Điều đó cho thấy thang đo nhân tố *Cảm nhận về chi phí* được xây dựng từ các biến quan sát thiết lập qua lý thuyết đạt tính nhất quán nội tại và là thang đo đơn hướng. Hay nói cách khác nhân tố *Cảm nhận về chi phí* được đo lường bằng các biến quan sát đạt tính tin cậy cần thiết của một khái niệm nghiên cứu.

Bảng 3.8: Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo “Cảm nhận về chi phí”

Kiểm định sự tin cậy thang đo			Phân tích nhân tố khám phá			
Biến quan sát	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach Alpha nếu loại biến	Factor loading	KMO	p-value	TVE
Nhân tố “Cảm nhận về chi phí”: $\alpha = 0.753$, N = 4						
CCHP1	.413	.766	.622			
CCHP2	.585	.675	.792	0.760	0.000	57.862
CCHP3	.593	.674	.798			
CCHP4	.617	.656	.814			

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS

Ghi chú: α là hệ số Cronbach Alpha, N là số biến quan sát trong nhân tố

b/ Kết quả đánh giá tính tin cậy của nhân tố Cảm nhận về chương trình học

Nhân tố *Cảm nhận về chương trình học* trong nghiên cứu được thiết kế bằng 07 biến quan sát từ CCH1 đến CCH7. Kết quả phân tích bằng kiểm định Cronbach Alpha lần thứ nhất cho thấy có hai biến quan sát CCH6 và CCH7 có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0.03 cần được loại khỏi thang đo nhân tố. Tiếp tục tiến hành phân tích lần thứ hai sau khi đã loại bỏ các biến có tương quan biến tổng nhỏ

hơn 0.3 thu được hệ số Cronbach Alpha bằng 0.860 lớn hơn 0.7 và các hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0.3. Điều này cho thấy các thang đo được thiết lập từ các biến quan sát sau khi đã loại đi các biến không thích hợp, đạt tính nhất quán nội tại của một thang đo nghiên cứu.

Hệ số KMO lớn hơn 0.5 (0.844), kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê, phương sai giải thích lớn hơn 50% (64.617), các hệ số factor loading đều lớn hơn 0.5 và các biến quan sát hội tụ thành một thang đo duy nhất (Bảng 3.9). Điều đó cho thấy các thang đo xây dựng được từ lý thuyết và sau khi đã loại các biến không thích hợp, là một thang đo đơn hướng.

Bảng 3.9: Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Cảm nhận về chương trình học”

Kiểm định sự tin cậy thang đo			Phân tích nhân tố khám phá			
Biến quan sát	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach Alpha nếu loại biến	Factor loading	KMO	p-value	TVE
Nhân tố “Cảm nhận về chương trình học”: $\alpha = 0.860$, $N = 5$						
CCH1	.673	.832	.801			
CCH2	.692	.830	.812			
CCH3	.749	.815	.853	0.844	0.000	64.617
CCH4	.645	.839	.777			
CCH5	.648	.839	.774			

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS

c/ Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực”

Thang đo *Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực* được thiết lập từ 07 biến quan sát thông qua nghiên cứu lý thuyết và các nghiên cứu tiền nghiệm trước đây. Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo cho thấy có 05 biến thích hợp để đo lường nhân tố *cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực* (loại các biến CSV3 và CSV6), hệ số Cronbach Alpha lớn hơn 0.7 (0.860) và các hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát còn lại đều lớn hơn 0.3. Điều này cho thấy thang đo nhân tố *cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực* đạt tính nhất quán nội tại của một khái niệm nghiên cứu.

Kết quả phân tích khám phá nhân tố cho thấy hệ số KMO bằng 0.830 lớn hơn 0.5, kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê, các hệ số factor loading đều lớn hơn 0.5, tổng phương sai giải thích lớn hơn 50% (65.906%) (Bảng 3.10). Như vậy, thang đo nhân tố *cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực* được đo lường bằng các biến quan sát đạt tính tin cậy cần thiết và là một thang đo đơn hướng.

Bảng 3.10: Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực”

Kiểm định sự tin cậy thang đo			Phân tích nhân tố khám phá			
Biến quan sát	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach Alpha nếu loại biến	Factor loading	KMO	p-value	TVE
Nhân tố “Cảm nhận cơ sở vật chất và nguồn lực”: $\alpha = 0.860$, N = 5						
CSVC1	.605	.860	.738			
CSVC2	.760	.816	.861			
CSVC4	.673	.839	.804	0.830	0.000	65.908
CSVC5	.729	.829	.837			
CSVC7	.694	.833	.813			

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS

d/ Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Danh tiếng trường đại học”

Thang đo *Danh tiếng trường đại học* trong nghiên cứu được đo lường bằng 03 biến quan sát từ DTT1 đến DTT3 được thiết lập từ lý thuyết. Kết quả kiểm định bằng hệ số Cronbach Alpha cho thấy các biến quan sát đạt tính nhất quán nội tại, hệ số Cronbach Alpha bằng 0.784, các hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0.3.

Phân tích nhân tố khám phá cho thấy hệ số KMO bằng 0.645 lớn hơn 0.5, các hệ số factor loading đều lớn hơn 0.5, tổng phương sai giải thích lớn hơn 50% (71.348%) và các biến quan sát đều hội tụ thành một nhân tố duy nhất. Như vậy, thang đo nhân tố *Danh tiếng trường đại học* được xây dựng từ các biến quan sát đạt tính tin cậy cần thiết và là một thang đo đơn hướng. Kết quả cụ thể được trình bày ở Bảng 3.11.

Bảng 3.11: Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Danh tiếng trường đại học”

Kiểm định sự tin cậy thang đo			Phân tích nhân tố khám phá			
Biến quan sát	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach Alpha nếu loại biến	Factor loading	KMO	p-value	TVE
Nhân tố “Danh tiếng trường đại học”: $\alpha = 0.784$, N = 3						
DTT1	.637	.692	.861			
DTT2	.524	.833	.760	0.645	0.000	71.348
DTT3	.740	.604	.906			

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS

e/ Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học”

Nhân tố *Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học* được thiết lập bằng ba biến quan sát từ TTT1 đến TTT3 qua các nghiên cứu tiên nghiệm. Kết quả phân tích từ dữ liệu nghiên cứu bằng hệ số Cronbach Alpha cho thấy các biến quan sát đạt tính nhất quán nội tại khi hệ số Cronbach Alpha lớn hơn 0.7 (0.823) và các hệ số tương quan biến tổng của từng biến quan sát đều lớn hơn 0.3.

Phân tích nhân tố khám phá cho thấy hệ số KMO lớn hơn 0.5 (0.823), các hệ số factor loading đều lớn hơn 0.5, kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê, tổng phương sai giải thích lớn hơn 50% (74.645%), các biến quan sát đều hội tụ thành một nhân tố duy nhất (Bảng 3.12). Như vậy, thang đo nhân tố *Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học* đạt tính tin cậy cần thiết và là một thang đo đơn hướng.

Bảng 3.12: Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học”

Kiểm định sự tin cậy thang đo			Phân tích nhân tố khám phá			
Biến quan sát	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach Alpha nếu loại biến	Factor loading	KMO	p-value	TVE
Nhân tố “Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học”: $\alpha = 0.823$, N = 3						
TTT1	.633	.818	.828			
TTT2	.696	.752	.871	0.707	0.000	74.645
TTT3	.733	.716	.891			

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS

f/ Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Lời khuyên của người khác”

Thang đo *Lời khuyên của người khác* được đo lường từ 07 biến quan sát thông qua nghiên cứu lý thuyết. Kết quả đánh giá từ mẫu nghiên cứu sơ bộ cho thấy các biến quan sát này đạt tính nhất quán nội tại, hệ số Cronbach Alpha lớn hơn 0.7 (0.826) và các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3 (Bảng 3.13).

Kết quả phân tích nhân tố khám phá sau khi loại đi các biến có hệ số factor loading nhỏ (các biến CNAH6 và CNAH7) cho thấy hệ số KMO lớn hơn 0.5 (0.626), kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê ($p\text{-value} < 0.05$), các hệ số factor loading lớn hơn 0.5, phương sai giải thích lớn hơn 50% (51.275%) và các biến quan sát còn lại hội tụ thành một nhân tố duy nhất. Điều này cho thấy sử dụng phân tích nhân tố khám phá là phù hợp và thang đo nhân tố *Lời khuyên của người khác* là một thang đo đơn hướng.

Bảng 3.13: Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo “Lời khuyên của người khác”

Kiểm định sự tin cậy thang đo			Phân tích nhân tố khám phá			
Biến quan sát	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach Alpha nếu loại biến	Factor loading	KMO	p-value	TVE
Nhân tố “Lời khuyên của người khác”: $\alpha = 0.826$, $N = 7$						
CNAH1	0.451	0.824	0.604			
CNAH2	0.512	0.812	0.755			
CNAH3	0.674	0.786	0.819			
CNAH4	0.501	0.813	0.657	0.626	0.000	51.27%
CNAH5	0.569	0.803	0.727			
CNAH6	0.713	0.78	-			
CNAH7	0.598	0.798	-			

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm SPSPS

g/ Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Chuẩn mực chủ quan”

Chuẩn mực chủ quan là một khái niệm nghiên cứu đo lường bằng hai biến quan sát CCQ1 và CCQ2 nên để đánh giá tính tin cậy của thang đo tác giả sử dụng hệ số tương quan giữa hai biến quan sát để đánh giá thay cho hệ số Cronbach Alpha. Kết quả phân tích cho thấy tương quan giữa hai biến quan sát khá lớn ($r = 0.769$). Phân tích nhân tố khám phá cho thấy kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê ($p\text{-value} < 0.05$), các biến quan sát có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0.5, tổng phương sai giải thích 88.448% lớn hơn 50%, các biến quan sát hình thành một nhân tố duy nhất (Bảng 3.14). Điều đó cho thấy thang đo *chuẩn mực chủ quan* có thể sử dụng để đo lường khái niệm nghiên cứu mặc dù chỉ được thiết lập bằng hai biến quan sát.

Bảng 3.14: Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo nhân tố “Chuẩn mực chủ quan”

Kiểm định sự tin cậy thang đo		Phân tích nhân tố khám phá			
Biến quan sát	Tương quan các biến	Factor loading	KMO	p-value	TVE
Nhân tố “Chuẩn mực chủ quan”: $\alpha = 0.940$, $N = 2$					
CCQ1	.769	.940			
CCQ2	.769	.940	0.500	0.000	88.448

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm SPSPS

h/ Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo biến phụ thuộc “Quyết định chọn trường đại học”

Kết quả đánh giá sơ bộ với các biến quan sát của biến phụ thuộc *quyết định chọn trường đại học* cho thấy các biến quan sát được thiết lập cũng đạt tính nhất quán nội tại, không có biến quan sát nào cần phải loại khỏi thang đo và nhân tố là thang đo đơn hướng. Kết quả phân tích từ dữ liệu sơ bộ cho thấy hệ số Cronbach Alpha lớn hơn 0.7 (0.792), các hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0.3. Phân tích nhân tố khám phá cho thấy hệ số Factor loading đều lớn hơn 0.5, KMO lớn hơn 0.5, kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê ($p\text{-value} < 0.05$), phương sai giải thích lớn hơn 50% (77.075%) và các biến hình thành duy nhất một nhân tố (Bảng 3.15).

Bảng 3.15: Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo biến phụ thuộc “Quyết định chọn trường đại học”

Kiểm định sự tin cậy thang đo			Phân tích nhân tố khám phá			
Biến quan sát	Tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach Alpha nếu loại biến	Factor loading	KMO	p-value	TVE
Nhân tố “Quyết định chọn trường đại học”: $\alpha = 0.792$, N = 3						
QD1	.706	.805	.869			
QD2	.742	.772	.890	0.730	0.000	77.075
QD3	.714	.796	.875			

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS

Như vậy, với kết quả nghiên cứu sơ bộ, sau khi loại các thang đo có hệ số factor loading nhỏ, thì các thang đo khảo sát đảm bảo được tính tin cậy, và sự hội tụ, giá trị phân biệt của các biến quan sát đối với thang đo mà các biến biểu diễn. Thành phần thang đo các nhân tố trong các nghiên cứu chính thức được thiết lập. Kết quả của nghiên cứu định lượng sơ bộ được tổng hợp trong Bảng 3.16 sau:

Bảng 3.16: Tổng hợp biến quan sát bị loại từ kết quả nghiên cứu định lượng sơ bộ

Biến	Số quan sát	Biến quan sát bị loại
Cảm nhận về chi phí	4	Không
Cảm nhận về chương trình học	7	CCH6, CCH7
Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực	7	CSVC3, CSVC6
Danh tiếng trường đại học	3	Không
Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học	3	Không
Lời khuyên của người khác	7	CNAH6 và CNAH7
Chuẩn mực chủ quan	2	Không
Quyết định lựa chọn trường đại học	3	Không

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

3.4 Nghiên cứu định lượng chính thức

3.4.1 Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu là đánh giá một lần nữa độ tin cậy của thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach alpha; Kiểm định giá trị của thang đo bằng phương pháp phân tích nhân tố EFA; Phân tích khẳng định nhân tố CFA; Phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính và kiểm định các giả thuyết; Phân tích đa nhóm; Đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố trong mô hình.

3.4.2 Phương pháp nghiên cứu

Phiếu hỏi chính thức được gửi đến các học sinh THPT trên địa bàn Hà Nội qua hình thức gửi trực tiếp và gửi online. Sau khi thu thập số phiếu theo yêu cầu, tác giả làm sạch dữ liệu, mã hóa những thông tin cần thiết trong bảng câu hỏi, nhập liệu và phân tích dữ liệu bằng phần mềm SPSS.

Tiếp theo dữ liệu đã làm sạch và nhập vào phần mềm sẽ được phân tích theo các bước sau: (1) thống kê mô tả tần suất và tỷ lệ các đặc trưng trên mẫu thu được; (2) đánh giá thang đo bằng kiểm định Cronbach Alpha, tương quan biến tổng và phân tích nhân tố khám phá; (3) đánh giá chính thức thang đo bằng phân tích khẳng định nhân tố, kiểm định tương quan với mô hình đo lường và mô hình tối hạn; (4) phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu; (5) đánh giá tính vững của mô hình nghiên cứu bằng bootstrap; (6) đánh giá sự khác biệt theo nhóm bằng phân tích đa nhóm và (7) đánh giá mức độ cảm nhận của học sinh về các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn trường bằng điểm đánh giá trung bình, độ lệch chuẩn và khoảng tin cậy 95%. Trong đó:

Thứ nhất: Thống kê mô tả tần suất và tỷ lệ mẫu

Đối với các biến phân loại như giới tính, khu vực trường học, loại hình trường... được tiến hành phân tích bằng các thống kê mô tả tần suất và tỷ lệ để đánh giá đặc trưng của mẫu nghiên cứu chính thức. Bảng tần suất và tỷ lệ được sử dụng theo các dấu hiệu phân biệt đã được định sẵn (trong bảng câu hỏi)

Thứ hai: Đánh giá thang đo bằng Cronbach Alpha

Trong nghiên cứu này, để đánh giá sơ bộ thang đo chính thức tác giả sử dụng kiểm định bằng hệ số Cronbach Alpha và phân tích khám phá nhân tố. Đầu tiên để đánh giá tính nhất quán nội tại hệ số Cronbach Alpha và tương quan biến tổng được sử dụng (Suanders và cộng sự, 2007). Tiêu chuẩn lựa chọn là hệ số Cronbach Alpha tối thiểu bằng 0.7 (Hair và cộng sự, 2006). Để đánh giá giá trị đóng góp của một biến

quan sát vào khái niệm nghiên cứu hệ số tương quan biến tổng được sử dụng. Những biến quan sát được xem là đóng góp có ý nghĩa vào khái niệm nghiên cứu phải có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3, những biến có tương quan biến tổng nhỏ hơn 0.3 sẽ bị loại khỏi phân tích (Nunnally & Bernstein, 1994). Tiếp theo để đánh giá tính đơn hướng của từng khái niệm trong mô hình phân tích khám phá nhân tố được sử dụng. Phân tích khám phá nhân tố là phương pháp rút gọn từ nhiều biến quan sát thành các biến tiềm ẩn ít hơn mà vẫn giải thích được thông tin của dữ liệu (Hair và cộng sự, 2006). Các tiêu chuẩn lựa thích hợp đối với phân tích khám phá nhân tố là hệ số KMO tối thiểu 0.5, phương sai giải thích tối thiểu 50%, factor loading nhỏ nhất 0.5. Phương pháp rút trích nhân tố là phương pháp thành phần chính với phép xoay varimax để thu được số nhân tố là nhỏ nhất (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Thứ ba: Đánh giá chính thức thang đo

Phân tích khẳng định nhân tố là phương pháp xác định sự phù hợp của dữ liệu với mô hình lý thuyết. Tức là nhà nghiên cứu đã biết sơ bộ về các mối liên hệ trong mô hình và kiểm chứng tính phù hợp của mô hình với dữ liệu. Phân tích CFA nhằm khẳng định mô hình và các cấu trúc lý thuyết đã có sẵn qua các nghiên cứu tiên nghiệm hoặc mô hình lý thuyết đã có trước. Để đánh giá tính thích hợp của mô hình CFA các nhà nghiên cứu cần quan tâm đến một số giá trị bao gồm: (1) giá trị hội tụ (convergent validity); (2) giá trị phân biệt (discriminant validity) và (3) tính tương thích của mô hình với dữ liệu thị trường.

Giá trị hội tụ là giá trị phản ánh tính tương đồng của các biến quan sát đo lường cùng một cấu trúc. Hay nói cách khác các biến quan sát đo lường một cấu trúc phải có tương quan cao với nhau. Các hệ số tải nhân tố của các biến quan sát lớn hơn 0.5 có thể xem thang đo đạt giá trị hội tụ. Các hệ số tin cậy tổng hợp lớn hơn 0.7, phương sai trích lớn hơn 50% cũng được xem là các chỉ báo đảm bảo giá trị hội tụ của một thang đo.

Giá trị phân biệt là giá trị được đánh giá trong mô hình tới hạn khi các nhân tố trong mô hình được tự do quan hệ với nhau, nếu hệ số tương quan của các nhân tố trong mô hình khác đơn vị có thể kết luận các cấu trúc đạt giá trị phân biệt (Steekamp & van Trijp, 1991).

Mô hình tương thích với dữ liệu là chỉ mức độ phù hợp của các quan hệ cấu trúc với dữ liệu. Xem xét dữ liệu nghiên cứu và mô hình lý thuyết có tương thích với nhau không. Có nhiều chỉ báo khác nhau để đánh giá tính tương thích của mô hình với dữ liệu thị trường. Những chỉ số phổ biến bao gồm Chi-square, hệ số Chi-square điều chỉnh bậc tự do (Chi-square/df), hệ số thích hợp so sánh CFI (Comparative Fit Index),

chỉ số mức độ phù hợp mô hình GFI (Goodness of Fit Index), chỉ số Tucker Lewis TLI (Tucker Lewis Index), chỉ số RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation), vv. Trong nghiên cứu này, tác giả tuân theo các tiêu chí đánh giá sau:

- Chi-square/df nhỏ hơn 3 (Chin & Todd, 1995; Hair và cộng sự, 2006), một số tác giả khác đề nghị càng nhỏ càng tốt (Segar & Grover, 1993). Ngoài ra thực tế người ta còn phân biệt theo cỡ mẫu: Chi –square/df < 5 với mẫu lớn hơn 200 hay nhỏ hơn 3 với mẫu nhỏ hơn 200 (Kettinger & Lee, 1995).

- CFI, TLI, GFI lớn hơn 0.95 nếu mẫu nhỏ hơn 250 và số biến quan sát trong mô hình dưới 30 biến quan sát, lớn hơn 0.92 nếu mẫu lớn hơn 250 và số biến quan sát nhỏ hơn 30, lớn hơn 0.9 nếu số biến quan sát lớn hơn 30 biến (Hair và cộng sự, 2006).

- RMSEA nhỏ hơn 0.05 được xem là tốt, nhỏ hơn 0.08 cũng có thể chấp nhận được (Hooper và cộng sự 2008).

Do các chỉ số đánh giá sự phù hợp mô hình không thống nhất với nhau nên các nhà nghiên cứu đề nghị sử dụng nhiều chỉ số để đánh giá tính tương thích của mô hình với dữ liệu thị trường. Thông thường sử dụng 3 đến 4 chỉ số là đủ bằng chứng cho một mô hình phù hợp. Trong thực tế chỉ cần trình bày chỉ số Chi-square/df, CFI hoặc TLI và RMSEA là đủ để cung cấp bằng chứng về tính phù hợp của mô hình mà không cần xét quá nhiều chỉ báo khác nhau (Hair và cộng sự, 2006). Đồng quan điểm này, trong luận án tác giả chỉ xem xét các chỉ số chính được nêu ở trên.

Thứ tư: Phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Mô hình cấu trúc tuyến tính với kỹ thuật phân tích đường dẫn được sử dụng để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Tiêu chuẩn kiểm định lấy ở mức 10%, các giá trị p-value được so sánh trực tiếp với giá trị 0.1 để quyết định chấp nhận hay bác bỏ giả thuyết nghiên cứu. Các tiêu chuẩn về tính thích hợp mô hình được sử dụng như trong phân tích nhân tố khẳng định. Trong nhiều nghiên cứu, mức ý nghĩa 5% hay bị bác bỏ do việc ảnh hưởng của yếu tố tâm lý xã hội của từng đối tượng khảo sát. Không giống với nghiên cứu trong kinh tế tài chính với dữ liệu thứ cấp, các quy luật kinh tế chặt chẽ cũng như dữ liệu thứ cấp luôn được công bố rõ ràng. *Do vậy, trong nghiên cứu này, tác giả lựa chọn mức ý nghĩa là 10%.*

Trong các phương pháp nghiên cứu định lượng bằng phương pháp lấy mẫu, thông thường ta phải chia mẫu ra hai mẫu nhỏ. Cách thức nhất là chia một nửa để ước lượng các tham số mô hình và một nửa dùng để đánh giá lại. Cách thứ hai là lặp lại nghiên cứu bằng một mẫu khác. Thực hiện theo hai cách trên đều không thực tế vì mô

hình cấu trúc tuyến tính đòi hỏi mẫu lớn nên việc làm này tốn nhiều thời gian và chi phí (Anderson và Gerbing, 1988). Bootstrap là phương pháp lấy mẫu hoàn lại có thay thế trong đó mẫu ban đầu đóng vai trò đám đông, phù hợp để sử dụng (Schumacker và Lomas, 1996).

Để đánh giá sự tin cậy của các ước lượng các nhà nghiên cứu có thể chia mẫu nghiên cứu thành hai mẫu con. Một mẫu dùng để ước lượng tham số, một mẫu dùng để so sánh với giá trị ước lượng được để đánh giá độ chệch (bias) của các ước lượng. Tuy nhiên cách làm này thường không khả thi do các phân tích nhân tố đều đòi hỏi mẫu lớn. Trong các ước lượng thống kê thường là ước lượng tham số của mẫu để suy diễn cho tổng thể. Tuy nhiên các ước lượng mẫu thay đổi từ mẫu này sang mẫu khác. Trong trường hợp như vậy phương pháp thay thế thường được sử dụng là phương pháp Bootstrap. Bootstrap là phương pháp lấy mẫu có hoàn lại được phát triển bởi Efron (1979). Trong phương pháp bootstrap mẫu thu được đóng vai trò là tổng thể và các mẫu được lấy ra để ước lượng lấy theo quy tắc lấy mẫu có hoàn lại (sampling with replacement). Để đánh giá tính vững chắc của mô hình tác giả sử dụng kiểm định bootstrap với cỡ mẫu có hoàn lại là 1000. Với cách lấy mẫu này nhà nghiên cứu có thể tái tạo nhiều cỡ mẫu nghiên cứu khác nhau để ước lượng các tham số thống kê và so sánh nó với ước lượng mẫu ban đầu. Độ chệch của ước lượng bootstrap với mẫu càng nhỏ càng thể hiện tính tin cậy của ước lượng mẫu tính được.

Thứ năm: Phân tích đa nhóm

Để so sánh sự khác biệt về mức độ tác động tới quyết định lựa chọn trường khác nhau tác giả sử dụng phân tích đa nhóm. Đơn giản phân tích đa nhóm là việc phân nhóm theo các dấu hiệu phân biệt được định sẵn bởi nhà nghiên cứu và tiến hành ước lượng các tham số thống kê cho từng nhóm. Việc so sánh các tham số thống kê của ước lượng từ các nhóm sẽ cho biết thực sự có sự khác biệt về mức độ tác động của các biến khác nhau giữa các nhóm hay không. Trong phân tích đa nhóm nhà nghiên cứu phải ước lượng hai mô hình khác nhau để so sánh là (1) mô hình khả biến và (2) mô hình bất biến. Mô hình khả biến là mô hình ước lượng cho từng nhóm được phân loại, trong khi đó mô hình bất biến là mô hình ước lượng chung không phân biệt giữa các nhóm. Để lựa chọn mô hình khả biến (thực sự có sự khác biệt về mức độ tác động của các biến giữa các nhóm) hay mô hình bất biến (không có sự khác biệt có ý nghĩa giữa các nhóm) các nhà nghiên cứu kiểm định Chi-square. Nếu giá trị p-value nhỏ hơn 0.05 thì chọn mô hình khả biến và lớn hơn 0.05 thì chọn mô hình bất biến.

Thứ sáu: Đánh giá về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố trong mô hình

Phần này tác giả tiến hành nghiên cứu bổ sung bằng các chỉ số điểm trung bình, độ lệch chuẩn và khoảng tin cậy 95% được dùng để đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến biến phụ thuộc trong mô hình.

3.5 Nghiên cứu định tính bổ sung

3.5.1 Mục tiêu nghiên cứu

Sau khi tiến hành các phân tích cần thiết qua số liệu định lượng chính thức, các kết quả cho thấy một số giả thuyết không được ủng hộ, một số kết luận không đồng nhất với giả thuyết ban đầu và một số nghiên cứu trước. Tác giả đã tiến hành nghiên cứu định tính nhỏ nhằm tìm thêm các ý kiến giải thích, các lập luận để làm rõ hơn nữa các kết quả nghiên cứu định lượng chính thức.

3.5.2 Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu định tính bổ sung, trong đó một số chuyên gia đã tham gia phỏng vấn lần đầu. Mỗi cuộc phỏng vấn đều được tiến hành từ 20 đến 60 phút, kỹ thuật phỏng vấn là quan sát và thảo luận tay đôi. Tác giả sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu với học sinh 5 học sinh THPT đã tốt nghiệp THPT và 5 chuyên gia. Dàn ý bảng hướng dẫn phỏng vấn được trình bày ở **phụ lục 13**. Việc xử lý số liệu định tính bổ sung cũng được thực hiện giống phương pháp xử lý số liệu định tính ban đầu. Kết quả nghiên cứu định tính bổ sung được so sánh, đối chiếu với các kết quả nghiên cứu định lượng để hệ thống và giải thích rõ ràng hơn.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Chương 3 mô tả các phương pháp nghiên cứu trong quá trình thực hiện luận án. Luận án sử dụng kết hợp các số liệu sơ cấp và thứ cấp, cả nghiên cứu định tính và định lượng.

Nghiên cứu định tính sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu trước để định hướng cho nghiên cứu định lượng. Từ kết quả nghiên cứu định tính ban đầu, tác giả sàng lọc và bổ sung các biến và khẳng định mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc trong mô hình lý thuyết, đồng thời điều chỉnh và hoàn thiện bảng hỏi. Từ kết quả nghiên cứu định tính tác giả đã bổ sung 01 giả thuyết H7.1 Nghiên cứu định tính bổ sung nhằm lý giải thêm cho các kết quả nghiên cứu.

Nghiên cứu định lượng sử dụng phương pháp điều tra chọn mẫu với công cụ là bảng hỏi và xử lý bằng phần mềm SPSS. Nghiên cứu định lượng sơ bộ được tiến hành với 113 học sinh THPT, nhằm kiểm tra độ tin cậy của thang đo. Nghiên cứu chính thức được thực hiện với quy mô mẫu là 361 học sinh THPT thuộc địa bàn Hà Nội, sau khi làm sạch dữ liệu sẽ được nhập vào phần mềm và được đánh giá lại một lần nữa độ tin cậy của thang đo Cronbach Alpha, EFA, CFA và phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính, kiểm định giả thuyết.

Tất cả các bước đã thực hiện trong suốt quá trình nghiên cứu được diễn giải cụ thể trong chương này. Kết quả phân tích và bình luận, đánh giá cho các nội dung liên quan được đề cập trong chương tiếp theo.

CHƯƠNG 4: BỐI CẢNH NGHIÊN CỨU VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VỀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CỦA HỌC SINH THPT

4.1 Tổng quan về việc lựa chọn trường đại học của học sinh THPT

4.1.1 Xu hướng thay đổi của GDDH trên thế giới và Việt Nam

Giáo dục đại học (GDDH) trên thế giới đang biến đổi rất nhanh trên mọi phương diện. Các xu hướng thay đổi là: xu hướng đại chúng hóa, xu hướng thị trường hóa, tư nhân hóa, và số hóa. Trước đây, các trường đại học vốn được quản lý và vận hành theo quan điểm của giới hàn lâm, với nguồn tài trợ chủ yếu của chính phủ. Nhưng, những năm gần đây, hệ thống GDDH trên toàn thế giới đã thay đổi đáng kể. Ở nhiều nước phát triển như Mỹ, Anh, Australia, Nhật Bản...GDDH dần trở thành một ngành cung cấp dịch vụ tri thức cao cấp góp phần đáng kể vào thu nhập quốc dân GDP của quốc gia thông qua các hoạt động dịch vụ đào tạo và khoa học & công nghệ. Trong khu vực ASEAN, các quốc gia như Thái lan, Malaysia, Philipin...cũng đã và đang thực hiện đổi mới, cải cách GDDH theo hướng phát triển đa dạng hoá, chuẩn hoá, hình thành hệ thống bảo đảm chất lượng đại học với nhiều tiêu chí và chuẩn mực đánh giá chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ, dịch vụ phát triển cộng đồng. Điểm thay đổi rõ rệt nhất đó là vai trò của các chính phủ giảm và những trường đại học được chính phủ tài trợ đã chuyển dần sang cạnh tranh thị trường (Maringe, 2006). Nguồn tài chính công suy giảm và áp lực đại chúng hóa GDDH đã thúc đẩy các trường đại học phải vận động và cạnh tranh theo xu hướng thị trường. Các trường đại học theo mô hình doanh nghiệp không hoàn toàn vì mục tiêu kinh tế, có xu hướng phát triển trong khi các trường đại học truyền thống mất dần vị thế độc quyền.

Trong bối cảnh đầu vào GDDH ngày càng được mở rộng, xu hướng xã hội hóa, gia tăng quyền tự chủ cho các trường đại học...Với tư cách là một tổ chức cung ứng dịch vụ giáo dục các trường đại học cần phải có những thay đổi kịp thời và vững chắc nhằm thích ứng với sự thay đổi trong môi trường chính trị, kinh tế, xã hội và công nghệ. Theo đó, các trường đại học buộc phải thích nghi với cạnh tranh gay gắt bằng cách hoàn thiện các dịch vụ giáo dục và quản trị doanh nghiệp tốt hơn (Mok, 2007). Một số trường đại học đã phản ứng lại với những áp lực cạnh tranh bằng cách cải thiện cấu trúc để trở nên hiệu quả và có những quyết định chính xác trong khi nguồn lực sẵn có là khan hiếm (Ball, 1998). Mặt khác, để có thể gia tăng lợi thế cạnh tranh, các trường đại học cần quan tâm nhìn nhận học sinh, sinh viên là những khách hàng của mình và tăng cường các hoạt động tiếp thị cũng như gắn kết với họ (Gray, Fam & Llanes, 2003).

Ở khía cạnh khác, các trường đại học cũng phải đáp ứng với đòi hỏi của nhiều bên liên quan khác nhau: trước hết là người học, gia đình họ...mong muốn con cái họ được học tập trong một môi trường tốt, nhận được bằng cấp tốt phù hợp với khoản đầu tư tài chính của họ, và họ có quyền đòi hỏi một kết quả xứng đáng; Những người tuyển dụng, họ mong muốn được tuyển dụng những sinh viên tốt nghiệp ra trường có trình độ chuyên môn tốt, lành nghề và đạo đức tốt; Xã hội mong chờ những sinh viên tốt đóng góp công sức vào công cuộc phát triển của đất nước. Mỗi bên đều có những mong đợi riêng, các trường đại học phải xem xét lại ý nghĩa tồn tại của mình và nâng cao vị thế đối với xã hội. Trường đại học không chỉ là nơi cấp cho người học tấm bằng như là một tấm vé vào đời mà là nơi mang lại những kiến thức, kinh nghiệm và những giá trị mà họ gặt hái được sau 4 đến 5 năm học tập gắn bó.

4.1.2 Bối cảnh tuyển sinh đại học

Ngày nay, GDDH được mở rộng tạo nhiều cơ hội cho người học. Các trường đại học đã bao phủ khắp các vùng miền. Xét về khía cạnh qui mô, cho thấy mức độ phát triển của số lượng trường đại học (đặc biệt là các trường đại học ngoài công lập) và sự gia tăng về số lượng sinh viên trên cả nước qua các thời kỳ (Bảng 4.1). Do vậy, hệ thống các trường đại học hiện nay có tính phức tạp hơn về cấu trúc quản lý (Đại học quốc gia, vùng, địa phương, trực thuộc bộ ngành...), về loại hình (công, tư và đầu tư nước ngoài), về sở hữu (sở hữu Nhà nước, sở hữu tập thể, sở hữu tư cá nhân...). Mặt khác, sự xuất hiện của các loại hình đan xen nhau như trường công lập tự chủ tài chính...thể hiện tính đa dạng và linh hoạt của hệ thống này nhằm đáp ứng với hoàn cảnh khó khăn về nguồn lực công và nhu cầu học bậc đại học của học sinh.

Bảng 4.1: Thống kê số liệu trường, sinh viên đang theo học và sinh viên tốt nghiệp tại các trường đại học và cao đẳng Việt Nam giai đoạn 2010 - 2015

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Trường đại học và cao đẳng	414,0	419,0	421,0	428,0	436,0	445,0
Trường công lập	334,0	337,0	340,0	343,0	347,0	357,0
Trường ngoài công lập	80,0	82,0	81,0	85,0	89,0	88,0
Sinh viên (ngàn)	2.162,1	2.208,1	2.178,6	2.061,6	2.363,9	2.118,5
Sinh viên công lập	1.828,2	1.873,1	1.855,2	1.792,0	2.050,3	1.847,1
Sinh viên ngoài công lập	333,9	335,0	323,4	269,6	313,6	271,4
Sinh viên tốt nghiệp (ngàn)	318,4	398,2	425,2	406,3	441,8	353,6
Sinh viên công lập tốt nghiệp	278,3	334,5	357,2	350,6	377,9	308,7
Sinh viên ngoài công lập tốt nghiệp	40,1	63,7	68,0	55,7	63,9	44,9

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu của Tổng cục Thống kê

Tính đến năm 2016, theo số liệu công bố chính thức của Bộ GD & ĐT cả nước có 235 trường đại học, học viện (170 trường công lập, 60 trường tư thực và dân lập, 5 trường có 100% vốn nước ngoài). Có 16 cơ sở GDDH được chọn xây dựng thành đại học trọng điểm quốc gia, gồm 2 trường đại học quốc gia, 5 đại học vùng theo lãnh thổ và 9 trường đại học, học viện theo các lĩnh vực và ngành trọng điểm quốc gia như sư phạm, y dược, kinh tế, nông – ngư nghiệp, công nghệ, kỹ thuật quân sự. Số lượng các trường đại học tập trung chủ yếu ở các thành phố lớn là Hà Nội (80 trường) và Thành phố Hồ Chí Minh (45 trường), tiếp đến là Đồng bằng sông Hồng và Đồng bằng sông Cửu Long. Phân chia theo vùng, miền chia thành 9 khu vực như sau:

Bảng 4.2: Thống kê các trường đại học, cao đẳng ở từng khu vực

TT	Khu vực	Số lượng trường	
		Công lập	Ngoài công lập
1	Hà Nội	69	11
2	Thành phố Hồ Chí Minh	34	11
3	Miền núi phía bắc	12	1
4	Đồng bằng sông Hồng	22	6
5	Bắc trung bộ	20	0
6	Nam Trung bộ	15	7
7	Tây Nguyên	4	0
8	Đông nam bộ	6	7
9	Đồng bằng sông Cửu Long	11	6

Nguồn: Sách những điều cần biết về tuyển sinh đại học, cao đẳng năm 2016

Hàng năm, kỳ tuyển sinh đại học và cao đẳng được tổ chức định kỳ nhằm tuyển sinh cho các trường đại học và cao đẳng. Kỳ thi này được tiến hành theo hình thức “3 chung” (chung đợt, chung đề, dùng chung kết quả). Kỳ thi này do Bộ GD & ĐT tổ chức thường diễn ra vào đầu tháng 7 (Sau khi thi tốt nghiệp THPT khoảng 1 tháng). Tuy nhiên, năm học 2015 -2016, Bộ GD & ĐT đã có những điều chỉnh và hợp nhất thành một kỳ thi THPT quốc gia. Kết quả của kỳ thi này sẽ được các trường đại học sử dụng linh hoạt làm căn cứ tuyển sinh.

- Phần đông các trường dựa vào điểm công bố ngưỡng xét tuyển đầu vào để nhận hồ sơ xét tuyển. Điểm chuẩn vào trường không được thấp hơn ngưỡng tuyển đầu vào, và điểm trúng tuyển đợt sau không thấp hơn đợt trước.

- Một số trường Top trên dùng kết quả xét tuyển đầu vào và đặt thêm ngưỡng riêng: Đại học Quốc gia, Kinh tế quốc dân, Y Hà Nội, Đại học Bách khoa, Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh...

- Dùng kết quả thi THPT và kết hợp xét tuyển học bạ. Đây là hình thức tuyển sinh tương đối mới, các trường sẽ dựa vào điểm thi tốt nghiệp THPT được tiến hành ở các địa phương và bảng điểm học bạ các năm phổ thông của học sinh để làm căn cứ. Chủ yếu là các trường khó khăn trong tuyển sinh đủ chỉ tiêu vì mới thành lập, trường ngoài công lập...

- Dùng kết quả thi THPT quốc gia và kết hợp thi thêm một số môn chuyên ngành. Vì các ngành đào tạo của nhà trường có những nét đặc thù riêng do vậy các trường sẽ tổ chức thi thêm một số môn chuyên ngành nhằm tuyển chọn đúng đối tượng. Điển hình là Học viên Báo chí và Tuyên truyền, Đại học Luật Thành phố Hồ Chí Minh...

- Dùng kết quả thi THPT quốc gia và kết hợp thi các môn năng khiếu do trường tổ chức. Các trường khối văn hóa, nghệ thuật (nhạc, họa, sân khấu...)

- Một số trường tổ chức thi riêng

Với nhiều phương thức tuyển sinh được đánh giá là khoa học và linh hoạt, học sinh THPT được tạo điều kiện thuận lợi nhất để có thể thực hiện giấc mơ học đại học. Thực tế là, trước thời điểm năm 2015, số trường tuyển sinh để đủ chỉ tiêu tương đối phổ biến, thì năm học 2016 - 2017 lại có những thay đổi đáng kể. Nhiều trường đại học công lập, đại học có danh tiếng, đại học top trên cũng gặp những khó khăn trong công tác tuyển sinh đủ chỉ tiêu, vẫn “đói” thí sinh. Cụ thể, theo báo cáo của Bộ GD & ĐT, ngay trong đợt 1 đã có 170 trường đạt tuyển mức 100% chỉ tiêu, có 58 trường mới chỉ tuyển được dưới 50% chỉ tiêu. Do vậy, có nhiều trường phải tuyển sinh chỉ tiêu bổ sung (đợt 2). Thực tế là, các trường đã nỗ lực vận dụng các phương thức tuyển sinh, tuy nhiên vẫn không thu hút được thí sinh. Có nhiều ý kiến cho rằng những thay đổi trong qui chế tuyển sinh của Bộ GD & ĐT đã gây ra những xáo trộn đáng kể. Tuy nhiên, nếu đứng ở góc độ thị trường GDDH, với tư cách là những tổ chức cung ứng dịch vụ các trường đại học thực sự năng động chưa làm tốt công tác tuyển sinh nhằm thu hút sinh viên tiềm năng.

4.1.3 Xu hướng lựa chọn trường đại học của học sinh THPT

4.1.3.1 Lựa chọn trường đại học theo loại hình trường công lập và ngoài công lập

Số lượng các trường đại học ngoài công lập đã tăng từ 5 trường (năm 1994) lên 60 trường (năm 2016). Trong giai đoạn 2013 – 2015, mỗi năm có khoảng 81.000 sinh

viên đăng ký vào các trường ngoài công lập, nay con số này chỉ còn 72.000 sinh viên. Thực trạng này cho thấy, các trường đại học ngoài công lập chưa thực sự hút được sinh viên. Nguyên nhân chính có thể do: *Một là*, mặc dù có sự phát triển nhanh về số lượng, nhưng các trường đại học ngoài công lập vẫn gặp nhiều khó khăn cả về cơ chế chính sách của Nhà nước khi phải cạnh tranh “không cân sức” giữa một bên là trường công lập có bề dày lịch sử và đang được Nhà nước hỗ trợ nhiều nguồn lực về đất đai, tài chính, trang thiết bị và nguồn lực. *Thứ hai*, theo tác giả Trần Khánh Đức (2010), chất lượng đào tạo đại học có sự phân biệt rõ rệt giữa các hệ chính qui và không chính qui, giữa trường công lập và ngoài công lập, giữa các trường công lập trọng điểm và công lập địa phương. Vì lẽ đó, học sinh PTTH vẫn ưu tiên lựa chọn các trường đại học công lập, những trường đại học có uy tín về học thuật. Hàng năm, những trường đại học công lập thuộc Top trên vẫn chiếm lợi thế tuyển sinh, ngược lại nhiều trường công lập chất lượng không tốt, trường đại học ngoài công lập vẫn gặp khó khăn khi thu hút sinh viên. *Thứ ba*, vấn đề tư duy bằng cấp. Các cơ sở tuyển dụng lao động có tâm lý và chế độ ưu tiên sinh viên trường đại học công lập, do vậy học sinh có xu hướng lựa chọn ưu tiên vào các trường đại học công lập bằng mọi cách.

4.1.3.2 Xu hướng lựa chọn trường đại học theo kết quả điểm

Học sinh PTTH dựa vào điểm sàn, điểm chuẩn, và kết quả kỳ thi THPT để đưa ra quyết định lựa chọn trường đại học phù hợp cho mình. Bắt đầu từ năm học 2015 - 2016, học sinh được lựa chọn trường đại học thông qua xét tuyển học bạ và xét tuyển theo kết quả đại học. Những thay đổi mới trong chính sách tuyển sinh đại học đã tạo điều kiện thuận lợi cho học sinh PTTH có nhiều cơ hội hơn để lựa chọn được trường đại học phù hợp nhất. Các trường đại học cũng chủ động và nỗ lực hơn trong việc thu hút học sinh. Với xu thế này, những học sinh có kết quả cao sẽ có nhiều cơ hội lựa chọn được nhiều trường TOP. Sự phân hóa trong phổ điểm đã hình thành nên những lợi thế nhất định đối với các trường thuộc TOP trên, thu hút được lượng lớn thí sinh có kết quả học tập tốt. Ngược lại, nhiều trường thuộc TOP dưới khá vất vả trong tuyển sinh đại học.

Chẳng hạn, tình huống điểm tuyển sinh năm 2017, dựa vào phổ điểm theo từng khối thi được Bộ GD & ĐT công bố công khai, rộng rãi trong cả nước, học sinh có căn cứ để so sánh phổ điểm của các năm, lực học của bản thân để tiên đoán mặt bằng điểm rồi quyết định chính xác sẽ lựa chọn trường đại học nào.

MỨC ĐIỂM	KHỐI A	KHỐI B	KHỐI C	KHỐI D	KHỐI A1
30	3	10	0	0	0
29 đến <30	214	342	0	0	38
28 đến 29	1186	1218	75	46	415
27 đến 28	3239	2272	529	629	1522
26 đến 27	5502	3276	1560	2500	3276
25 đến 26	8388	4429	3276	5714	5416
24 đến 25	11402	6478	5210	9838	8273
23 đến 24	15017	9436	7889	14565	11489
22 đến 23	18911	13065	11978	19368	15062
21 đến 22	22544	17360	17302	24460	19169
20 đến 21	25786	22079	24537	30496	22632
19 đến 20	28381	26360	32466	38012	26107
18 đến 19	29974	30328	40857	45565	28998
17 đến 18	30544	33129	47998	53680	30735
16 đến 17	30158	35155	52577	61188	31594
15 đến 16	29035	34887	54069	68273	31096
14 đến 15	26093	33096	50554	72181	29573
13 đến 14	24220	29637	43667	72482	26608
12 đến 13	21318	25474	35121	67547	23254
11 đến 12	18561	21277	26209	57814	19491
10 đến 11	16475	17383	17410	44341	16137
9 đến 10	14762	13585	10845	29970	12779
8 đến 9	12094	9658	6157	17455	9339
7 đến 8	7810	5506	2786	8555	5238
6 đến 7	3102	2080	1109	2903	1817
5 đến 6	712	448	318	716	353
4 đến 5	99	63	74	72	31
3 đến 4	14	13	80	5	5
2 đến 3	7	4	54	2	0
1 đến 2	1	1	7	1	0
0 đến 1	252	226	2	3	146
KHỐI XÉT TUYỂN	A	B	C	D	A1
PHỔ BIẾN NHẤT	16 đến 17	16 đến 17	15 đến 16	13 đến 14	16 đến 17
PHỔ BIẾN THỨ 2	17 đến 18	15 đến 16	16 đến 17	14 đến 15	15 đến 16
PHỔ BIẾN THỨ 3	18 đến 19	17 đến 18	17 đến 18	15 đến 16	17 đến 18

Hình 4.1: Phân tích phổ điểm theo từng khối thi từ dữ liệu chính thức của Bộ GD & ĐT

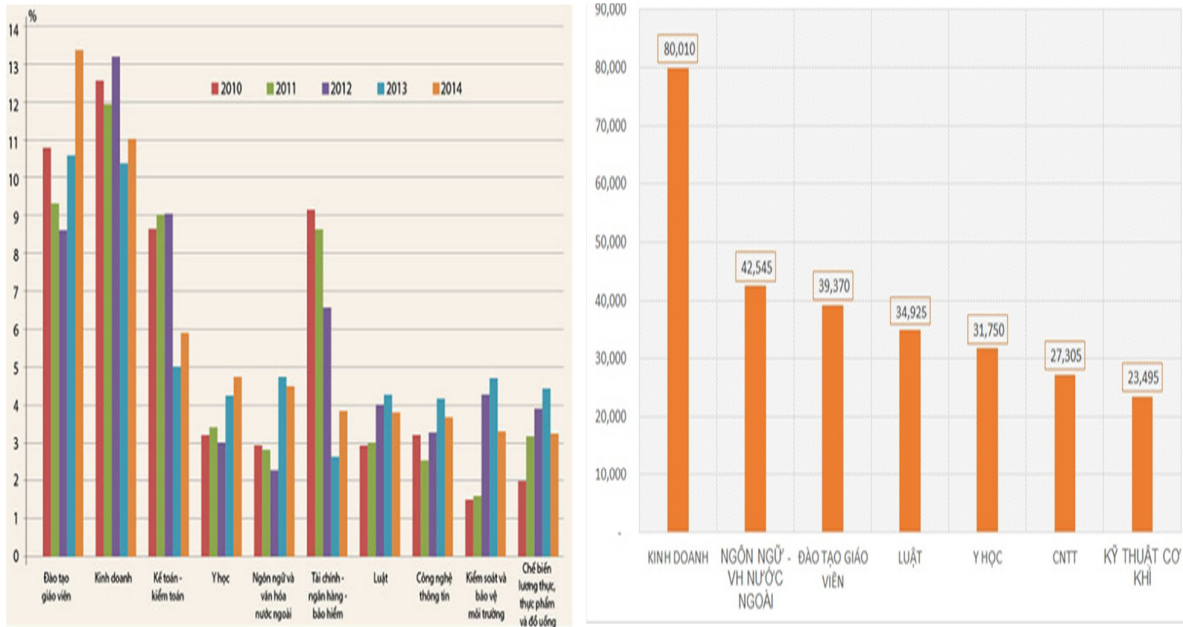
Nguồn: Bộ Giáo dục và Đào tạo

4.1.3.4 Xu hướng lựa chọn trường đại học theo ngành nghề ưa thích

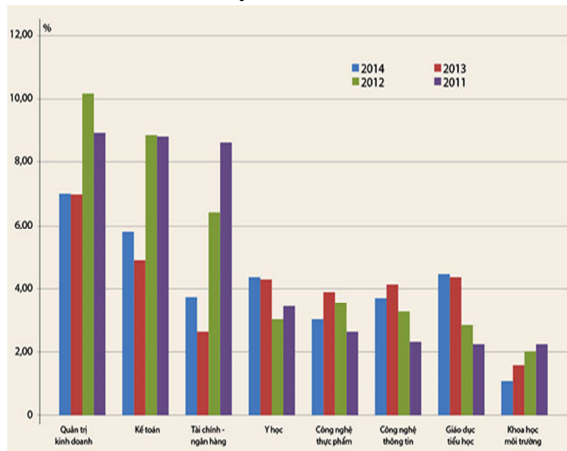
Theo khảo sát của Lê Thị Thanh Mai (2015) cho thấy trong giai đoạn 2009-2014, cả nước có khoảng 300 ngành học. Trong 10 ngành học được lựa chọn để khảo sát thì xu hướng lựa chọn của học sinh PTTH ưa thích được sắp xếp theo thứ tự từ cao xuống thấp như sau: là kinh doanh, kế toán, tài chính ngân hàng, y học, công nghệ thực phẩm, công nghệ thông tin, giáo dục tiểu học, khoa học môi trường.

Nhìn chung trong suốt giai đoạn từ 2010 - 2017, nhóm ngành được học sinh ưu tiên và có xu thế lựa chọn nhiều là quản trị kinh doanh, kế toán, luật, đào tạo giáo viên, ngôn ngữ văn hóa nước ngoài, y học, công nghệ thông tin. Trong đó các ngành được học sinh lựa chọn nhiều là Quản trị kinh doanh, kế toán, y đa khoa, công nghệ thông tin. Như vậy, về cơ bản, học sinh THPT đều có xu hướng lựa chọn nhóm ngành kinh tế là chủ yếu. Năm học 2016 -2017 có sự thay đổi nhỏ khi nhóm ngành kỹ thuật cơ khí

lọt vào danh sách 7 nhóm ngành được thí sinh lựa chọn nhiều nhất, đặc biệt là ngành kỹ thuật ô tô.

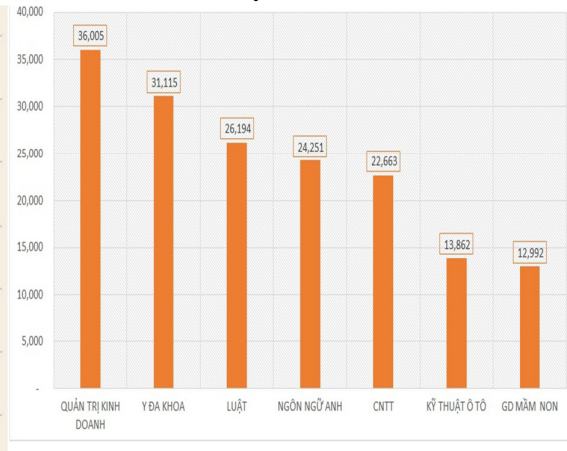


Giai đoạn 2010 -2014



Giai đoạn 2010 _2014

Năm học 2016 -2017



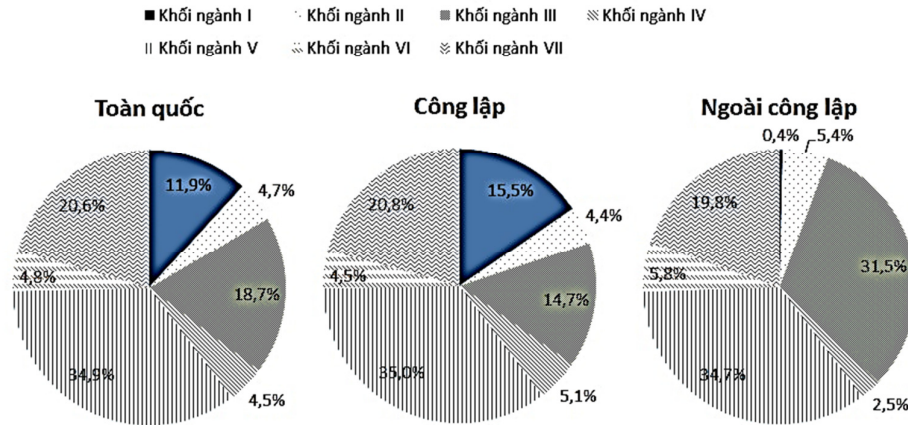
Năm học 2016 -2017

Hình 4.2: Các nhóm ngành được học sinh PTTH ưa thích nhất khi lựa chọn trường đại học

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp từ nghiên cứu của (Lê Thị Thanh Mai, 2015) và báo cáo của Bộ Giáo dục và Đào tạo 2017

Các số liệu thống kê của Bộ GD và ĐT cũng cho thấy, sự khác biệt trong xu hướng lựa chọn ngành học của học sinh THPT vào các trường đại học công lập và ngoài công lập. Cụ thể đối với học sinh THPT có mong muốn theo học tại các trường sư phạm thuộc khối ngành I (khoa học giáo dục và đào tạo giáo viên) chủ yếu lựa chọn các trường đại học công lập; Những học sinh theo khối ngành III (Kinh doanh và quản

lý, pháp luật) có xu hướng lựa chọn đều ở cả trường công lập và ngoài công lập, trong đó phần đông thuộc về các trường ngoài công lập.



Hình 4.3: Cơ cấu sinh viên theo nhóm ngành học

Nguồn: Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017)

4.1.3.5 Xu hướng lựa chọn trường đại học theo nhu cầu nguồn nhân lực

Theo thống kê nhóm ngành kinh doanh luôn được ưa thích trong khoảng thời gian từ 2009 - 2014. Thực tế là có đến 90 trường đại học có tuyển một/ nhiều ngành thuộc nhóm ngành này (quản trị kinh doanh, quản trị dịch vụ du lịch và lữ hành, quản trị khách sạn, quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống, marketing, bất động sản, kinh doanh quốc tế, kinh doanh thương mại, thương mại điện tử). Tuy nhiên, những thay đổi ở thị trường việc làm gần đây đã cho thấy một số ngành bão hòa như: quản trị kinh doanh, kế toán, ngân hàng... Theo quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội, giai đoạn 2016 - 2020 cơ cấu kinh tế của Việt Nam sẽ chuyển dịch theo hướng tăng tỉ trọng ngành dịch vụ (56,4-57,4%), ngành công nghiệp - xây dựng (41,6-42,6%), ngành nông - lâm - ngư nghiệp (0,94-0,95%). Bên cạnh đó, quy hoạch phát triển nhân lực Việt Nam giai đoạn 2011-2020, phần đầu tăng nhanh tỉ lệ nhân lực qua đào tạo trong nền kinh tế dưới các hình thức, trình độ khác nhau từ mức 40% năm 2010 lên mức 70% năm 2020, tỉ lệ nhân lực qua đào tạo ngành nông, lâm ngư nghiệp tăng tương ứng từ 15,5% lên 50%, ngành công nghiệp từ 78% lên 92%, ngành xây dựng từ 41% lên 56%, ngành dịch vụ tăng từ 67% lên 88%.

Những nhu cầu trên thị trường lao động có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh. Chẳng hạn, ngành quản trị kinh doanh vẫn luôn được coi là ngành hot, tuy nhiên với những dự báo dư thừa nguồn lao động trong lĩnh vực này,

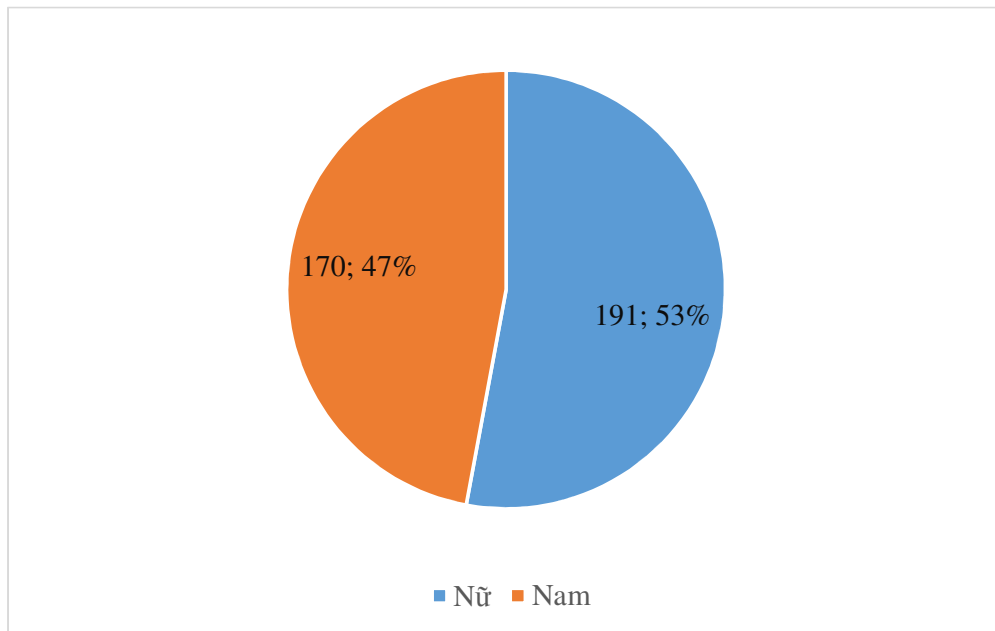
những năm gần đây số học sinh dự thi các ngành này có xu hướng giảm. Trong khi đó, một số ngành có học sinh ưa thích tăng lên nguyên nhân là do những dự báo tốt trên thị trường lao động chẳng hạn nhóm ngành ngôn ngữ và văn hóa nước ngoài, năm 2010 tỉ lệ thí sinh dự thi 2,93% (vị trí 11 trên tổng số 69 nhóm ngành) thì tỉ lệ này tăng dần đến 4,52% năm 2014 (vị trí 5). Điều này dẫn đến sự thay đổi trong quyết định lựa chọn trường của học sinh PTTH, học sinh có xu hướng dịch chuyển lựa chọn những trường có đào tạo các ngành nghề dễ xin việc trong tương lai.

4.2. Kết quả nghiên cứu định lượng chính thức về các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT

4.2.1 Mẫu nghiên cứu

Kết quả thu thập phiếu điều tra được tổng hợp như sau: Kết quả phát đi 500 điều tra chính thức thu về được 361 phiếu hợp lệ sử dụng cho nghiên cứu đạt tỷ lệ hồi đáp 72%. Trong đó, mẫu điều tra được phân loại theo các tiêu chí như sau:

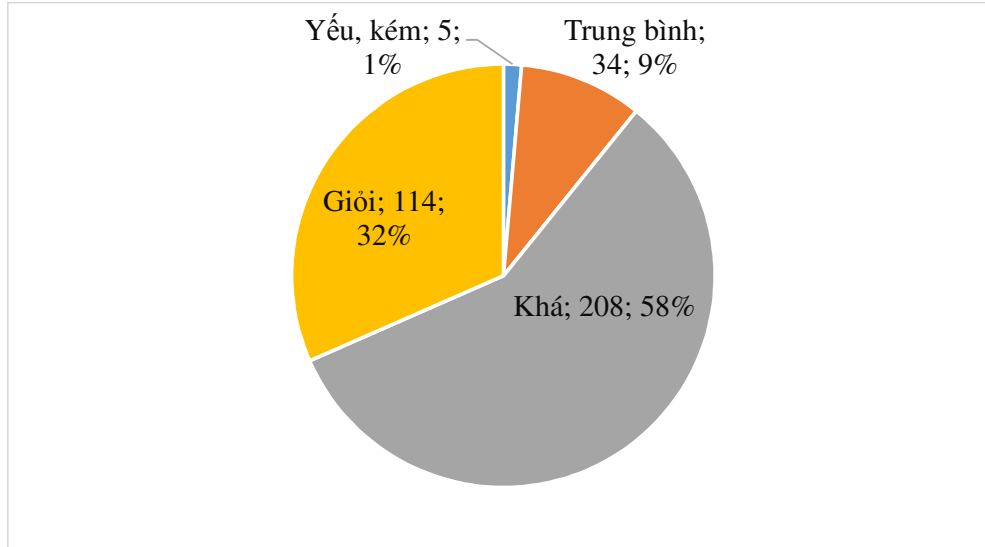
Về giới tính: Trong 361 học sinh được khảo sát tỷ lệ nam, nữ khá cân bằng với tỷ lệ nữ là 53% (191 học sinh) và nam là 47% (170 học sinh)



Hình 4.4 : Tỷ lệ học sinh theo giới tính trong mẫu khảo sát

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả 2016

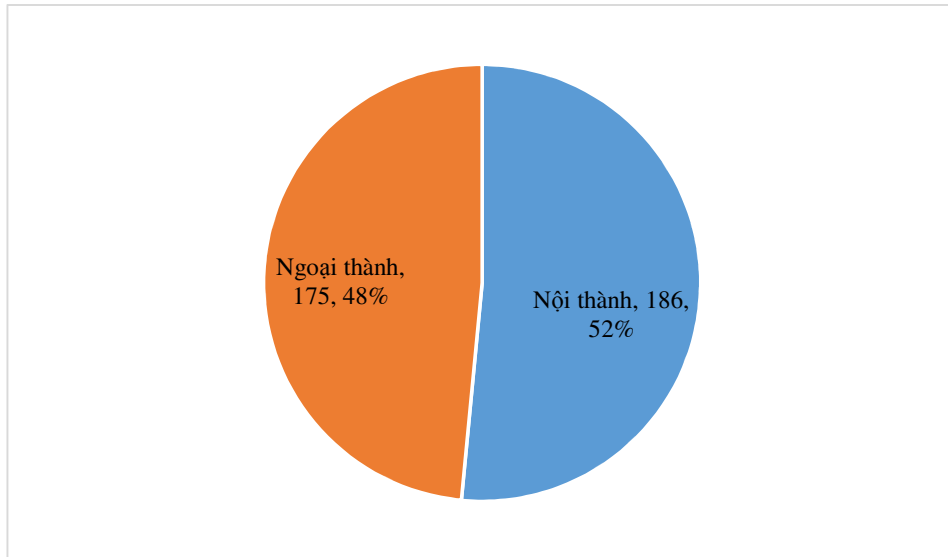
Về học lực: Tỷ lệ học sinh có học lực khá chiếm cao nhất với 208 học sinh (58%), tiếp đến là học sinh giỏi là 32% (114 học sinh), số học sinh học trung bình là 9% (34 học sinh) và 1% là học sinh yếu kém (Hình 4.4).



Hình 4.5: Tỷ lệ học sinh phân loại theo học lực

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả 2016

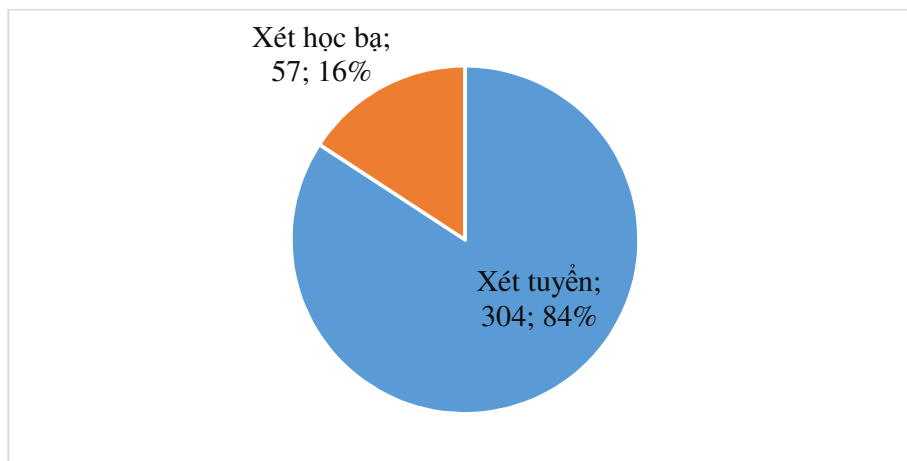
Phân loại trường theo khu vực: Kết quả cho thấy có 52% số học sinh học tại các trường nội thành (186 học sinh) và 48% học sinh học tại các trường ngoại thành (175 học sinh).



Hình 4.6: Tỷ lệ học sinh theo khu vực trường

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả 2016

Phân loại theo cách thức đăng ký xét tuyển: Tỷ lệ tham gia dự thi tốt nghiệp quốc gia xét tuyển đại học cao gấp hơn 5 lần so với xét tuyển học bạ với 304 học sinh THPT tham gia thi xét tuyển (84%) và chỉ có 57 học sinh đăng ký xét tuyển học bạ (16%)

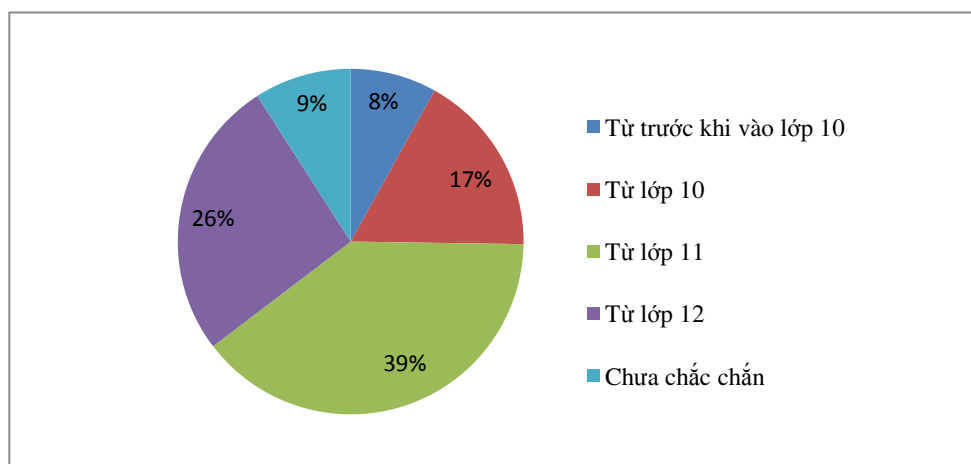


Hình 4.7: Tỷ lệ phân loại theo hình thức tuyển sinh

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả 2016

Liên quan đến ý định lựa chọn trường Đại học: số lượng học sinh có ý định lựa chọn trường Đại học công lập là 301 học sinh, chiếm 83,4% và số lượng học sinh có ý định lựa chọn trường Đại học ngoài công lập là 60 học sinh, chiếm 16,6%.

Liên quan đến thời điểm học sinh THPT suy nghĩ nghiêm túc về vấn đề lựa chọn trường đại học: Có 141 học sinh suy nghĩ tại thời điểm năm lớp 11 (chiếm 39%), lớp 12 là 95 học sinh (26%), lớp 10 là 62 học sinh (17%), chưa chắc chắn 33 học sinh (9%), và tỷ lệ thấp nhất là 8% (từ trước khi vào lớp 10).

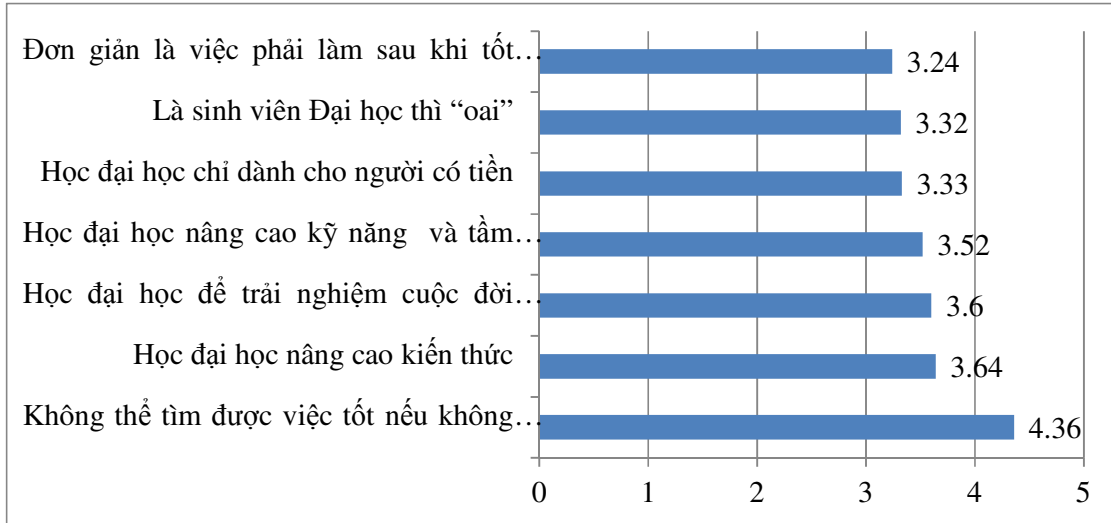


Hình 4.8: Tỷ lệ phân theo thời điểm học sinh suy nghĩ về vấn đề lựa chọn trường đại học

Nguồn: Số liệu khảo sát của tác giả 2016

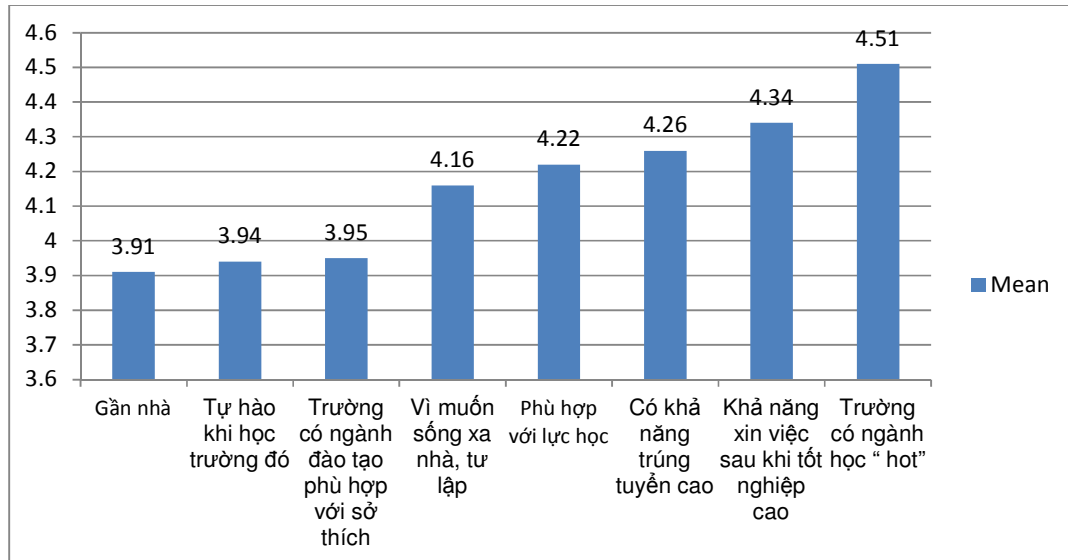
Liên quan đến vấn đề quan niệm về việc đi học đại học: Phần đông học sinh cho rằng việc lựa chọn đi học đại học vì tầm quan trọng của việc học đại học, không thể tìm

được việc tốt nếu không học đại học (4,36) và học đại học nâng cao kiến thức(3,64), để trải nghiệm cuộc đời sinh viên (3,60). Một số ít ý kiến đồng tình rằng học đại học đơn giản là việc phải làm sau khi tốt nghiệp (3,24) và là sinh viên đại học thì “oai”(3,32)



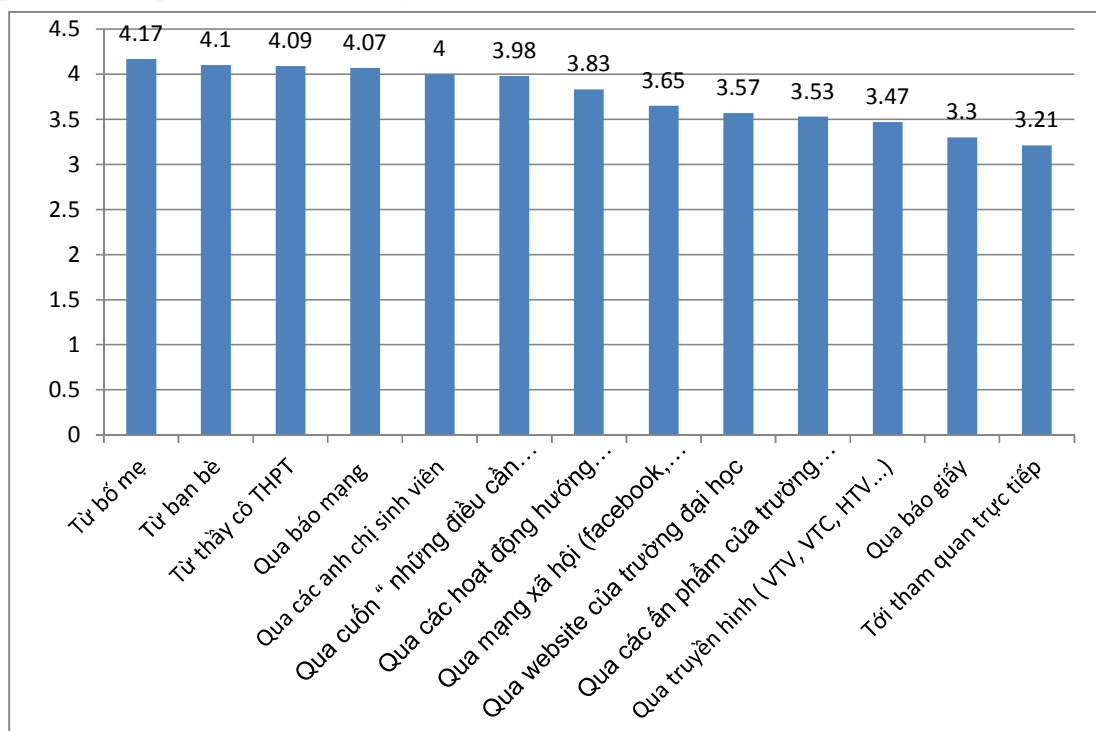
Hình 4.9: Thống kê mô tả giá trị trung bình quan niệm của học sinh THPT về việc đi học đại học

Liên quan đến lý do để lựa chọn một trường đại học nào đó để theo học. Điểm trung bình ở mức cao (trên 3.9 điểm) chủ yếu vì: trường có ngành học “hot” (4,51), khả năng xin việc sau khi tốt nghiệp cao (4,34), có khả năng trúng tuyển cao (4,26) và các lý do ít quan trọng là gần nhà (3,91), tự hào khi sống ở trường đó (3,94), trường có ngành đào tạo đúng sở thích.



Hình 4.10: Thống kê mô tả giá trị trung bình về lý do lựa chọn 1 trường đại học để theo học của học sinh THPT

Về mức độ nguồn thông tin hữu ích học sinh sử dụng trong quá trình lựa chọn trường chủ yếu từ bố mẹ (4.17), bạn bè (4.1), thầy cô (4,09), qua báo mạng (4,07, qua các anh chị sinh viên (4,0) đây là những chỉ số trung bình ở mức cao và rất cao. Điểm trung bình của các nguồn thông tin khác như qua truyền hình, qua báo giấy, tới tham quan trực tiếp đều có điểm trung bình lớn hơn 3.21



Hình 4.11: Thống kê mô tả giá trị trung bình của mức độ hữu ích các nguồn thông tin khi học sinh lựa chọn trường đại học

4.2.2 Đánh giá độ tin cậy của thang đo chính thức với hệ số Cronbach's Alpha

Theo kết quả kiểm định các thang đo đều có hệ số tương quan biến – tổng của các biến quan sát với các thang đo là tương đối cao lớn hơn 0.4. Điều này cho thấy các biến quan sát có sự tương quan khá tốt với tổng thể thang đo. Hệ số Cronbach – Alpha của các thang đo đều có giá trị trên mức 0.7, do đó các thang đo cho khảo sát chính thức đảm bảo độ tin cậy. Không có biến quan sát nào bị loại bỏ để làm tăng độ tin cậy của thang đo. Như vậy, các thang đo khảo sát đối với học sinh THPT đều đạt độ tin cậy cao, là điều kiện để tiến hành các phân tích tiếp theo.

Bảng 4.3: Tổng hợp độ tin cậy thang đo chính thức với hệ số Cronbach's Alpha

Thang đo	Mã thành phần thang đo	Tương quan biến tổng	Cronbach Alpha nếu bị loại biến	Cronbach alpha
Cảm nhận về chi phí	CCHP1	0.496	0.788	0.790
	CCHP2	0.647	0.713	
	CCHP3	0.636	0.722	
	CCHP4	0.624	0.726	
Cảm nhận về chương trình học	CCH1	0.647	0.84	0.859
	CCH2	0.721	0.819	
	CCH3	0.729	0.818	
	CCH4	0.626	0.843	
	CCH5	0.67	0.832	
Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực	CSVC1	0.416	0.813	0.797
	CSVC2	0.641	0.738	
	CSVC4	0.428	0.802	
	CSVC5	0.734	0.708	
	CSVC7	0.706	0.716	
Danh tiếng trường đại học	DTT1	0.555	0.579	0.708
	DTT2	0.569	0.561	
	DTT3	0.456	0.697	
Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học	TTT1	0.748	0.781	0.856
	TTT2	0.759	0.771	
	TTT3	0.682	0.842	
Chuẩn mực chủ quan	CCQ1	0.708	.	0.829
	CCQ2	0.708	.	
Lời khuyên của người khác	CNAH1	0.559	0.79	0.814
	CNAH2	0.619	0.772	
	CNAH3	0.65	0.763	
	CNAH4	0.537	0.796	
	CNAH5	0.649	0.764	
Quyết định lựa chọn trường	QD1	0.769	0.81	0.873
	QD2	0.758	0.822	
	QD3	0.747	0.832	

Nguồn: Tổng hợp từ nghiên cứu 2016

4.2.3 Phân tích nhân tố khám phá EFA

4.2.3.1 Phân tích nhân tố khám phá EFA nhóm biến độc lập

Kết quả phân tích khám phá nhân tố với các biến độc lập trong mô hình sau khi đã loại các biến quan sát có hệ số tải nhân tố nhỏ cho thấy kết quả khá tốt, phân tích khám phá nhân tố sử dụng với dữ liệu nghiên cứu là phù hợp. Trong đó hệ số KMO = 0.888, kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê ở mức 5%, tổng phương sai giải thích lớn hơn 50% (67.380%), các hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0.5 (Bảng 4.4). Các biến quan sát hình thành 07 nhân tố chính như mô hình lý thuyết.

Bảng 4.4: Tổng hợp hệ số phân tích nhân tố EFA biến độc lập

Biến quan sát	Thành phần chính						
	1	2	3	4	5	6	7
CSVC5	.847						
CSVC7	.846						
CSVC2	.684						
TTT1		.762					
TTT2		.703					
TTT3		.689					
DTT3			.714				
DTT1			.655				
DTT2			.534				
CCH2				.787			
CCH3				.770			
CCH1				.745			
CCH5				.728			
CCH4				.718			
CNAH3					.837		
CNAH2					.810		
CNAH1					.706		
CNAH5					.698		
CNAH4					.550		
CCHP2						.792	
CCHP3						.777	
CCHP4						.771	
CCHP1						.675	
CCQ2							.896
CCQ1							.871
KMO = 0.888							
p-value= 0.000							
Phương sai giải thích = 67.380%							

4.2.3.2 Phân tích nhân tố khám phá EFA nhóm biến phụ thuộc

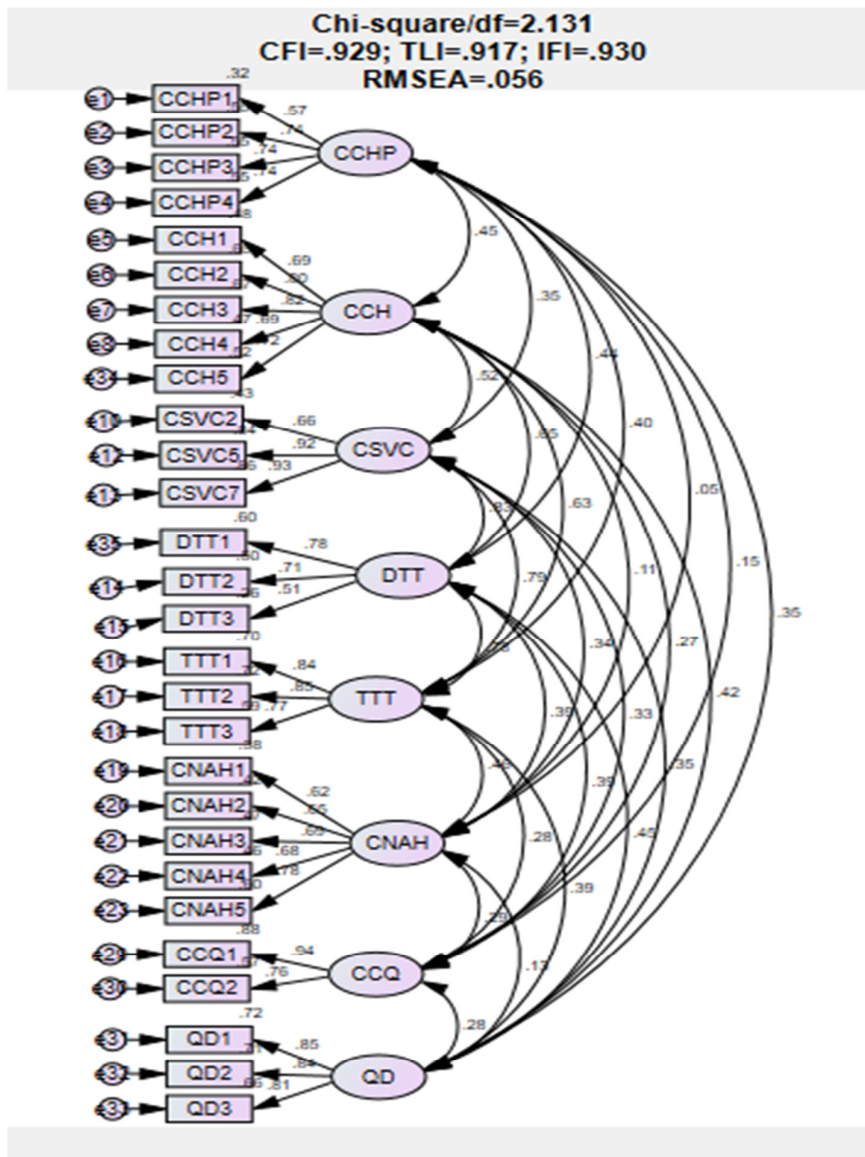
Đối với biến phụ thuộc, kết quả phân tích nhân tố với 3 biến quan sát đã hội tụ về 01 nhân tố, với hệ số các kiểm định KMO = 0.742, Sig = 0.000, phương sai trích đạt 79,92%, cho thấy khả năng hội tụ và biểu diễn tốt của các biến quan sát trong thang đo. Cụ thể được trình bày ở *Bảng 4.5*

Bảng 4.5: Tổng hợp hệ số phân tích nhân tố EFA biến quyết định lựa chọn

Biến quan sát	Hệ số tải
QD1	.900
QD2	.894
QD3	.888
KMO = 0.742 p-value = 0.000 Phương sai giải thích = 79.917	

Nguồn : Tác giả tổng hợp từ phân tích dữ liệu sơ cấp

4.2.4 Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)



Hình 4.12: Kết quả phân tích CFA với mô hình tối hạn

Nguồn: Kết quả phân tích với sự hỗ trợ của phần mềm AMOS

Trong phần này, tác giả sử dụng phân tích khẳng định nhân tố với mẫu nghiên cứu nghiên cứu chính thức (n=361) để đánh giá giá trị hội tụ, giá trị phân biệt và tính tương thích của mô hình đo lường lý thuyết với dữ liệu thực tế (dữ liệu thị trường). Kết quả phân tích CFA sau khi đã điều chỉnh các mối quan hệ khả dĩ giữa các biến quan sát trong mô hình qua chỉ báo của hệ số MI cho thấy: Chi-square/df = 2.131 nhỏ hơn 3, CFI = 0.929, TLI = 0.917, IFI = 0.930 đều lớn hơn 0.9, RMSEA = 0.056 nhỏ hơn 0.08. Điều đó cho thấy mô hình lý thuyết tương thích với dữ liệu thị trường (Hình 4.12)

Từ kết quả phân tích CFA với mô hình tối hạn, tác giả tổng hợp các hệ số phân tích trong Bảng 4.6

Bảng 4.6: Tổng hợp hệ số mô hình CFA của thang đo mô hình quyết định lựa chọn trường

Biến	Độ tin cậy tổng hợp	Tổng phương sai trích	Các chỉ tiêu
Cảm nhận về chi phí	0.79492	50%	Chi-square/df = 2.131 CFI = 0.929 TLI = 0.917 IFI = 0.930 RMSEA = 0.056
Cảm nhận về chương trình học	0.862655	56%	
Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực	0.879556	71%	
Danh tiếng trường đại học	0.708779	45%	
Lời khuyên của người khác	0.812989	47%	
Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học	0.858622	67%	
Chuẩn mực chủ quan	0.838263	72%	
Quyết định lựa chọn trường	0.874222	70%	

Nguồn: Kết quả phân tích với sự hỗ trợ của phần mềm AMOS

Kết quả đánh giá cho thấy độ tin cậy tổng hợp của các thang đo đều lớn hơn 0.7, phần lớn các nhân tố có phương sai trích lớn hơn 50%, có một số nhân tố có phương sai trích hơi nhỏ (nhỏ hơn 50%) nhưng vẫn lớn hơn 30% nên vẫn có thể chấp nhận được. Hay nói cách khác với dữ liệu chính thức các kiểm định cho thấy các nhân tố xây dựng được đều đạt tính tin cậy cần thiết của một khái niệm nghiên cứu.

Bảng 4.7: Trọng số CFA các nhân tố của mô hình tới hạn

Biến quan sát	Trọng số nhân tố	Biến quan sát	Trọng số nhân tố
1. Cảm nhận về chi phí		5. Danh tiếng trường đại học	
CCHP4	0.744	DTT3	0.511
CCHP3	0.742	DTT2	0.707
CCHP2	0.744	DTT1	0.777
CCHP1	0.568	6. Lời khuyên của người khác	
2. Cảm nhận về chương trình học		CNAH5	0.706
CCH5	0.725	CNAH4	0.589
CCH4	0.687	CNAH3	0.663
CCH3	0.818	CNAH2	0.632
CCH2	0.805	CNAH1	0.678
CCH1	0.69	7. Thông tin học học sinh nhận được từ trường đại học	
3. Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực		TTT3	0.77
CSVC7	0.928	TTT2	0.847
CSVC5	0.919	TTT1	0.836
CSVC2	0.659	8. Chuẩn mực chủ quan	
4. Quyết định lựa chọn trường		CCQ2	0.777
QD3	0.814	CCQ1	0.911
QD2	0.844	-	-
QD1	0.850	-	-

Nguồn: Kết quả phân tích với sự hỗ trợ của phần mềm AMOS

Để đánh giá giá trị phân biệt nghiên cứu sử dụng kiểm định hệ số tương quan giữa các quan hệ khác đơn vị (1). Phương pháp được sử dụng bằng kiểm định khoảng tin cậy 95% của các hệ số tương quan bằng bootstrap (bằng cả hai cách percentile method và bias – corrected percentile method). Kết quả phân tích từ dữ liệu cho thấy tất cả khoảng tin cậy 95% của các hệ số tương quan đều không chứa giá trị 1, điều đó cho thấy các nhân tố đạt giá trị phân biệt (Bảng 4.7)

Bảng 4.8: Kết quả kiểm định giá trị phân biệt của các nhân tố trong mô hình

Quan hệ tương quan		Hệ số tương quan	Khoảng tin cậy 95% (Percentile method)		Khoảng tin cậy 95% (Bias -corrected percentile method)		
			Cận dưới	Cận trên	Cận dưới	Cận trên	
CCHP	<-->	CCH	0.449	0.309	0.576	0.314	0.580
CCHP	<-->	CSVC	0.354	0.214	0.490	0.214	0.490
CCHP	<-->	DTT	0.438	0.292	0.582	0.293	0.582
CCHP	<-->	CNAH	0.046	-0.094	0.174	-0.09	0.178
CCHP	<-->	TTT	0.403	0.261	0.527	0.257	0.526
CCHP	<-->	CCQ	0.150	0.019	0.289	0.002	0.280
CCHP	<-->	QD	0.345	0.211	0.472	0.218	0.478
CCH	<-->	CSVC	0.516	0.391	0.632	0.391	0.636
CCH	<-->	DTT	0.653	0.521	0.773	0.523	0.774
CCH	<-->	CNAH	0.113	-0.041	0.253	-0.036	0.262
CCH	<-->	TTT	0.630	0.521	0.732	0.530	0.741
CCH	<-->	CCQ	0.272	0.133	0.399	0.135	0.400
CCH	<-->	QD	0.423	0.289	0.534	0.299	0.546
CSVC	<-->	DTT	0.833	0.747	0.905	0.744	0.903
CSVC	<-->	CNAH	0.344	0.181	0.472	0.204	0.49
CSVC	<-->	TTT	0.786	0.698	0.853	0.704	0.859
CSVC	<-->	CCQ	0.335	0.208	0.453	0.199	0.451
CSVC	<-->	QD	0.353	0.200	0.481	0.203	0.481
DTT	<-->	CNAH	0.393	0.196	0.544	0.203	0.546
DTT	<-->	TTT	0.776	0.679	0.86	0.681	0.862
DTT	<-->	CCQ	0.390	0.244	0.525	0.232	0.512
DTT	<-->	QD	0.446	0.28	0.584	0.288	0.585
CNAH	<-->	TTT	0.460	0.278	0.600	0.280	0.600
CNAH	<-->	CCQ	0.293	0.155	0.419	0.159	0.420
CNAH	<-->	QD	0.132	-0.045	0.295	-0.039	0.300
TTT	<-->	CCQ	0.280	0.136	0.414	0.126	0.409
TTT	<-->	QD	0.387	0.256	0.505	0.257	0.512
CCQ	<-->	QD	0.282	0.133	0.409	0.142	0.422

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm AMOS

Để đánh giá lại tính tin cậy của thang đo các nhân tố trong mô hình tác giả tiếp tục sử dụng hệ số tin cậy tổng hợp và phương sai trích từng nhân tố từ phân tích mô hình tới hạn để đánh giá. Kết quả đánh giá cho thấy độ tin cậy tổng hợp của các thang đo đều lớn hơn 0.7, phần lớn các nhân tố có phương sai trích lớn hơn 50%, có một số nhân tố có phương sai trích hơi nhỏ (nhỏ hơn 50%) nhưng vẫn lớn hơn 30% nên vẫn có thể chấp nhận được. Hay nói cách khác với dữ liệu chính thức các kiểm định cho thấy các nhân tố xây dựng được đều đạt tính tin cậy cần thiết của một khái niệm nghiên cứu.

Bảng 4.9: Hệ số tin cậy tổng hợp và phương sai trích các nhân tố trong mô hình¹

Biến quan sát	λ	λ^2	$1 - \lambda^2$	Độ tin cậy tổng hợp	Phương sai trích AVE
Cảm nhận về chi phí					
CCHP4	0.744	0.554	0.446	0.795	50%
CCHP3	0.742	0.551	0.449		
CCHP2	0.744	0.554	0.446		
CCHP1	0.568	0.323	0.678		
Tổng	2.7980	1.980	2.020		
Cảm nhận về chương trình học					
CCH5	0.725	0.526	0.474	0.863	56%
CCH4	0.687	0.472	0.528		
CCH3	0.818	0.669	0.331		
CCH2	0.805	0.648	0.352		
CCH1	0.69	0.476	0.524		
Tổng	3.72500	2.791	2.210		
Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực					
CSVC7	0.928	0.862	0.139	0.880	71%
CSVC5	0.919	0.845	0.155		
CSVC2	0.659	0.434	0.566		
Tổng	2.506	2.140	0.860		
Danh tiếng của trường					
DTT3	0.511	0.261	0.739	0.709	45%
DTT2	0.707	0.500	0.500		
DTT1	0.777	0.604	0.397		
Tổng	1.995	1.365	1.635		
Lời khuyên của người khác					
CNAH5	0.776	0.602	0.398	0.813	47%
CNAH4	0.68	0.462	0.538		
CNAH3	0.685	0.469	0.531		
CNAH2	0.646	0.417	0.583		
CNAH1	0.618	0.382	0.619		

¹ Độ tin cậy tổng hợp được tính theo công thức:

$$\alpha = \frac{(\sum_{i=1}^p \lambda_i)^2}{(\sum_{i=1}^p \lambda_i)^2 + \sum_{i=1}^p (1 - \lambda_i^2)}$$

Phương sai trích được tính theo công thức:

$$\rho_{vc} = \frac{\sum_{i=1}^p \lambda_i^2}{\sum_{i=1}^p \lambda_i^2 + \sum_{i=1}^p (1 - \lambda_i^2)}$$

Trong đó λ_i là trọng số chuẩn hóa của biến quan sát i trong nhân tố

Tổng	3.4050	2.333	2.668		
Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học					
TTT3	0.77	0.593	0.407	0.859	67%
TTT2	0.848	0.719	0.281		
TTT1	0.835	0.697	0.303		
Tổng	2.4530	2.001	0.991		
Chuẩn mực chủ quan					
CCQ2	0.756	0.572	0.428	0.838	72%
CCQ1	0.936	0.876	0.124		
Tổng	1.692	1.447	0.552		
Quyết định lựa chọn trường					
QD3	0.814	0.663	0.337	0.874	70%
QD2	0.843	0.711	0.289		
QD1	0.85	0.723	0.278		
Tổng	2.507	2.096	0.904		

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm AMOS và excel

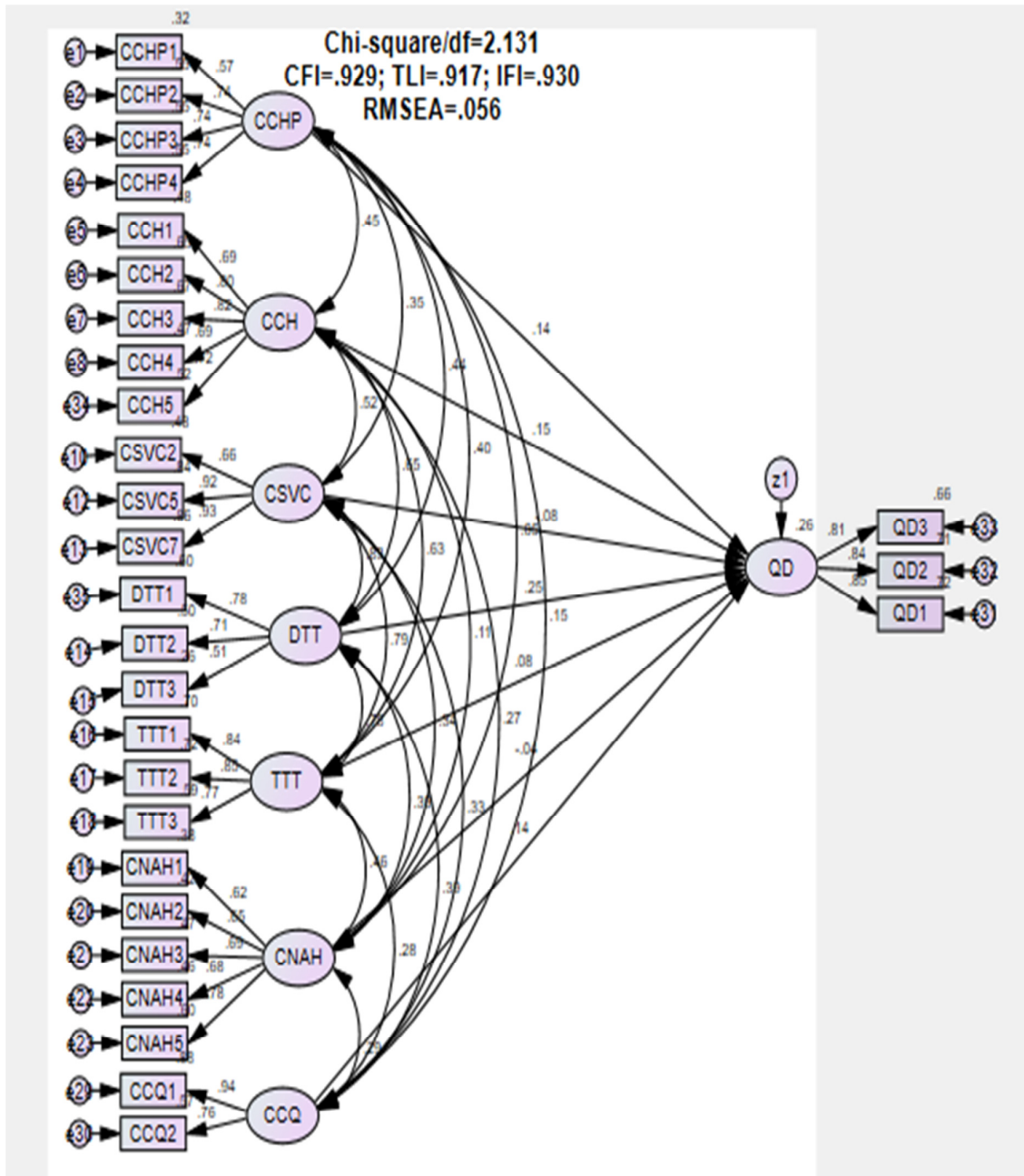
Như vậy, sau khi phân tích CFA cho thấy các thành phần của thang đo đều đạt giá trị hội tụ, giá trị phân biệt và đạt yêu cầu về giá trị cũng như độ tin cậy. Cuối cùng, 07 thành phần biến độc lập là *cảm nhận về chi phí, cảm nhận về chương trình học, cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực, thông tin học sinh nhận được từ trường đại học, danh tiếng trường đại học, chuẩn mực chủ quan, lời khuyên của người khác* và 01 biến phụ thuộc *quyết định lựa chọn trường* được chấp nhận.

4.2.5 Kết quả đánh phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Theo như phân phân tích ở trên về hệ số Cronbach Alpha, EFA, CFA đã khẳng định những thang đo trong mô hình lý thuyết nghiên cứu được đánh giá và cho kết quả là phù hợp. Phần này sẽ thực hiện kiểm định mô hình lý thuyết cùng các giả thuyết cho các khái niệm trong mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Tiếp theo để đánh giá tính thích hợp và vững của mô hình ước lượng cuối cùng tác giả sử dụng phương pháp kiểm định bootstrap (lấy mẫu có hoàn lại) để đánh giá với cỡ mẫu có hoàn lại là 1000 mẫu.

4.2.5.1 Kiểm định mô hình lý thuyết quyết định lựa chọn trường đại học

Kết quả phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính sau khi đã điều chỉnh một số quan hệ khả dĩ giữa các sai số của các biến quan sát trong các nhân tố cho thấy: Chi – square/df = 2.131 nhỏ hơn 3, CFI = 0.929, TLI = 0.917, IFI = 0.930 lớn hơn 0.9, RMSEA = 0.056 nhỏ hơn 0.08 (Hình 4.13). Điều này cho thấy mô hình tương thích với dữ liệu thực tế (thị trường).



Hình 4.13: Phân tích mô hình SEM (chuẩn hóa)

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm AMOS

Kết quả ước lượng cho thấy các biến *cảm nhận về chi phí (CCHP)*, *cảm nhận về chương trình học (CCH)*, *danh tiếng trường đại học (DTT)* và *chuẩn mực chủ quan (CCQ)* có ý nghĩa thống kê ở mức dưới 10% .

Tức là từ dữ liệu nghiên cứu có bằng chứng cho rằng *cảm nhận về chi phí*, *cảm nhận về chương trình học*, *danh tiếng trường đại học* và *chuẩn mực chủ quan* có ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn trường của học sinh THPT.

Bảng 4.10: Tác động của các nhân tố tới quyết định lựa chọn trường

Quan hệ các biến			Hệ số chưa chuẩn hóa	Hệ số chuẩn hóa	S.E.	C.R.	p-value	Ghi chú
CCHP	→	QD	0.133	0.138	0.066	2.012	0.044	< 0.05
CCH	→	QD	0.146	0.152	0.083	1.764	0.078	< 0.1
DTT	→	QD	0.362	0.271	0.139	2.601	0.009	<0.05
TTT	→	QD	0.031	0.031	0.119	0.259	0.796	-
CNAH	→	QD	-0.04	-0.036	0.082	-0.486	0.627	-
CSVC	→	QD	-0.066	-0.082	0.120	-0.549	0.583	-
CCQ	→	QD	0.12	0.128	0.058	2.059	0.040	<0.05

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm AMOS

Mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tới quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh cũng khác nhau. Trong đó ảnh hưởng lớn nhất thuộc về nhân tố *danh tiếng trường đại học* ($\beta_{\text{chuẩn hóa}} = 0.271$), tiếp đến là nhân tố *cảm nhận về chương trình học* ($\beta_{\text{chuẩn hóa}} = 0.152$), *cảm nhận về chi phí* ($\beta_{\text{chuẩn hóa}} = 0.138$) và cuối cùng là *chuẩn mực chủ quan* ($\beta_{\text{chuẩn hóa}} = 0.128$).

4.2.5.2 Kiểm định độ tin cậy của mô hình với phương pháp Bootstrap

Để đánh giá tính vững của mô hình luận án này, tác giả sử dụng phân tích bootstrap với cỡ mẫu có hoàn lại là 1000. Kết quả cho thấy chênh lệch ước lượng của mẫu gốc với trung bình ước lượng của các mẫu tạo bằng bootstrap rất nhỏ (Bias và SE – Bias rất nhỏ), điều đó cho thấy kết quả phân tích từ dữ liệu đảm bảo tính tin cậy và có thể sử dụng để suy diễn cho tổng thể.

Bảng 4.11 dưới đây, kết quả ước lượng mô hình có thể thấy, sự chênh lệch của các hệ số trong mô hình với 1.000 quan sát là rất nhỏ. Điều này cho thấy mô hình vẫn có ý nghĩa đối với cỡ mẫu lớn, do đó ước lượng mô hình là đáng tin cậy.

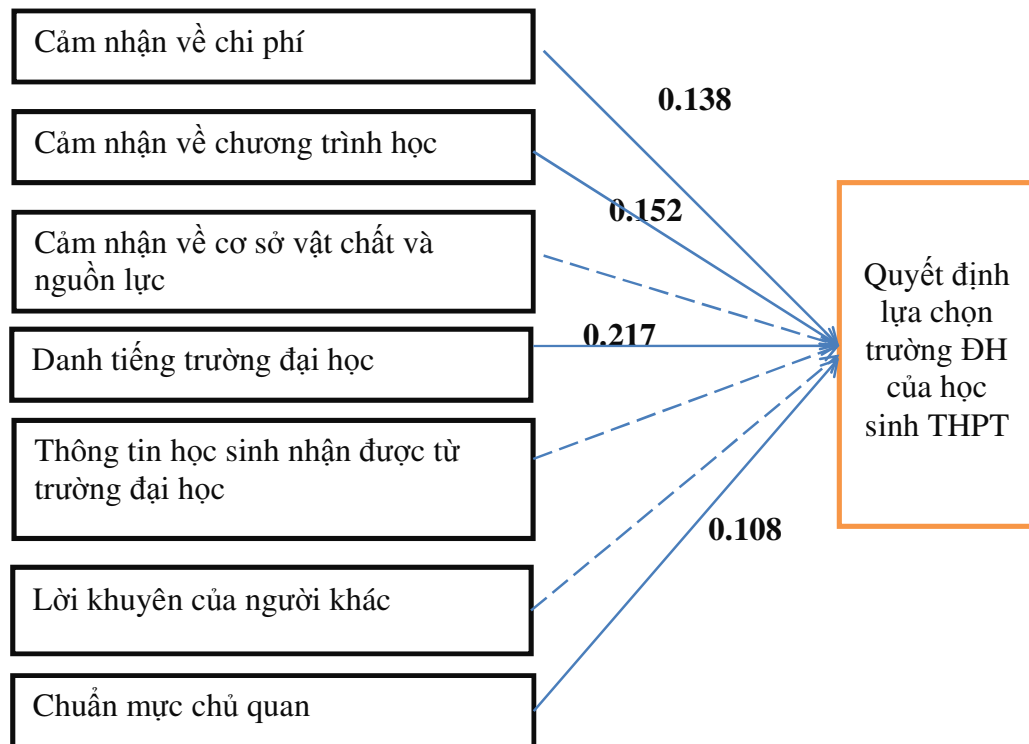
Bảng 4.11: Kết quả phân tích bằng bootstrap để đánh giá tính vững của mô hình

Mối quan hệ			Ước lượng	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias
CCHP	→	QD	0.144	0.083	0.002	0.137	-0.002	0.003
CCH	→	QD	0.153	0.124	0.003	0.138	-0.007	0.004
CSVC	→	QD	-0.082	0.157	0.004	-0.076	-0.01	0.005
DTT	→	QD	0.249	0.397	0.009	0.401	0.008	0.013
TTT	→	QD	0.083	0.165	0.004	0.093	0.01	0.005
CNAH	→	QD	-0.04	0.104	0.002	-0.047	-0.003	0.003
CCQ	→	QD	0.138	0.069	0.002	0.124	-0.005	0.002

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm AMOS

4.2.5.3 Kết quả kiểm định giả thuyết trong mô hình lý thuyết

Như kết quả ước lượng mô hình lý thuyết và Bootstrap trong mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) đã trình bày ở trên cho thấy các mối quan hệ được giả thuyết trong mô hình lý thuyết có mức ý nghĩa P-value biến thiên từ 0.000 đến 0.01 đạt mức ý nghĩa cần thiết (độ tin cậy 90%). Kết quả cho thấy, các kiểm định về sự ảnh hưởng của các nhân tố tới quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT có độ tin cậy cao. Điều này khẳng định các giả thuyết ban đầu H1, H2, H4, H7 được chấp nhận. Các giả thuyết còn lại H3, H5, H6 bị bác bỏ.



Hình 4.14: Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính

4.2.5.4 Kiểm định sự ảnh hưởng của các biến điều tiết

Để kiểm định sự khác biệt về các ảnh hưởng của các nhân tố tới quyết định lựa chọn trường theo một số biến phân loại tác giả sử dụng phân tích đa nhóm. Nhóm theo học lực được chia thành hai nhóm là học lực trung bình trở xuống và nhóm khá, giỏi. Kết quả phân tích mô hình khả biến chia theo nhóm (ước lượng các hệ số Beta cho từng nhóm) cho thấy đối với nhóm học sinh có học lực trung bình trở xuống quyết định lựa chọn trường chủ yếu chịu ảnh hưởng của *chuẩn mực chủ quan* ($p\text{-value} < 0.05$), các biến còn lại không cho thấy có ý nghĩa thống kê. Trong khi đó, đối với nhóm học sinh khá, giỏi *chuẩn mực chủ quan* lại không cho thấy có ảnh hưởng tới quyết định chọn trường, các nhân tố ảnh hưởng lớn nhất thuộc về

nhóm danh tiếng trường đại học và cảm nhận về chương trình học. Kết quả phân tích với mô hình bất biến cho thấy tất cả các nhân tố đều có ảnh hưởng tới quyết định chọn trường của học sinh THPT.

Bảng 4.12: Kết quả phân tích đa nhóm theo học lực học sinh

Quan hệ các biến			Beta chưa chuẩn hóa	S.E.	C.R.	p-value
Nhóm trung bình và dưới trung bình						
CCHP	→	QD	0.358	0.283	1.264	0.206
CCH	→	QD	0.200	0.141	1.424	0.155
DTT	→	QD	-0.158	0.373	-0.423	0.672
CCQ	→	QD	0.615	0.168	3.657	0.000
Nhóm khá, giỏi						
CCHP	→	QD	0.070	0.072	0.970	0.332
CCH	→	QD	0.190	0.096	1.971	0.049
DTT	→	QD	0.411	0.155	2.661	0.008
CCQ	→	QD	0.030	0.061	0.497	0.619
Mô hình bất biến (không phân biệt nhóm)						
CCHP	→	QD	0.132	0.068	1.925	0.054
CCH	→	QD	0.139	0.082	1.695	0.090
DTT	→	QD	0.364	0.139	2.614	0.009
CCQ	→	QD	0.123	0.057	2.150	0.032

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm AMOS

Kết quả kiểm định lựa chọn mô hình cho thấy p-value của kiểm định Chi – square lớn hơn 0.05. Hay nói cách khác lựa chọn mô hình bất biến. Điều này cho thấy có sự khác biệt về quyết định lựa chọn trường theo học lực của học sinh.

Bảng 4.13: Kết quả kiểm định lựa chọn mô hình theo học lực

Các mô hình	Chi-square	Bậc tự do
Mô hình bất biến	308.945	222
Mô hình khả biến	307.921	218
Chênh lệch	1.024	4
Mức ý nghĩa (p-value)	0.906	
Kết luận	Lựa chọn mô hình bất biến	

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm AMOS

Như vậy, theo phân tích ở phía trên, giả thuyết H4.1; H7.1 được chấp nhận.

4.3 Kết quả nghiên cứu bổ sung

4.3.1 Phân tích mức độ đánh giá của học sinh với các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn trường đại học

Tác giả sử dụng kết quả Mean nhằm phân tích mức độ đánh giá của học sinh với các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn trường

Đối với nhân tố *cảm nhận về chi phí* có điểm đánh giá khá tốt với điểm trung bình là 3.871 (SD = 0.847) và khoảng dao động giữa các mẫu từ 3.783 đến 3.959 trên thang đo 5 điểm. Trong đó, khía cạnh được đánh giá cao nhất ở các trường lựa chọn là *chính sách hỗ trợ tài chính như học bổng, trợ cấp hay vay ưu đãi* (Mean = 4.139; SD = 1.018) và thấp nhất ở khía cạnh *chính sách học phí hợp lý* (Mean = 3.687; SD = 1.064)

Đối với nhân tố *cảm nhận chương trình học* học sinh THPT đã lựa chọn điểm đánh giá chung cũng khá cao với điểm trung bình là 3.744 (SD = 0.912) và khoảng dao động giữa các mẫu từ 3.650 đến 3.838. Trong đó, khía cạnh được đánh giá cao nhất là *trường có chương trình học chuyên sâu/nâng cao phù hợp với nhu cầu của học sinh* (Mean = 3.823; SD = 1.076) và thấp nhất ở khía cạnh *các khóa học/môn học với nội dung và cấu trúc đa dạng để học sinh lựa chọn* (Mean = 3.560)

Đối với nhân tố *cảm nhận cơ sở vật chất và nguồn lực* đáp ứng người học từ các học sinh khá tốt với điểm trung bình là 3.894 (SD = 0.944) và khoảng dao động giữa các mẫu từ 3.796 đến 3.991 điểm trên thang đo 5 điểm. Trong đó, khía cạnh được đánh giá cao nhất là *đội ngũ giảng viên giàu kinh nghiệm, chất lượng cao* (Mean = 3.958; SD = 1.068) và thấp nhất ở khía cạnh *môi trường khuyến khích học tập cho sinh viên* (Mean = 3.770; SD = 1.062)

Đối với nhân tố *Danh tiếng trường đại học* được đánh giá ở mức khá với điểm trung bình là 3.885 (SD = 0.834) khoảng dao động giữa các mẫu từ 3.798 đến 3.971. Trong đó, khía cạnh được đánh giá cao nhất là *trường có các chương trình học được công nhận/đánh giá cao về học thuật* (Mean = 4.047; SD = 0.986) và thấp nhất ở khía cạnh *trường có các chương trình học chất lượng, uy tín* (Mean = 3.715; SD = 1.061)

Đối với nhân tố *Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học* cũng được đánh giá ở mức khá tốt với điểm trung bình là 3.785 (SD = 0.929) mức độ dao động giữa các mẫu từ 3.689 đến 3.881 trên thang điểm Likert 5 điểm. Trong đó, điểm đánh giá cao nhất thuộc về khía cạnh “trường có các thông tin liên quan đến bậc sau đại học

hoặc các khóa học để học ở bậc cao hơn” (Mean = 3.795; SD = 1.042) và thấp nhất ở khía cạnh “trường có các thông tin liên quan đến lĩnh vực học tập, nghiên cứu của sinh viên” (Mean = 3.795; SD = 1.042)

Đối với nhân tố *lời khuyên của người khác* có ảnh hưởng khá nhỏ tới quyết định lựa chọn trường của học sinh với điểm trung bình là 3.136 (SD = 0.859) mức dao động giữa các mẫu từ 3.047 đến 3.225. Trong đó, khía cạnh được đánh giá cao nhất là *lời khuyên của các bạn đã là sinh viên đại học* (Mean = 3.396; SD = 1.106) và thấp nhất ở khía cạnh *dựa vào lời khuyên của bạn bè* (Mean = 2.945; SD = 1.146) và *dựa vào lời khuyên của bạn bè cùng lớp* (Mean = 2.945; SD = 1.170)

Đối với nhân tố *chuẩn mực chủ quan* được đánh giá chỉ ở mức trung bình thấp với điểm đánh giá trung bình là 3.496 (SD = 1.018) mức độ dao động giữa các mẫu từ 3.390 đến 3.601 trên thang Likert 5 điểm. Trong đó, điểm đánh giá cao nhất là khía cạnh *tin tưởng những người quan trọng nhất sẽ khuyên/khuyến khích chọn trường mà học sinh lựa chọn* (Mean = 3,504; SD = 1.083) và thấp hơn ở khía cạnh *những người tham khảo đều ủng hộ lựa chọn trường mà học sinh lựa chọn* (Mean = 3.488; SD = 1.121)

Bảng 4.14: Mức độ đánh giá của học sinh với các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn trường

Chỉ tiêu đánh giá	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Khoảng tin cậy 95%	
			Cận dưới	Cận trên
Chính sách học phí hợp lý	3.687	1.064	3.577	3.797
Chi phí sinh hoạt hợp lý	3.856	1.138	3.738	3.974
Có chính sách hỗ trợ tài chính (học bổng, trợ cấp, khoản vay ưu đãi...)	4.139	1.018	4.033	4.244
Chế độ thu các khoản phí (học phí ...) linh hoạt	3.803	1.102	3.689	3.917
<i>Đánh giá chung về cảm nhận chi phí</i>	3.871	0.847	3.783	3.959
Các chương trình học (nội dung và cấu trúc) đa dạng để học sinh lựa chọn	3.560	1.246	3.431	3.689
Điều kiện để đăng ký đầu vào linh hoạt	3.820	1.087	3.707	3.932
Các chương trình học chuyên sâu/ nâng cao phù hợp với nhu cầu của học sinh	3.823	1.076	3.711	3.934
Chương trình học với nhiều nội dung thực tiễn	3.753	1.129	3.637	3.870
Cho phép linh hoạt khi chuyển chương trình học/ chuyển môn/ chuyển ngành	3.765	1.151	3.645	3.884
<i>Đánh giá chung về cảm nhận về chương trình học</i>	3.744	0.912	3.650	3.838
Môi trường khuyến khích học tập cho sinh viên	3.770	1.062	3.660	3.880

Chỉ tiêu đánh giá	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Khoảng tin cậy 95%	
			Cận dưới	Cận trên
Các nguồn lực cần thiết để đáp ứng nhu cầu học tập của sinh viên	3.953	1.062	3.843	4.063
Đội ngũ cán bộ, giảng viên giàu kinh nghiệm, chất lượng cao	3.958	1.068	3.848	4.069
<i>Đánh giá chung về cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực</i>	3.894	0.944	3.796	3.991
Trường có danh tiếng về học thuật	3.892	1.099	3.778	4.006
Trường có các chương trình học chất lượng, uy tín	3.715	1.061	3.605	3.825
Trường có các chương trình học được công nhận/ đánh giá cao về giá trị học thuật	4.047	0.986	3.945	4.149
<i>Đánh giá chung về danh tiếng nhà trường</i>	3.885	0.834	3.798	3.971
các thông tin liên quan đến cơ hội nghề nghiệp cho sinh viên	3.781	1.062	3.671	3.891
các thông tin liên quan đến lĩnh vực học tập/ nghiên cứu của sinh viên	3.778	1.060	3.669	3.888
các thông tin liên quan đến bậc sau đại học hoặc các khóa học để học bậc cao hơn	3.795	1.042	3.687	3.903
<i>Đánh giá chung về thông tin học sinh nhận được từ trường đại học</i>	3.785	0.929	3.689	3.881
Lời khuyên bố mẹ	3.091	1.152	2.972	3.211
lời khuyên của bạn bè	2.945	1.146	2.826	3.063
Lời khuyên của các bạn cùng lớp	2.945	1.170	2.823	3.066
Lời khuyên của các bạn đã là sinh viên đại học (cựu sinh viên)	3.396	1.106	3.282	3.511
Lời khuyên của các bạn đang là sinh viên	3.305	1.101	3.191	3.419
<i>Đánh giá chung về lời khuyên của người khác</i>	3.136	0.859	3.047	3.225
Tôi tin, những người quan trọng nhất đối với tôi sẽ khuyên/ khuyến khích tôi lựa chọn trường đại học X	3.504	1.083	3.392	3.616
Hầu hết, những người tôi tham khảo đều ủng hộ tôi chọn trường đại học X	3.488	1.121	3.372	3.604
<i>Đánh giá chung về chuẩn mực chủ quan</i>	3.496	1.018	3.390	3.601

Nguồn: Tính toán của tác giả với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS

Như vậy, dựa trên kết quả điểm trung bình, bảng xếp hạng các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT theo thứ tự từ cao xuống thấp là: Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực, danh tiếng trường đại học, cảm nhận về chi phí, thông tin học sinh nhận được từ trường đại học, cảm nhận về chương trình học, chuẩn mực chủ quan

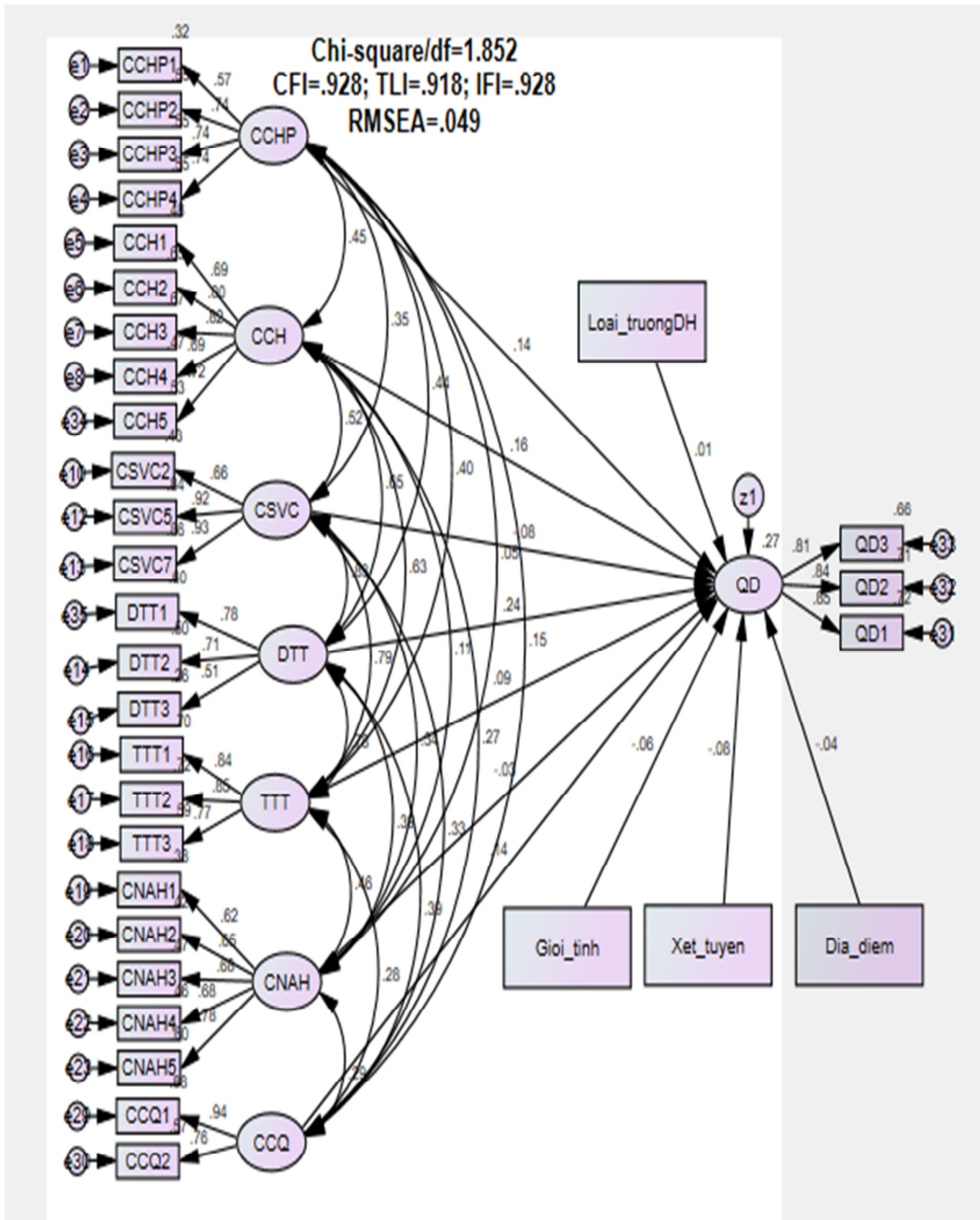
Bảng 4.15: Mức độ đánh giá của học sinh với các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn trường

Tiêu chí	Mean	Xếp hạng
Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực	3.894	1
Danh tiếng trường đại học	3.885	2
Cảm nhận về chi phí	3.871	3
Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học	3.785	4
Cảm nhận về chương trình học	3.744	5
Chuẩn mực chủ quan	3.496	6
Lời khuyên của người khác	3.136	7

Nguồn: tác giả tổng hợp từ kết quả phân tích 2016

4.3.2 Phân tích mô hình có biến kiểm soát

Kết quả phân tích mô hình với bốn biến kiểm soát là loại trường đại học (công lập – dân lập), giới tính học sinh (nam – nữ), hình thức xét tuyển đại học (xét tuyển qua kỳ thi quốc gia – xét tuyển dựa vào học bạ); địa điểm (ngoại thành/ nội thành) cho thấy mô hình tương thích với dữ liệu thực tế: Chi-square/df = 1.852 nhỏ hơn 3, CFI = 0.928; TLI = 0.918; IFI = 0.928 lớn hơn 0.9, RMSEA = 0.049 nhỏ hơn 0.08.



Hình 4.15: Mô hình với các biến kiểm soát

Kết quả ước lượng từ dữ liệu khảo sát cho thấy chỉ có một biến hình thức xét tuyển (Xet_tuyen) có ảnh hưởng tới ý định lựa chọn trường đại học của học sinh phổ thông ở mức ý nghĩa 10% ($p\text{-value} = 0.099 < 0.1$). Kết quả cho thấy trong các điều kiện khác như nhau ý định lựa chọn trường đại học của học sinh dự kiến lựa chọn hình thức xét tuyển bằng học bạ thấp hơn so với học sinh lựa chọn xét tuyển qua kỳ thi tuyển PTTH quốc gia hơn 0.1 điểm (0.178).

Bảng 4.16: Hệ số hồi quy khi phân tích có biến kiểm soát

Quan hệ các biến			Hệ số chưa chuẩn hóa	Hệ số chuẩn hóa	S.E.	C.R.	p-value
CCHP	→	QD	0.135	0.141	0.067	2.034	0.042
CCH	→	QD	0.148	0.157	0.093	1.585	0.113
CSVC	→	QD	-0.067	-0.084	0.119	-0.561	0.574
DTT	→	QD	0.373	0.238	0.298	1.253	0.210
TTT	→	QD	0.085	0.087	0.132	0.643	0.520
CNAH	→	QD	-0.038	-0.034	0.086	-0.441	0.659
CCQ	→	QD	0.130	0.139	0.058	2.240	0.025
Dia_diem	→	QD	-0.060	-0.038	0.079	-0.761	0.446
Xet_tuyen	→	QD	-0.178	-0.082	0.108	-1.650	0.099
Loai_truongDH	→	QD	0.018	0.009	0.098	0.180	0.857
Gioi_tinh	→	QD	-0.098	-0.062	0.079	-1.246	0.213

TÓM TẮT CHƯƠNG 4

Chương 4 đã trình bày đầy đủ, chi tiết các kết quả nghiên cứu của luận án. Theo đó, các dữ liệu thu thập được đã được xử lý bằng phần mềm SPSS. Đầu tiên là thống kê mô tả mẫu. Kết quả này cho cái nhìn tổng hợp về số lượng, tỷ lệ các nhóm khác nhau trong mẫu theo từng biến kiểm soát. Tiếp theo là đánh giá thang đo bằng kiểm định Cronbach Alpha. Sau đó đánh giá chính thức thang đo bằng phân tích khẳng định nhân tố; Phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính và kiểm định các giả thuyết; Phân tích đa nhóm; Đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố trong mô hình. Kết quả cuối cùng là các giả thuyết H1, H2, H4, H7, H4.1, H7.1 được chấp nhận, các giả thuyết H3, H5, H6 bị bác bỏ. Các kết quả bổ sung liên quan đến điểm trung bình và kiểm định các biến kiểm soát. Chương tiếp sẽ trình bày những nội dung cuối cùng của luận án gồm tóm tắt kết quả nghiên cứu, thảo luận kết quả, đề xuất cho nhà quản trị, những hạn chế và phương hướng nghiên cứu trong tương lai

CHƯƠNG 5: BÌNH LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH NHẪM THU HÚT SINH VIÊN LỰA CHỌN TRƯỜNG ĐẠI HỌC

5.1 Tóm tắt kết quả nghiên cứu chính của luận án

Nghiên cứu này nhằm khám phá và kiểm định mối quan hệ các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh PTTH. Dựa vào các nghiên cứu trong quá khứ, xuất phát từ bối cảnh thực tế của giáo dục ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay tác giả đã đưa ra các giả thuyết. Để kiểm định các giả thuyết này, tác giả đã tiến hành khảo sát điều tra 361 học sinh đã tham gia kỳ thi đại học và THPT quốc gia năm học 2016.

Kết quả nghiên cứu cho thấy tỷ lệ học sinh nam và nữ khá cân bằng với nhau trong mẫu nghiên cứu. Điều này khá tương đồng với tỷ lệ nam nữ theo báo cáo của Sở Giáo dục Hà Nội về cơ cấu giới tính học sinh trung học phổ thông hiện nay. Kết quả này cũng là một tín hiệu cho thấy tính đại diện của mẫu nghiên cứu có thể sử dụng suy rộng cho tổng thể. Về mặt học lực, số học sinh điều tra tập trung vào nhóm học sinh có học lực khá, giỏi (lớn hơn 80%), tỷ lệ học sinh có học lực trung bình hoặc yếu khá thấp. Phản ánh đúng kết quả báo cáo thành tích học tập ở các trường THPT trên địa bàn Hà Nội. Đây cũng là một bằng chứng về xu hướng “lạm phát” học sinh khá, giỏi ở các trường như báo chí đưa tin. Về phân loại trường học, kết quả nghiên cứu cho thấy học sinh vẫn cho xu hướng lựa chọn trường đại học công lập hơn là các trường ngoài công lập. Thực tế là các trường đại học công lập vẫn được định danh là các trường có chất lượng tốt hơn, đầu vào học sinh tốt hơn và là nơi tạo môi trường học tập tốt cho học sinh hơn các trường ngoài công lập. Sự cạnh tranh trong tuyển sinh, ưu thế vẫn thuộc các trường công lập. Điều này cũng cho thấy xu hướng khác biệt về lựa chọn trường của học sinh và phụ huynh Việt Nam so với các nước tiên tiến trên thế giới khi những trường tốt nhất thường là các trường tư thục. Quan điểm chủ yếu của việc đi học đại học của học sinh xuất phát từ mục tiêu tốt đẹp nhằm hướng đến tìm kiếm việc làm trong tương lai và nâng cao kiến thức. Trong đó, lý do chủ yếu để lựa chọn một trường đại học nào đó là trường có ngành học “hot”, có khả năng xin việc sau khi tốt nghiệp cao và có khả năng trúng tuyển đầu vào cao. Học sinh THPT coi nguồn thông tin từ bố mẹ, bạn bè, thầy cô giáo THPT, qua báo mạng, qua các anh chị sinh viên là những nguồn thông tin hữu ích nhất.

Bằng việc đánh giá sơ bộ các thang đo xây dựng được thông qua hệ số Cronbach Alpha, tương quan biến tổng và phân tích khám phá nhân tố cho thấy các khái niệm nghiên cứu được thiết lập đều đạt tính nhất quán nội tại và đều là các thang đo đơn hướng. Phân tích khẳng định nhân tố với mô hình đo lường và mô hình tối hạn cho thấy các khái niệm nghiên cứu sử dụng được đo lường các nhân tố đều tương thích với dữ liệu thực tế,

các khái niệm đạt giá trị hội tụ và giá trị phân biệt. Điều này cho thấy các khái niệm nghiên cứu sử dụng đã được định hình đối với học sinh tốt nghiệp THPT khi khảo sát hay nói cách khác bộ thang đo sử dụng cho nghiên cứu là phù hợp và tin cậy.

Bảng 5.1: Kết quả kiểm định các giả thuyết

	Giả thuyết	Giá trị p	Kết quả
Quyết định lựa chọn trường đại học	H1: Cảm nhận về chi phí có mối quan hệ dương với quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT	P < 0.1	Chấp nhận
	H2: Cảm nhận về chương trình học của trường đại học có quan hệ dương với quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT	P < 0.1	Chấp nhận
	H3: Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực trường đại học có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường của học sinh THPT	P > 0.1	<i>Không được chấp nhận</i>
	H4: Danh tiếng trường đại học ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường của học sinh THPT	P < 0.1	Chấp nhận
	H5: Thông tin học sinh THPT nhận được từ trường đại học có ảnh hưởng thuận chiều đến quyết định lựa chọn trường đại học	P > 0.1	<i>Không được chấp nhận</i>
	H6 Lời khuyên của người khác (bố mẹ, bạn bè, bạn bè cùng lớp...) tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT	P > 0.1	<i>Không được chấp nhận</i>
	H7: Chuẩn mực chủ quan có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT	P < 0.1	Chấp nhận
	H4.1 Danh tiếng trường đại học có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Tác động với nhóm học sinh có học lực khá giỏi mạnh hơn là nhóm học lực yếu, kém.	P < 0.1	Chấp nhận
	H7.1 Chuẩn mực chủ quan có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Tác động đối với nhóm học sinh có học lực yếu, kém mạnh hơn là nhóm học lực giỏi, khá	P < 0.1	Chấp nhận

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp từ kết quả nghiên cứu 2016

5.2 Bình luận về kết quả nghiên cứu

Để làm rõ hơn các kết quả nghiên cứu, phần này tác giả có tiến hành thêm một nghiên cứu định tính bổ sung nhằm làm sáng tỏ hơn kết quả nghiên cứu. Phần bình luận này sẽ được chia thành 2 nội dung gồm: bình luận về các giả thuyết được chấp nhận và các giả thuyết bị từ chối.

5.2.1 Bình luận về các giả thuyết được chấp nhận

5.2.1.1 Tác động cảm nhận chi phí

Kết quả nghiên cứu ủng hộ cho giả thuyết H1 rằng cảm nhận về chi phí có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học. Đây là nhân tố được xếp hạng 3/4 về mức độ ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT với $\beta_{\text{chuẩn hóa}} = 0.138$. Điều này có nghĩa sinh viên tiềm năng cảm nhận mức chi phí của trường đại học nào càng phù hợp thì quyết định lựa chọn trường càng cao. Kết quả này trùng hợp với các nhận định của Joshep và Joshep (1998, 2000), Karl Wagner (2009), Joshep Sia Kee Ming (2011), Mai Thi Ngoc Dao và Anthony Thorpe (2015) Thực tế, xét trong mối quan hệ giữa khách hàng và cung cấp tuân theo qui luật cầu, học sinh THPT có xu hướng ưu tiên trường đại học mà họ cảm nhận các khoản chi phí là hợp lý, phù hợp với cá nhân để theo học.

Bối cảnh hiện nay, yếu tố này được dự đoán sẽ càng tác động mạnh. Trước đây, đối với các trường đại học đặc biệt là trường công lập luôn có mức học phí tương đối thấp và thu theo một mức trần quy định. Do vậy, hầu hết phụ huynh có khả năng chi trả cho việc học của con cái ở bậc đại học. Tuy nhiên, xu thế tăng học phí hiện nay ở các trường đại học dường như đã gây “choáng”, “sốc” đối với phụ huynh và học sinh. Một số trường công (tự chủ toàn diện) có mức học phí cao hơn mức thu trung bình của hệ đại trà từ 2-6 lần. Chênh lệch lớn giữa trường đại học chưa tự chủ và trường tự chủ, giữa trường công lập và trường ngoài công lập, giữa trường có chương trình học tiên tiến, nâng cao và chương trình học đại trà...phần nào đã tác động trực tiếp đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT.

Kết quả nghiên cứu cũng làm rõ thêm những tiêu chí cụ thể mà học sinh quan tâm khi lựa chọn trường đại học như *chính sách hỗ trợ tài chính như học bổng, trợ cấp hay vay ưu đãi* (Mean= 4.139) và *chi phí sinh hoạt hợp lý* (Mean 3.856), vì các khoản hỗ trợ tài chính và chi phí sinh hoạt hợp lý sẽ góp phần làm giảm gánh nặng tài chính cho học sinh, gia đình họ và đặc biệt tạo điều kiện nhiều hơn cho những học sinh có học lực khá giỏi mong muốn được theo học tại các trường có mức học phí cao nhưng gia đình không có khả năng chi trả.

5.2.1.2 Tác động của cảm nhận chương trình học

Theo kết quả phân tích ở trên giả thuyết H2 rằng *Cảm nhận về chương trình học* của trường đại học có quan hệ dương với quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT được ủng hộ nghĩa là cảm nhận về chương trình học của trường đại học nào có chất lượng và phù hợp với mong đợi của học sinh THPT thì họ có xu hướng ưu tiên ra quyết định lựa chọn. Trong nghiên cứu này, *cảm nhận về chương trình học* là nhân tố tác động mạnh thứ 2 ($\beta_{\text{chuẩn hóa}} = 0.152$) tác động cùng chiều đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Kết quả này phù hợp với quan điểm của Joshep và Joshep (1998, 2000), Karl Wagner và cộng sự (2009), Joshep Sia Kee Ming (2011) và Mai Thi Ngoc Dao và Anthony Thorpe (2015). Xét trong bối cảnh GDĐH ở Việt Nam, kết quả này hoàn toàn hợp lý và có thể giải thích như sau: Một là, chương trình học thể hiện cốt lõi chất lượng dịch vụ giáo dục. Học sinh lựa chọn trường đại học để học, nâng cao kiến thức và rèn luyện các kỹ năng tốt, chuẩn bị tâm thế cho nghề nghiệp tương lai. Do vậy chương trình học tập ở bậc đại học cần phải thoải mái được nhu cầu học tập và định hướng lâu dài cho học sinh. Hai là, cảm nhận về chương trình học tác động đến quyết định lựa chọn trường đã thể hiện rõ tính trưởng thành của học sinh khi ra các quyết định trọng đại. Học sinh đã ý thức được tầm quan trọng của chương trình học, có ý thức cân nhắc và lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ giáo dục tốt. Kết quả nghiên cứu định tính cũng phản ánh rõ quan điểm của học sinh lý giải về kết quả này:

“Chương trình học của một trường đại học thực sự quan trọng, vì em cho rằng những trường có chất lượng sẽ có các chương trình học tiên tiến, xuất sắc... ở đó sẽ có nhiều học sinh giỏi lựa chọn. Khi theo học các chương trình học này em sẽ có nhiều kiến thức bổ ích, nhiều cơ hội được giao lưu, nhiều kiến thức thực tế” (Nữ sinh, thuộc quận)

“Đối với em, các chương trình học nhiều kiến thức thực tế rất quan trọng. Nếu một trường đại học mà chỉ giảng nhiều lý thuyết, sinh viên sẽ không được thực hành nhiều. Quá nhàm chán và ra trường không xin được việc” (Nam sinh, thuộc quận)

“Em nghĩ các trường đều có các môn và nội dung học tập tương đối giống nhau. Điều căn bản là những chương trình học mang tính đặc biệt hoặc nâng cao tại trường đó mới quan trọng. Giống như “món đặc sản” hoặc các môn thể mạnh ấy” (Nữ sinh, thuộc huyện).

Mặc dù có những hạn chế trong việc đánh giá chương trình học tuy nhiên với góc độ của những sinh viên tiềm năng họ đề cao tiêu chí *Các chương trình học chuyên sâu/ nâng cao phù hợp với nhu cầu của học sinh* (Mean= 3.823); *Điều kiện để đăng ký đầu vào linh hoạt* (Mean = 3.820) và không đánh giá cao tiêu chí *các chương trình học*

(nội dung và cấu trúc) *đa dạng để học sinh lựa chọn, Chương trình học với nhiều nội dung thực tiễn*. Điều này cho thấy nhu cầu về chương trình học của học sinh ngày càng nâng cao theo chiều tích cực khi hướng đến các chương trình chuyên sâu/ nâng cao. Bên cạnh đó học sinh cũng rất quan tâm tính linh hoạt trong các điều kiện để đăng ký đầu vào với nhiều hình thức và cách thức linh hoạt như xét tuyển qua điểm thi tốt nghiệp quốc gia, xét học bạ, thời điểm xét tuyển... hình thức đăng ký xét tuyển qua internet, hay trực tiếp...

5.2.1.3 Tác động của danh tiếng trường đại học

Theo kết quả phân tích ở trên giả thuyết H4 *Danh tiếng trường đại học ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường của học sinh THPT* được chấp nhận, nghĩa là học sinh THPT cảm nhận trường đại học nào càng danh tiếng tốt thì họ càng quyết định lựa chọn trường đại học đó. Yếu tố danh tiếng trường có hệ số $\beta = 0.271$, tác động mạnh nhất đến quyết định lựa chọn trường. Thực tế là, phần đông học sinh THPT đều có xu hướng ưu tiên lựa chọn các trường đại học danh tiếng tốt. Hiện nay, danh tiếng của các trường đại học có nhiều khác biệt, nên đây là lý do học sinh đặt tiêu chí này ở mức ưu tiên cao. Do vậy, các trường có danh tiếng tốt vẫn thu hút được nhiều sinh viên và ít chịu áp lực tuyển sinh khó khăn. Trong nghiên cứu định tính có nhiều ý kiến bổ sung:

“Phải lựa chọn trường có danh tiếng tốt vì ra trường sẽ dễ xin việc hơn...Em sẽ lựa chọn trường A, đây là trường có nhiều sinh viên ưu tú, được nhiều nhà tuyển dụng đánh giá cao. Học đại học ở trường này xong cũng dễ xin việc hơn, nghe cũng oai hơn”. (Nam học sinh, quận)

“Danh tiếng thể hiện đẳng cấp. Danh tiếng không phải là trường đó ra đời sớm hay muộn. Quan trọng là chất lượng đào tạo, đội ngũ giảng viên được các tổ chức có chuyên môn, xã hội ghi nhận... nếu chọn được vào các trường đó thì mình sẽ được học tập tốt hơn” (Nữ sinh, huyện).

Học sinh cũng đánh giá tiêu chí *trường có các chương trình học được sự công nhận của cá nhân và tổ chức đánh giá về giá trị học thuật* với mức điểm trung bình cao nhất là 4.047 và *trường có các chương trình học chất lượng, uy tín* với điểm trung bình thấp nhất là 3.715. Kết quả này cũng cho thấy học sinh cảm nhận về danh tiếng của trường đại học cần có những bằng chứng cụ thể (đề cao vai trò sự công nhận của các tổ chức chuyên môn ghi nhận về giá trị học thuật).

Giả thuyết về biến điều tiết rằng *Danh tiếng trường đại học có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT*. Tác động với nhóm

học sinh có học lực khá giỏi mạnh hơn là nhóm học lực yếu, kém cũng được ủng hộ. Nghĩa là, đối với các bạn học sinh có học lực khá và giỏi coi trọng và đề cao yếu tố danh tiếng trường đại học hơn các bạn có học lực trung bình, yếu, kém. Nguyên nhân do, với học sinh có học lực tốt thì có nhiều sự lựa chọn do vậy họ dựa vào tiêu chí danh tiếng để loại trừ dần các phương án. Trong khi các học sinh yếu kém có tâm lý tự tin và “lựa chọn trường để đậu”, có ít cơ hội chọn trường hơn do vậy họ thường ưu tiên lựa chọn trường phù hợp với năng lực hiện tại của bản thân để thỏa mãn ước mơ học đại học.

5.2.1.4 Tác động của chuẩn mực chủ quan

Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng giả thuyết H7 rằng *chuẩn mực chủ quan* có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT được ủng hộ. Được giải thích như sau: học sinh ở Việt nam là những người có ý thức và luôn có xu hướng hành động theo các chuẩn mực xã hội, và những người xung quanh mong muốn. Khi những người thân hoặc những người quan trọng đối với họ có xu hướng khuyến khích hoặc ưa thích một trường đại học nào đó. Học sinh THPT thường nhận được sự động viên, khích lệ, tán đồng hoặc góp ý của những người xung quanh họ bởi quyết định này không chỉ quan trọng đối với bản thân học sinh mà đối với cả những người xung quanh như ông bà, bố mẹ, anh chị của họ...

Giả thuyết về biến điều tiết rằng *chuẩn mực chủ quan* có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Tác động đối với nhóm học sinh có học lực yếu, kém mạnh hơn là nhóm học lực giỏi, khá. Kết quả này phản ánh rõ sự tự tin và chủ động của nhóm học sinh khá, giỏi. Trong khi đó nhóm học sinh có học lực yếu, kém chịu sự dẫn dắt nhiều của *chuẩn mực chủ quan* có xu hướng hành động lựa chọn trường nhằm làm theo ý kiến và thỏa mãn nhu cầu của người khác (bố mẹ, người thân, người quan trọng...). Nguyên nhân chủ yếu do tâm lý lo lắng, cần nhiều tham vấn vì cơ hội lựa chọn trường phù hợp với học lực không nhiều.

5.2.2 Bình luận về kết quả nghiên cứu các giả thuyết không được chấp nhận

5.2.2.1 Cảm nhận về cơ sở vật chất và các nguồn lực

Theo kết quả nghiên cứu giả thuyết H3 *cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực* trường đại học có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường của học sinh THPT không được chấp nhận và không có ý nghĩa thống kê. Có thể giải thích như sau: Một là, học sinh cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực của trường đại học khá mơ hồ. Do, họ chưa thực sự trải nghiệm ở bậc đại học nên không cảm nhận được tất cả các khía cạnh của yếu tố này mà chỉ hướng đến những khái niệm hẹp hơn như tòa nhà, trụ sở của

trường học...Nhu vậy, học sinh dễ xem nhẹ yếu tố này khi lựa chọn trường đại học. Hai là, nhiều học sinh có quan điểm “tốt gỗ hơn tốt nước sơn” cơ sở vật chất không phải là vấn đề quan trọng mà chủ yếu là chất lượng chương trình học như thế nào.

5.2.2.2 Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học

Theo kết quả giả thuyết H5 bị bác bỏ và không có ý nghĩa thống kê. Kết quả này có thể được giải thích do: Một là, nhóm học sinh THPT được khảo sát vào thời điểm ra quyết định (giai đoạn cuối cùng) do vậy ý nghĩa của những thông tin họ thu thập được không còn quan trọng như trong giai đoạn thu thập thông tin nữa. Thứ hai, trong nghiên cứu này chủ yếu hướng đến thông tin về chương trình học và triển vọng nghề nghiệp của học sinh, tuy nhiên có thể nhóm học sinh này lại hướng đến thông tin không thuộc phạm trù này. Như vậy, các trường đại học cũng cần xem xét đến việc cung cấp các thông tin đa dạng hơn đối với nhóm đối tượng này.

5.2.2.3 Lời khuyên của người khác (bố mẹ, bạn bè, anh chị em...)

Trong nghiên cứu này giả thuyết H6 không được chấp nhận và không có ý nghĩa thống kê. Có thể lý giải rằng học sinh THPT ngày càng tự lập và trưởng thành khi ra quyết định lựa chọn trường. Sự ảnh hưởng của người khác (bố mẹ, bạn bè, anh chị...) có lẽ là yếu tố quan trọng trong giai đoạn đầu của quá trình quyết định (nhận thức về việc học đại học), mà không là yếu tố quan trọng trong giai đoạn lựa chọn cuối cùng.

5.3 Đề xuất cho nhà quản trị

Từ các kết quả nghiên cứu phía trên, tác giả khuyến nghị một số giải pháp dành cho nhà quản trị các trường đại học nhằm thu hút được tân sinh viên. Trước khi đề cập trực tiếp đến các giải pháp tác động trực tiếp đến các yếu tố chính ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Tác giả đề cập đến các giải pháp chung mang tính định hướng cho các trường đại học.

5.3.1 Giải pháp về tư tưởng, định hướng chung

Cho dù còn nhiều ý kiến tranh luận về việc các trường đại học có thực sự hoạt động như các doanh nghiệp hay không?.Thực tế là, trong bối cảnh hiện nay các trường đại học không có sinh viên cũng như doanh nghiệp không có khách hàng. Không có sinh viên thì trường đại học sẽ không thể hoạt động và tồn tại được. Các trường đại học cần tổ chức các hoạt động giáo dục chính trị tư tưởng trước hết cho toàn bộ cán bộ, giảng viên và nhân viên trong toàn trường nhằm thấm nhuần triết lý mới trong GDĐH ngày nay và triết lý marketing trong cung ứng dịch vụ giáo dục GDĐH. Người thầy phải nhận thấy được học sinh, sinh viên, các đơn vị tuyển dụng chính là khách

hàng của mình, phải lấy người học làm trung tâm. Nghĩa là giảng viên cần nhận thức rõ việc tạo sự hứng thú cho người học là triết lý của người thầy trong nền Giáo dục mới. Mỗi giảng viên, cán bộ công nhân viên, ban lãnh đạo ở các trường đại học cần có ý thức trong việc tìm hiểu những mong muốn thực sự, nhu cầu của học sinh THPT về một trường đại học lý tưởng là gì, khi lựa chọn và bất kỳ một trường đại học nào đó thì những khó khăn hoặc trở ngại của họ là gì.

Bên cạnh đó, Nhà trường luôn xác định rõ nâng cao chất lượng là mục tiêu hàng đầu để thu hút sinh viên và giữ chân sinh viên. Nhà trường cần luôn hiểu biết và hoàn thiện để xây dựng hình ảnh “trường đại học lý tưởng”, từ đó đưa ra các biện pháp nhằm phát huy thế mạnh hiện có và khắc phục, hoàn thiện dần các khía cạnh còn yếu kém, giữ gìn danh tiếng của nhà trường.

5.3.2 Xác định lợi thế và định hướng chiến lược nhằm tạo sự khác biệt cho từng trường đại học trong bối cảnh cạnh tranh tuyển sinh

Mặc dù còn nhiều quan điểm khác nhau về lợi thế cạnh tranh nhưng hầu hết các nhà kinh tế đều cho rằng mục đích cao nhất của việc xây dựng chiến lược kinh doanh là đảm bảo cho tổ chức có được thế bền vững đối với các đối thủ cạnh tranh và làm gia tăng sức mạnh của tổ chức so với các đối thủ của họ một cách hiệu quả nhất. Đối với các trường đại học, việc đánh giá và xác định các lợi thế hiện có của trường nhằm định hướng phát triển là việc làm đúng đắn. Trường có lợi thế về chương trình học, nguồn lực về cơ sở vật chất, nguồn tài chính, đội ngũ giảng viên, địa điểm, chất lượng thông tin... Tất cả các yếu tố này đều cần được phân tích chính xác trong bối cảnh hiện tại nhằm tạo ra các lợi thế cạnh tranh.

K.Ohmae (2013) khuyến nghị có 4 cách giành lợi thế cạnh tranh cần quán triệt trong xây dựng chiến lược kinh doanh. Qua đó, các trường đại học cũng có thể điều chỉnh và lựa chọn phù hợp gồm: Tạo lợi thế cạnh tranh dựa vào các nhân tố then chốt; Tạo lợi thế cạnh tranh dựa vào phát huy ưu thế tương đối; Tạo lợi thế cạnh tranh dựa trên cơ sở những nhân tố sáng tạo và khám phá ra những vấn đề mới; Tạo lợi thế cạnh tranh xây dựng trên cơ sở khai thác khả năng của các nhân tố bao quanh nhân tố then chốt.

Trên cơ sở xác định rõ lợi thế cạnh tranh, các trường đại học cần xem xét và đánh giá mức độ phù hợp: Một là, tuyên ngôn sứ mạng (mission statement) xác định rõ chúng ta sẽ làm gì? Bằng cách nào nào? Và để cho ai?. Từ đó xác định rõ định hướng mà nhà trường hướng đến, giúp các giảng viên, sinh viên hiểu rõ vai trò, trách nhiệm và nhu cầu của họ được đáp ứng như thế nào. Bên cạnh đó, nhà trường làm rõ các đối

tượng mà nhà trường phục vụ gồm có cha mẹ sinh viên, doanh nghiệp và cộng đồng xã hội. Hai là, tuyên ngôn về tầm nhìn nhằm xác định mục tiêu dài hạn của từng trường đại học và chuẩn bị các điều kiện tốt nhất để đạt được mục tiêu ấy. Từ việc xác định rõ tuyên ngôn sứ mạng và tuyên ngôn tầm nhìn, các trường đại học sẽ định hướng được phát triển trường đại học theo hướng nào: tự chủ hay định hướng nghiên cứu, định hướng thực hành, hay định hướng ứng dụng; phát triển mở rộng qui mô hay hướng chất lượng là chủ yếu; phát triển đa ngành hay chuyên ngành, là trường thuộc nhóm đầu hay không... và sẽ có định hướng tuyển sinh tân sinh viên phù hợp với định hướng phát triển chung của nhà trường.

5.3.3 Phân đoạn thị trường, xác định khách hàng mục tiêu, và định vị thương hiệu trường đại học

Một số nghiên cứu liên quan về Marketing giáo dục cũng cho thấy xu hướng từ bỏ marketing đại trà để chuyển sang marketing mục tiêu (Dale M. Lewison và Jon M. Hawes, 2007). Thay vì mục tiêu phục vụ toàn bộ thị trường, chuyển hướng phục vụ một hay một số nhóm khách hàng cụ thể. Phân đoạn thị trường là việc phân chia thị trường thành những nhóm khách hàng với những nhu cầu, đặc điểm và hành vi riêng biệt dựa vào các tiêu chí như: địa lý, nhân khẩu, tâm lý, và hành vi (Kotler và Armstrong, 2012). Sau khi nắm bắt được cơ hội thị trường của từng nhóm khách hàng, các nhà cung cấp sẽ quyết định chọn nhóm nào để phục vụ. Có thể tham khảo 4 tiêu chí để xác định động cơ của học sinh THPT khi lựa chọn bậc học đại học (Dale M. Lewison và Jon M. Hawes, 2007) gồm:

- Người học tìm kiếm nghề nghiệp (Career learner): Động cơ chính định hướng nghề nghiệp. Họ tìm kiếm các kỹ năng cụ thể và các yếu tố khác để thành công trong công việc sau này.

- Người học mong muốn cải thiện xã hội (Socio – improvement learner). Động cơ chính là mở rộng tầm nhìn, cải thiện trí tuệ, mở rộng kiến thức, nhận ra tiềm năng bản thân và đạt được các mục tích cá nhân khác.

- Người học nghỉ dưỡng (Leisure – Learner): Mong muốn các dịch vụ giáo dục đại học mang lại trải nghiệm học tập thú vị, thoát khỏi khuôn phép, nâng cao chất lượng cuộc sống, mở rộng kiến thức về các chủ đề cá nhân quan tâm và thúc đẩy chung phú lợi tinh thần.

- Người học không chắc chắn (Ambivalent learner): Mong muốn đi học bậc học đại học để làm hài lòng người khác, để tránh các lựa chọn khác...

Thực tế ở Việt Nam, các trường đại học cũng có thể lựa chọn khách hàng mục

tiêu dựa trên các tiêu chí như: học lực, ưu tiên vùng...Do vậy, mỗi trường đại học cần xác định rõ đối tượng học sinh mà họ muốn hướng đến nhằm đưa ra các phương án tuyển sinh phù hợp. Trong nghiên cứu này, kết quả nghiên cứu định tính và định lượng đều cho thấy biến học lực điều tiết lên mối quan hệ giữa biến danh tiếng và biến chuẩn mực chủ quan với quyết định lựa chọn trường đại học. Các trường đại học có thể dựa vào yếu tố này để xác định rõ ai là đối tượng mà họ hướng đến từ đó có kế hoạch marketing “trúng đích”.

Cuối cùng, tạo sự khác biệt và định vị thương hiệu. Định vị thương hiệu thực chất là việc làm cho thương hiệu khác với đối thủ cạnh tranh trong tâm trí của khách hàng mục tiêu. Thương hiệu trong lĩnh vực giáo dục đại học giúp sinh viên tiềm năng phân biệt được trường đại học này với đại học khác giúp người học đưa ra quyết định nhập học. Chẳng hạn thương hiệu ngành Kinh tế đối ngoại của trường Đại học Ngoại thương, thương hiệu của các trường đại học khối ngành Kinh tế như Đại học Kinh tế Quốc dân, học viện tài chính..., Thương hiệu sinh viên năng động như Đại học ngoại giao, thương hiệu khoa tự động hóa Đại học Bách khoa Hà Nội...

5.3.4 Lựa chọn và hoàn thiện các chính sách marketing nhằm nâng cao công tác tuyển sinh

Trong bối cảnh tuyển sinh đại học hiện tại, một trường đại học có thể lựa chọn cách bỏ qua sự khác biệt giữa các sinh viên tiềm năng hoặc chú trọng đến sự khác biệt để chọn thị trường mục tiêu. Nghĩa là có thể áp dụng linh hoạt cả marketing đại chúng, marketing mục tiêu, hoặc đôi khi không cần thực hiện bất kỳ một kế hoạch marketing nào. Với trường hợp lựa chọn marketing đại chúng, các trường đại học hướng đến tất cả các sinh viên tiềm năng với cùng một chương trình học, một mức học phí nhất định và cùng một chương trình marketing giống nhau. Điều này rất khó thành công trong hiện tại mặc dù tính ưu việt là tiết kiệm được nhiều chi phí. Với trường hợp marketing mục tiêu, các trường đại học phải tập trung vào một hoặc nhiều đoạn thị trường được lựa chọn và sử dụng các chương trình marketing riêng biệt cho từng nhóm sinh viên tiềm năng. Như vậy, các trường đại học cần chỉ rõ sự khác biệt trong chương trình học (có chương trình nâng cao, bổ sung kiến thức hay không? có yếu tố nước ngoài không?...), các chính sách về học phí và hỗ trợ tài chính có ưu tiên gì, cho đối tượng nào, có cạnh tranh với các trường khác không?. Danh tiếng hiện nay được đánh giá như thế nào?...

Trong bối cảnh hiện nay việc tiếp cận *marketing mục tiêu rất lợi thế*, cách tiếp cận này tạo nhiều cơ hội thực sự cho sự thành công trong thị trường giáo dục đại học

(Klei và Clark, 2001). Tùy theo đối tượng sinh viên tiềm năng mà mình hướng đến, những thế mạnh của trường hiện có mà xác lập nội dung và cách thức tiếp cận phù hợp. Theo kết quả nghiên cứu của luận án, tác giả khuyến nghị các trường nên có chương trình marketing mục tiêu. Với nguồn tài chính ngày càng hạn chế do sự cắt giảm từ chính phủ, các trường đại học nên tập trung nguồn lực tác động mạnh đến các yếu tố tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh thay vì tác động đến tất cả các nhóm học sinh và tác động vào tất cả các yếu tố có khả năng sẽ ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn của học sinh. Cụ thể là, tập trung các nhóm giải pháp tác động mạnh vào việc tạo lợi thế về chi phí cạnh tranh, cải tiến, nâng cao chất lượng chương trình học, danh tiếng, tác động hiệu quả vào nhóm tham khảo để thúc đẩy hành vi lựa chọn trường của học sinh THPT theo hướng có lợi cho các trường đại học. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cho thấy sự khác biệt về lựa chọn trường giữa các nhóm học sinh chia theo học lực. Do vậy, tác giả khuyến nghị các trường đại học cần có các chính sách marketing riêng dành cho từng nhóm sinh viên tiềm năng thuộc nhóm khá, giỏi và trung bình, yếu.

5.3.5 Đa dạng và nâng cao, linh hoạt các chương trình học

Trong nghiên cứu này, kết quả nghiên cứu định tính và định lượng đều đồng thuận khi kết luận cảm nhận về chương trình học của trường đại học ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh (Đề cập ở kết quả nghiên cứu tại các chương 3 và 4). Thực tế, chương trình học luôn là vấn đề then chốt, sống còn của các trường đại học. Song ở những giai đoạn khác nhau, chương trình học cần phải được điều chỉnh để phù hợp với mục tiêu đào tạo của nhà trường và nhu cầu của nhà tuyển dụng, sinh viên và các bên liên quan. Để thực hiện được việc đa dạng hóa và nâng cao chất lượng chương trình học, các trường đại học cần:

- Chương trình học cần được nâng cao và bổ sung theo hướng vừa đảm bảo chất lượng học thuật (tuyệt đối không giảm chất lượng kiến thức hàn lâm) nhưng đáp ứng được nhu cầu của các bên liên quan cần.
- Chương trình học cần được xây dựng dựa trên kết quả khảo sát nghiêm túc sinh viên, học sinh, kết nối chặt chẽ với doanh nghiệp nhằm làm phong phú, linh hoạt thêm các chương trình giảng dạy, phù hợp với từng đối tượng và thời điểm đào tạo.
- Cần tổ chức thêm các chương trình học nâng cao, chuyên sâu bằng các phương thức khác nhau như: Thứ nhất, mời các chuyên gia lĩnh vực đến seminar tại các buổi học về các chủ đề đã định sẵn; Thứ hai, phối hợp với các doanh nghiệp, tổ chức để thiết kế các khóa học nâng cao theo nhu cầu của doanh nghiệp và sinh viên;

Thứ ba: cần có các chuyến tham quan nhà máy, doanh nghiệp hoặc giao lưu với các trường đại học khác, hoặc doanh nghiệp tổ chức nhằm trao đổi hoặc tìm hiểu thêm nhiều nguyện vọng của sinh viên.

- Chương trình học cần được xây dựng lấy sinh viên làm trung tâm, linh hoạt và khoa học để đáp ứng tốt nhất những nhu cầu tốt đẹp hướng đến việc học tập và nghiên cứu hiệu quả của sinh viên. Chẳng hạn linh hoạt trong việc đăng ký môn học, đóng tiền...nhằm tạo thuận lợi nhất cho sinh viên tiếp cận với các dịch vụ phụ trợ.

- Cần có các khảo sát, đánh giá của sinh viên về chất lượng các khóa học theo từng thời kỳ nhằm từng bước nâng cao, hoàn thiện chương trình học sao cho phù hợp với các tiêu chuẩn về học thuật bậc đại học và nhu cầu ngày càng cao của sinh viên.

- Cần phát triển các ý tưởng về chương trình học mới. Ngoài các chương trình học đại trà cho sinh viên, các trường đại học cần phát huy những chương trình học mang tính đột phá nhằm khơi nguồn sáng tạo của sinh viên và giảng viên. Chẳng hạn đổi mới một số khoa ở các trường đại học sản xuất những sản phẩm mới, một số khoa khác lại cung ứng những dịch vụ mới. Qua đó giúp sinh viên hứng thú và tạo thêm được nhiều thu nhập tốt.

- Đối với riêng công tác tuyển sinh cần tạo cho sinh viên tiềm năng những thủ tục linh hoạt và thuận lợi nhất để họ có thể tiếp cận và tiến hành các thủ tục đăng ký, nhập học tốt nhất. Muốn như vậy, các trường cần có những cán bộ chuyên trách nhằm nghiên cứu và phát triển qui trình cũng như các hệ thống văn bản giấy tờ chuẩn mực nhất.

- Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp 4.0, các chương trình học cũng cần được xây dựng theo hướng mở, theo đó người học cũng có thể tiếp cận e- learning để tương tác, chia sẻ tài liệu cho sinh viên tiếp cận và trao đổi dễ dàng. Giảng viên cũng cần phải thiết kế bài giảng kết hợp các phương tiện nghe nhìn hiệu quả.

5.3.6 Lựa chọn chính sách giá cả GDDH phù hợp

Trong kinh doanh, mức giá cần phải phù hợp với chất lượng sản phẩm (Chất lượng đào tạo). Do vậy các trường đại học cần có kế hoạch nhằm phân tích đánh giá cụ thể để định ra mức học phí phù hợp. Bên cạnh đó, các trường đại học cũng cần tiến hành các nghiên cứu để xem xét mối quan hệ giữa chất lượng lượng chương trình chuyên sâu, chất lượng cao với các chương trình đại trà, giữa các khoa ngành nhằm điều chỉnh mức học phí phù hợp. Các trường cũng cần điều tra nghiên cứu để hiểu hơn về cảm nhận của sinh viên/ học sinh về mức học phí và phí mà họ đang phải trả để hiểu rõ và điều chỉnh các chính sách giá phù hợp cạnh tranh/ ưu việt so với đối thủ cạnh tranh.

- Mặc dù, xu hướng xã hội hóa giáo dục đại học là tất yếu. Tuy nhiên, các trường đại học hầu hết có nguồn thu hạn hẹp không đa dạng được nguồn vốn chủ yếu là nguồn thu từ ngân sách Nhà nước và đóng góp của người học. Các trường đại học vẫn chưa có khả năng tăng thu từ các dịch vụ khoa học, công nghệ, từ trợ cấp của các tổ chức và cá nhân... Nguồn thu của các trường đại học cũng cần được đa dạng hóa bằng nhiều hình thức khác nhau như tranh thủ các khoản viện trợ của doanh nghiệp, tổ chức trong và ngoài nước, tham gia các đấu thầu các dự án của các tổ chức trong và ngoài nước...

- Bản thân các trường cần chủ động cân đối thu chi, cần có những kế hoạch tăng các nguồn viện trợ để khuyến khích những sinh viên ưu tú. Chẳng hạn, mức học bổng hàng tháng có thể tăng thêm nhờ các khoản viện trợ của các doanh nghiệp, hoặc các tổ chức trong và ngoài nước. Đối với những sinh viên có hoàn cảnh khó khăn hoặc có nhu cầu vay vốn để học tập, nhà trường có thể tạo điều kiện để sinh viên tiếp cận với các khoản vay của nhà nước, hoặc thành lập các quỹ nhằm hỗ trợ cho vay ưu đãi đối với học sinh.

- Mức chi học bổng, trợ cấp tài chính của các trường cần được đảm bảo đúng qui định. Mức thu học phí của các trường đại học theo Nghị quyết số 49/2010/NĐ-CP của chính phủ “Quy định về miễn, giảm học phí, hỗ trợ chi phí học tập và cơ chế thu, sử dụng học phí đối với các cơ sở giáo dục thuộc hệ thống giáo dục quốc dân từ năm 2010 đến năm học 2014 -2015”. Việc chi học bổng khuyến khích học tập cho sinh viên hầu hết dưới 10% nguồn thu học phí trong khi quy định là 15%. Nhưng, tỷ lệ này còn thấp hơn rất nhiều ở các trường ngoài công lập.

- Nhà trường cần có các liên kết với doanh nghiệp, các tổ chức trong việc. Các doanh nghiệp có thể ủng hộ bằng các quỹ tiền mặt, cũng có thể tạo điều kiện, cơ hội cho sinh viên làm việc tại các khâu nhỏ trong doanh nghiệp để nâng cao thu nhập.

- Có thể nói chính sách giá thấp đem lại nhiều lợi thế cạnh tranh, học sinh THPT do vậy việc sử dụng chính sách giá thấp hiện nay của các trường đại học cần được thiết kế dành riêng, phân biệt giữa các đối tượng khác nhau như: ưu tiên cho các ngành trọng điểm mà nhà trường đang cần thực hiện nhiệm vụ chính trị - xã hội, các chương trình học khác nhau có mức đóng học phí khác nhau, tạo điều kiện cho sinh viên học vượt, học tích lũy để giảm bớt chi phí...

5.3.7 Cải thiện danh tiếng của trường đại học

Danh tiếng của trường đại học được xác định là yếu tố ảnh hưởng mạnh và tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh, do vậy nâng cao danh tiếng của trường đại học cần được xác định là giải pháp nhằm thu hút tốt hơn nữa tân sinh

viên ở các trường đại học. Đối với trường đại học, danh tiếng thể hiện ở nhiều khía cạnh, nhưng chủ yếu liên quan đến lĩnh vực học thuật do vậy, các giải pháp có thể khuyến nghị là:

- Nếu coi trường đại học là thương hiệu mẹ thì các khoa, phòng, viện, trung tâm của trường sẽ là những thương hiệu con. Do vậy, danh tiếng của trường đại học cần được nhìn nhận ở cả khía cạnh riêng và chung. Mỗi bộ phận đều nỗ lực tạo dựng danh tiếng và đảm bảo chất lượng cho riêng mình thì danh tiếng của nhà trường sẽ được cải thiện.

- Nâng cao danh tiếng của đội ngũ giảng viên: Cần có kế hoạch rà soát lại trình độ, bằng cấp của giảng viên các trường đại học. Cần có những quy định nghiêm túc và tạo điều kiện để các giảng viên nghiêm túc nghiên cứu khoa học, phát hành các ấn phẩm tại các tạp chí uy tín trong và ngoài nước. Khuyến khích giảng viên làm việc và tham gia trong các môi trường, hội thảo quốc tế qua đó nâng cao vị thế của đội ngũ giảng viên. Trường đại học có thể phát triển một số giáo viên nòng cốt, và phát triển họ thành những chuyên gia, trở thành đại sứ thương hiệu cho nhà trường, sẽ vừa tạo uy tín cho giảng viên, vừa tạo uy tín cho trường.

- Nhằm nâng cao danh tiếng về học thuật, trường đại học cần tổ chức các sự kiện học thuật như hội thảo, buổi nói chuyện chuyên môn nhằm thu hút các học giả, doanh nghiệp, người nổi tiếng trong và ngoài nước. Nhà trường cũng cần có kế hoạch kết nối với các học giả nước ngoài và mở rộng tuyển sinh đối với sinh viên nước ngoài, hoặc liên kết, trao đổi hoặc cử sinh viên sang nước ngoài nghiên cứu qua đó mở rộng các hoạt động hợp tác, nâng cao vị thế trong nước và khu vực, quốc tế.

- Nâng cao danh tiếng của chất lượng sinh viên thông qua các hoạt động học tập, nghiên cứu và sinh hoạt ngoại khóa. Danh tiếng sinh viên có chất lượng tốt sẽ tạo được những tiền lệ tốt giúp các bạn sinh viên ra trường sau thuận lợi hơn trong xin việc. Riêng đối với các doanh nghiệp tuyển dụng, các trường đại học cần có những khảo sát thường niên nhằm đánh giá “mức độ hài lòng của nhà tuyển dụng”, và thường xuyên xem xét nhu cầu của xã hội đào tạo sinh viên sao cho phù hợp với nhu cầu của công việc và xã hội đang mong đợi.

- Cần cử giảng viên, sinh viên tham gia các cuộc thi có tính học thuật hoặc tham gia vào các hoạt động cộng đồng nhằm thu hút và tạo uy tín đối với xã hội.

- Thành lập phòng chức năng chịu trách nhiệm về việc xây dựng hình ảnh và giữ gìn hình ảnh của trường. Một số trường đại học hiện nay đã thành lập các phòng chuyên trách như phòng truyền thông, phòng thông tin... nhưng hoạt động chưa thực sự hiệu quả. Nguyên nhân chính là do các nhân viên thuộc phòng này chủ yếu mang tính kiêm nhiệm do vậy chỉ dành thời gian ít ỏi để “chăm sóc” trang web, chủ yếu hoạt

động mạnh vào mỗi kỳ tuyển sinh. Do vậy, cần có các chuyên gia trong lĩnh vực truyền thông đảm trách riêng.

- Mở rộng cơ hội đến với công chúng thông qua các hoạt động nhằm thu hút phụ huynh và học sinh như ngày hội tuyển sinh, các chuyến viếng thăm trường... qua các hoạt động này nhằm quảng bá hình ảnh của trường đến các bên liên quan (học sinh, phụ huynh, doanh nghiệp, địa phương...)

- Ngày nay danh tiếng và uy tín thương hiệu của trường đại học được một số tổ chức đánh giá và kiểm định chất lượng. Chủ yếu sẽ được chia thành hai dạng đánh giá. Một là đánh giá thông qua chứng nhận chất lượng. Việc chứng nhận chất lượng sẽ được các tổ chức như EFMD (Quỹ phát triển Quản lý Châu Âu), AACSB (Hiệp hội phát triển giảng dạy doanh thương bậc đại học), AMBA (Hiệp hội MBA)... các tổ chức chứng nhận chất lượng cấp quốc gia. Hai là, đánh giá thông qua xếp hạng: Tiêu biểu như bảng xếp hạng của USNWR ở Mỹ, báo The Times ở Anh, các báo The Guardian, Daily Telegraph, Financial Times... Bảng xếp hạng liên quốc gia được công bố bởi các nhà khoa học thuộc đại học Giao thông thượng hải (SJTU), báo The Times Higher Education (THE), Webometrics, Trung tâm phát triển giáo dục đại học CHE phối hợp với tuần báo Die Zeit (Đức), bảng xếp hạng SSI... Mặc dù còn khá nhiều tranh cãi về các tiêu chí đánh giá, song các trường đại học cũng cần quan tâm và tham gia để được đánh giá xếp hạng.

5.3.8 Đánh giá và nâng cao hiệu quả của công tác quảng cáo, truyền bá tuyển sinh của trường đại học

Để xem xét hiệu quả của công tác quảng cáo, truyền bá tuyển sinh, nhà trường cần đánh giá lại truyền thông từ góc nhìn của đối tượng được truyền thông. Trường đại học có thể cân nhắc vận dụng mô hình AIDA (chú ý- thích thú- ham muốn – hành động) để đánh giá lại và xây dựng chương trình truyền thông hiệu quả bằng cách đánh giá thông qua sự phản ứng tích cực của đối tượng truyền thông qua các bước sau:

Bước 1: Bước gây sự chú ý của đối tượng sinh viên tiềm năng mà trường mong muốn hướng đến. Nhà trường phải thiết kế chiến dịch truyền thông ấn tượng, gây chú ý với nhiều nét nhận biết của trường như hình ảnh, logo, thông điệp...

Bước 2: Tạo sự hứng thú. Đây là giai đoạn khó khăn, nhà trường cần phải làm rõ các lợi ích gia tăng, nét riêng biệt mà nhà trường mang lại cho sinh viên của mình. Đây chính là căn cứ để học sinh THPT có thể so sánh giữa các trường khác nhau nhằm đưa ra quyết định cuối cùng. Điểm mấu chốt của sự thành công ở bước này là nhà trường hiểu được nhu cầu của sinh viên tiềm năng, và đáp ứng được càng nhiều những nhu cầu đa dạng của họ

Bước 3: Tạo sự khát khao. Từ việc tạo hứng thú quan tâm tìm hiểu về trường đại học, học sinh sẽ mong muốn/hứng thú lựa chọn. Giai đoạn này, các chương trình truyền thông cần cung cấp đầy đủ các lý do và khả năng đáp ứng của nhà trường. Đặc biệt nêu rõ các điểm mạnh hiện tại của nhà trường như chương trình học, chi phí học tập, danh tiếng của trường...

Bước 4: Ra quyết định lựa chọn. Truyền thông cần được coi trọng hướng đến việc cung cấp thông tin đầy đủ, hỗ trợ kịp thời nhằm tạo điều kiện tốt nhất để học sinh có thể tiếp cận trường thuận lợi nhất.

Để có thể thực hiện tốt việc tuyển sinh và thu hút được nhiều thí sinh dự tuyển và nhập học, chính sách truyền thông, quảng cáo cần được các trường đại học rất chú trọng. Tùy từng trường đại học để lựa chọn và đa dạng các công cụ truyền thông sao cho hiệu quả phù hợp với đặc thù riêng của từng trường tuy nhiên công việc này cần được thực hiện thường niên. Các giải pháp chủ yếu là:

- Tăng cường cung cấp đầy đủ và chi tiết các thông tin về từng ngành học/ chương trình học, cập nhật và giới thiệu các công trình nghiên cứu khoa học, cơ hội việc làm của các ngành học trên các phương tiện truyền thông. Đặc biệt đối với các trường đại học có chương trình học riêng biệt, ưu việt thì cần có những nội dung truyền thông đặc biệt nhấn mạnh vào nội dung này.

- Cần cung cấp thêm thông tin các bằng chứng chứng nhận về chất lượng đào tạo của trường, những nhận xét đánh giá của các bên liên quan như các trường đại học danh tiếng trên thế giới, các nhà quản lý giáo dục, phụ huynh, sinh viên cũ, những tổ chức tuyển dụng...nhằm định vị thương hiệu và quảng bá hình ảnh của trường đại học.

- Cần cung cấp thêm các thông tin liên quan đến các khoản chi phí mà học sinh THPT cần phải chi tiêu trong suốt quá trình học. Đặc biệt đối với các trường đại học có ưu thế và theo đuổi chiến lược về giá, cần chi tiết mức học phí, học bổng, các khoản trợ cấp tài chính, những ưu tiên tài chính đối với từng nhóm đối tượng (điểm thi tốt nghiệp cao, gia đình chính sách, đăng ký sớm nhất...), mức sinh hoạt phí ước tính...Tuy nhiên việc cung cấp các thông tin liên quan đến chính sách giá cần được tiến hành rất “khôn ngoan” và cân nhắc phù hợp nhằm tránh sự phản ứng tiêu cực hoặc hiểu lầm về sự tăng giá và chất lượng đào tạo.

- Trong nghiên cứu này chuẩn chủ quan có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT, tuy nhiên học sinh lại không bị ảnh hưởng bởi lời khuyên của bố mẹ, anh chị, bạn bè, ...và ảnh hưởng của truyền thông đại chúng. Do

vậy, tăng cường chiến lược tiếp thị truyền miệng (Word of Mouth - WOM) sẽ rất hữu hiệu. Nhà trường có thể chú trọng đến việc lựa chọn các hình ảnh sinh viên thành đạt, những người có ảnh hưởng uy tín trong xã hội để gia tăng thêm uy tín, tín nhiệm đối với sinh viên. Chẳng hạn, việc mời các sinh viên thành đạt tham gia các buổi tư vấn tuyển sinh, chia sẻ về các câu chuyện ở trường ở lớp và những trải nghiệm tuyệt vời của riêng họ. Nhà trường cũng có thể xây dựng các câu chuyện từ thực tế, những giai thoại được bắt nguồn từ những nỗ lực học tập, nghiên cứu của giảng viên sinh viên. Từ đó, lưu truyền và hình thành nên các giá trị của trường, sức ảnh hưởng có thể lan tỏa đến toàn trường và xã hội.

5.4 Đối với Chính phủ, các bộ - ngành Trung ương

Qua nghiên cứu và khảo sát thực tiễn tác giả nhận thấy rằng thực tế tuyển sinh của các trường đại học hiện nay khá khó khăn. Mặc dù các trường đã chủ động trong việc phát huy các lợi thế nhằm thu hút sinh viên, tuy nhiên Chính phủ cần ban hành Quyết định điều kiện tổ chức tuyển sinh đào tạo thật rõ ràng và kiểm soát chặt chẽ các trường đại học nhằm tạo sự công bằng cho các trường cạnh tranh lành mạnh. Trong trường hợp, các trường có các sai phạm trong công tác tuyển sinh, Bộ GD & ĐT cần có những xử lý thích đáng và nghiêm khắc những trường đại học có chất lượng đào tạo và cơ sở vật chất không đủ điều kiện tuyển sinh, vi phạm các qui định tuyển sinh...

- Bộ GD & ĐT cần thực hiện tốt việc định hướng và đề ra các chiến lược phát triển giáo dục, tăng cường việc tự chủ cho các trường đại học, ban hành các chuẩn mực về học thuật, kiểm soát chặt chẽ chất lượng giáo dục, không can thiệp vào các vấn đề cụ thể của các cơ sở giáo dục, tạo điều kiện để các trường phát huy tính sáng tạo.

- Hiện nay, các học sinh THPT đều có xu hướng ưu tiên lựa chọn các trường đại học công lập. Ở một khía cạnh nào đó, Chính phủ cần tạo hành lang pháp lý, đứng ở vị trí trọng tài để quan sát “cạnh tranh” tuyển sinh. Chính phủ cũng cần hỗ trợ để các trường đại học ngoài công lập tăng thêm sức cạnh tranh trong tuyển sinh.

- Vấn đề cuối cùng là kiểm soát thông tin tuyển sinh. Hiện nay thông tin về tuyển sinh rất mất kiểm soát. Do vậy Bộ GD & ĐT cần có những định hướng tốt hướng đến đối tượng truyền thông trực tiếp và xã hội, nhằm nâng cao sự hiểu biết và nhìn nhận tích cực các thay đổi trong công tác tuyển sinh. Ở một chừng mực nào đó, nếu không kiểm soát tốt sẽ gây tác hại trong nhận thức và quyết định của học sinh. Truyền thông trong tuyển sinh có thể phóng đại, hoặc lệch lạc cần có cơ chế nghiêm minh đối với những hình thức lừa đảo, hoặc quảng cáo sai sự thực. Nếu không sẽ ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh và “trận chiến thu hút sinh viên” giữa các trường sẽ mất văn minh và giảm môi trường sư phạm.

5.5 Đối với học sinh THPT

Từ thực tế nghiên cứu, tác giả nhận thấy hiện nay học sinh THPT rất coi trọng việc học đại học. Tuy nhiên tác giả ghi nhận hiện tượng nhiều học sinh THPT lúng túng và mất phương hướng khi lựa chọn trường đại học. Do vậy, đối với học sinh THPT việc dành thời gian để hiểu về những sở thích của chính mình là việc làm cần thiết. Có thể thông qua các trải nghiệm thực tế, có thể chia sẻ với những người đã và đang theo đuổi nghề nghiệp đó để chia sẻ kinh nghiệm trước nhằm lựa chọn trường đại học sao cho phù hợp. Cần tìm hiểu rõ những đặc điểm về nghề nghiệp như nghề kế toán, truyền thông... sẽ học gì và làm gì trong tương lai để có những mong tưởng nhất định về nghề nghiệp. Hiểu biết càng rõ sẽ tạo tâm thế và tự tin cho học sinh lựa chọn các trường đại học phù hợp.

Quyết định lựa chọn trường đại học là quyết định quan trọng do vậy mỗi học sinh THPT phải tự tính toán bài toán kinh tế tối ưu bằng cách xem xét mối quan hệ giữa chi phí và lợi ích. Xem xét ở khía cạnh kinh tế để thấy rằng, những mong đợi về nghề nghiệp tương lai đóng vai trò quan trọng trong quyết định lựa chọn trường đại học, có nghĩa là không thể lựa chọn trường đại học một cách tức thời, “chọn bừa”, “chọn đại” mà phải cân nhắc, chuẩn bị kỹ lưỡng.

- Việc đánh giá về chất lượng của các trường đại học mà họ lựa chọn là việc làm cần thiết. Nhưng vấn đề là học sinh không thể nào tự đánh giá chính xác được mà cần phải tham khảo thêm ý kiến và nguồn thông tin tin cậy của những người có kinh nghiệm để đưa ra quyết định đúng đắn.

5.6 Những hạn chế và hướng nghiên cứu trong tương lai

Mặc dù đã rất cố gắng xong nghiên cứu này còn tồn tại những hạn chế sau: Một là, nghiên cứu được thực hiện tại Hà Nội. Khả năng bao quát sẽ cao hơn nếu nghiên cứu được thực hiện ở thêm một số thành phố khác trong cả nước. Hai là, nghiên cứu chưa chỉ ra được sự khác biệt giữa các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định của học sinh trước và sau khi theo học tại trường, sự thỏa mãn hài lòng của sinh viên về quyết định lựa chọn trường của mình. Ba là, các nghiên cứu trong quá khứ kể ra rất nhiều các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh, sinh viên do vậy nghiên cứu này chưa giải thích được toàn vẹn các yếu tố ảnh hưởng để kết quả nghiên cứu đa dạng và nhiều chiều hơn. Hướng nghiên cứu tiếp theo của tác giả sẽ hướng khắc phục những hạn chế này.

DANH SÁCH CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1. **Nguyễn Thị Kim Chi (2017)**, “Áp dụng lý thuyết Marketing giáo dục đại học nhằm thu hút sinh viên vào các trường đại học ngoài công lập”, *Tạp chí Giáo dục lý luận*, Số 263 tháng 7/2017, trang 64 - 66.
2. **Nguyễn Thị Kim Chi (2017)**, “Nhận thức của học sinh phổ thông trung học về các tiêu chí lựa chọn trường đại học ở Việt Nam”, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, số 493 tháng 5/ 2017 trang 10-13.
3. **Nguyễn Thị Kim Chi (2017)**, “Chính sách thu hút sinh viên của các trường đại học Việt Nam hiện nay”, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, số 491 tháng 4 năm 2017 trang 83-85.
4. **Đoàn Thị Thu Hà, Nguyễn Thị Kim Chi (2017)**, “Giải pháp thu hút sinh viên của các trường đại học ở Việt Nam hiện nay”, *Tạp chí Kinh tế Châu Á- Thái Bình Dương*, số cuối tháng 4/2017 trang 109-111.
5. **Nguyễn Thị Kim Chi (2017)**, “Ứng dụng mô hình IPA để đánh giá các thuộc tính quan trọng của trường đại học ở Việt Nam - Góc nhìn của học sinh trung học phổ thông”, *Tạp chí Thông tin Khoa học xã hội*, Viện thông tin xã hội, số 2/2017, trang 31-37.
6. **Nguyễn Thị Kim Chi, Đoàn Thị Thu Hà (2017)**, “Giải pháp áp dụng marketing hỗn hợp 7Ps vào các trường đại học ngoài công lập ở nước ta”, *Tạp chí Thông tin và dự báo kinh tế - xã hội*, số 137 tháng 5 năm 2017, trang 18-21
7. **Nguyễn Thị Kim Chi (2016)**, “Lựa chọn trường đại học: Tổng quan và các nhân tố ảnh hưởng”, *Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia: Đầu tư cho giáo dục sau phổ thông ở khu vực Đồng bằng Sông Hồng*, trang 142- 155.
8. **Nguyễn Thị Kim Chi (2016)**, “Vấn đề lựa chọn trường đại học”, *Tạp chí Khoa học trường đại học Hồng Đức*, số 32 trang 25-32

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ajzen (2002), 'Perceived Behavior Control, Self – Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior', *Journal of Applied Social Psychology*, 665-683
2. Ajzen, I. (1991), 'The Theory of Planned Behavior', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50: 179-211
3. Ajzen, I. (2011), 'The theory of planned behavior: Reactions and reflections', *Psychology & Health*, 1113-1127.
4. Aldridge and Rowley (1998), 'Measuring customer satisfaction in higher education', *Quality Assurance in Education*, 6(4), pp. 197–204
5. Alexander and Eckland (1975), 'in Adolescence in the Life Cycle: Psychological Change and Social Context', S.E. Dragastin and G.H. Elder, Jr. (eds.), p. 171. Washington, D.C.: Hemisphere Publishing Corporation
6. Arpanet al. (2003), 'A cognitive approach to understanding university image', *Corporate Communications: An International Journal*, 8(2), 97 – 113, DOI: 10.1108/1356328031047535.
7. Baharun, R. (2006), 'Identifying needs and wants of university students in Malaysia', *Malaysian Management Review*, 39(2): 1-7.
8. Ball, S. J. and Vincent, C. (1998), 'I heard it on the grapevine" 'Hot' Knowledge and school choice', *British Journal of Sociology of Education*, vol. 19, no. 3, pp. 377-400.
9. Becker (1993), 'Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education', University of Chicago Press
10. Beneke and Human (2010), 'Student recruitment marketing in South Africa– An exploratory study into the adoption of a relationship orientation', *African Journal of Business Management* 4(4), 435-447
11. Bergerson, A. A. (2009), 'College choice and access to college: Moving policy, research, and practice to the 21st century', *ASHE Higher Education Report*, 35(4), 1-141
12. Blackwell, R. D., Miniard, P. W., Engel J.F. (2006), 'Consumer Behavior', Copyright by Thomson Corporation.

13. Blau and Duncan (1967), 'The American Occupational Structure', New York: Wiley
14. Blau, P. M. (1964), 'Exchange and Power in Social Life', New York: John Wiley.
15. Bollen, K.A. (1989), 'Structural Equations with Latent Variables', New York: John Wiley & Sons, Inc
16. Booms and Bitner (1981), 'Marketing strategies and organization structures for service firms, in Donnelly', Marketing of Services. Chicago: American Marketing Association
17. Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1990), 'Reproduction in education, society and culture (2nd ed.)', London: Sage Publications
18. Bourdieu, Pierre (1986), 'The Forms of Capital', in Richardson, John G., ed., Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, New York: Greenwood
19. Briggs, S. & Wilson, A. (2007), 'Which university? A study of the influence of cost and information factors on Scottish undergraduate choice', Journal of Higher Education Policy and Management, 29(1), 57-72
20. Brown, C., Varley, P., & Pal, J. (2009), 'University course selection and services marketing', Marketing Intelligence & Planning, 27(3), 310– 325
21. Bryman and Bell (2007), 'Business Research Methods. 2nd ed', Oxford: Oxford University Press.
22. Cabrera and La Nasa (2000), 'Understanding the College-Choice Process', New Directions for Institutional Research Fall(107), 5-22.
23. Carlson, P. M., & Fleisher, M. S. (2002), 'Shifting realities in higher education: Today's business model threatens our academic excellence', International Journal of Public Administration, 25(9/10), 1097-1111.
24. Ceja, M., (2006), 'Understanding the role of parents and siblings as Information sources in the college choice process of Chicana students', Journal of College Student Development 47(1), 87-104
25. Cleopatra et al (2004), 'University Selection: Information Requirements and Importance', The International Journal of Educational Management, Vol.18, N3, pp 160 – 171
26. Coleman, J. & Hoffer, T. (1987), 'Public and Private High Schools: The Impact of

27. Coleman, J. (1973), 'The Mathematics of Collective Action', London: Heinemann.
28. Comegys et al (2006), 'Longitudinal comparison of Finnish and US online shopping behavior among university students: The five – stage buying decision process', *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 336 - 356
29. Comrey and Lee (1992), 'A first course in factor analysis', Hillsdale, NJ: Erlbaum
30. Creswell, J. W. (2007), 'Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches, 2nd edn', Thousand Oaks, California, Sage Publications. Crossman (2010)
31. Crossman, A.(2010), 'Rational choice theory: An Overview''
32. Cubillo, J.M., Sánchez, J., & Cerviño, J. (2006), 'International students' decision-making process', *International Journal of Educational Management*, Vol. 20(2), 101-115.
33. Cuthbert, Peter F. (1996), 'Managing service quality in HE: is SERVQUAL the answer? Part 1', *Managing Service Quality: An International Journal*, Vol. 6 Issue: 2, pp.11-16,
34. Chapman, D.W. (1981), 'A model of student college choice', *The Journal of Higher Education*, 52(5), 490–505
35. Chapman, R.G. (1986), 'Toward a theory of college selection: A model of college search and choice behavior. *Advances in Consumer Research*', 13, 246–250.
36. Churchill and Iacobucci (2002), 'Marketing Research: Methodological Foundations', South-Western, Thomas Learning.
37. Dale M. Lewison and Jon M.Hawes (2007), 'Student Target Marketing Strategies for Universities', *Journal of College admission*.
38. DesJardins & Toutkoushian (2005), 'Are students really rational? The development of rational thought and its application to student choice', *Higher education: Handbook of theory and research*, Vol 20, pp 191-240
39. DesJardins, S. L., Ahlburg, D. A. & McCall, B. P. (2006), 'An integrated model of application, admission, enrollment, and financial aid', *The Journal of Higher Education*, vol. 77, no. 3, pp. 382-429.

40. Dodds, W. B., Monroe, K. B. and Grewal, D. (1991), 'Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers' Product Evaluations', *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307–19.
41. Dubois (2000), 'Understanding the consumer—a European perspective', Pearson Education, Harlow, UK
42. Đỗ Thị Hồng Liên (2015), 'Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học và ngành học của sinh viên Khoa Quốc tế - Đại học Quốc gia Hà Nội', Đề tài nghiên cứu cấp trường
43. Elizabeth Ng (2003), 'Factor affecting students when selecting Education Institution Abroad', unpublished MBA Dissertation, University Putra Malaysia, Malaysia
44. Filip, A. (2011), 'Satisfaction, Trust and Commitment Key Variables for Understanding Customer Loyalty in Retail Banking Industry', *Proceedings of the 7th International Conference on Management of Technological Changes*, Book 1, 133-136.
45. Fishbein and Ajzen (1975), 'Belief, Attitude, Intention, and Behavior: an Introduction to Theory and Research', Addison-Wesley, Reading, MA
46. Foskett, N. (1999), 'Strategic, External Relations and Marketing, in J. Lumby, & N. Foskett (Eds.)', *Managing External Relations in Schools and Colleges*, London: Paul Chapman
47. Foskett, N., & Helmsley-Brown, J. (2001), 'Choosing futures: Young people's decision-making in education, training and careers markets', London, UK: Routledge.
48. Foskett, N., Dyke, M., & Maringe, F. (2008), 'The influence of the school in the decision to participate in learning post-16', *British Educational Research Journal*, 34(1), 37–61.
49. Foskett, N., Maringe, F. & Roberts, D. (2006), 'Changing Fee Regimes and their Impact on Student Attitudes to Higher Education', *Higher Education Academy*, 13(2). 23-31.
50. Friedman D, Hechter M. (1988), 'The contribution of rational choice theory to macrosociological research', *Sociol. Theory* 6:201–18
51. Ghosh, A. (1990), 'Retail management', Chicago: Drydden press.

52. Glasser, W. (1998), 'Choice theory: A new psychology of personal freedom', New York, NY: Harper
53. Gray, B., Fam, K. & Llanes, aV. (2003b), 'Branding universities in Chinese markets', *Journal of Product and Brand Management*, 12(2), pp.13-30.
54. Gruber, T., Fub, S., Voss, R. & Glaser-Zikuda, M. (2010), 'Examining student satisfaction with higher education services using a new measurement tool', *International Journal of Public Sector Management*, 23(2), 105-123
55. Gibbs, P. 2001, 'Higher education as a market: A problem or solution?', *Studies in Higher Education*, vol. 26, no. 1, pp. 85. Govan et al (2006)
56. Gibbs, P., & Knapp, M. (2002), 'Marketing Higher and Further Education: an Educator's Guide to Promoting Courses, Departments and Institutions', London: Kogan Page
57. Ginzberg, E; Ginsburg, S.W; Axelrad, S, & Herma (1951), 'Occupational choice: An approach to general theory', Columbia University Press, New York.
58. Hair JF, Black B, Babin B, Anderson RE, Tatham RL (2006) 'Multivariate data analysis', Pearson Prentice Hall, Englewood Cliffs
59. Hanson KH, Litten LH (1989), 'Mapping the road to academe: a review of research on women, men, and the college-selection process', In: Perun PJ, editor. *The undergraduate woman: issues in educational equity*. Lexington: Lexington Books, p. 73–98
60. Hanson, K. H., & Litten, L. H. (1982), 'The college attendance/choice process', In P. Perun (Ed.) *The undergraduate woman: Issues in education*. Lexington, MA: Lexington Books.
61. Hayes (2009), 'Beyond Baron and Kenny: Statistical mediation analysis in the new millennium', *Communication Mono graphs*, 76, 408-420
62. Hemsley – Brown & Opalatka (2006), 'Universities in a Competitive Global Marketplace: A Systematic Review of the Literature on Higher Education Marketing', *International Journal of Public Sector Management*, 19(4). 316-338
63. Hill, Frances M. (1995), 'Managing service quality in higher education: the role of the student as primary consumer', *Quality Assurance in Education*, Vol. 3 Issue: 3, pp.10-21, <https://doi.org/10.1108/09684889510093497>,

64. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), ‘Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS’, Nhà xuất bản Hồng Đức
65. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), ‘Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS tập 1, tập 2’, NXB Hồng Đức.
66. Hooley, G. J. & Lynch, J. E. (1981). 'Modelling the Student University Choice Process through the Use of the Conjoint Measurement Techniques, ' European Research, 9(4). 158-170
67. Hossler et al (1999), ‘Going to College, How Social, Economic, and Educational Factors Influence the Decisions Students Make’, The John Hopkins University Press. Baltimore & London.
68. Hossler, D., Bean, J. P. & Associates (1990), ‘The Strategic Management of College Enrollments’, Jossey-Bass, Inc, San Francisco
69. Hossler, Braxton & Coopersmith (1989), ‘Understanding student college choice’, In J.C. Smart (Ed), Higher education: Handbook of theory and research (Vol. 5, pp. 234). New York: Agathon.
70. Hossler, D., & Gallagher, K. S. (1987), ‘Studying student college choice: A three-phase model and the implications for policymakers’, College and University, 62(3), 207- 222
71. Hossler, D., Hu, S., & Schmit, J. (1998, April). Predicting student sensitivity to tuition and financial aid. Paper presented at the annual meeting of the American Educational Research Association, San Diego, CA
72. Hoyer, W. D. & MacInnis, D. J. (2001), ‘Consumer Behaviour. 2nd ed.’, Boston, Houghton Mifflin Company.
73. Hoyt & Brown (2003), ‘Marketing UVSC: How prospective students view the college’, <http://webprod1.uvu.edu/iri/pdfs/research/marketinguvscspring2003/collegechoice5.pdf>
74. Ivy, J. (2001), “Higher education institution image: a correspondence analysis approach”, The International Journal of Educational Management, Vol. 15 Nos 6/7, pp. 276-82.
75. Jackson GA. Public efficiency and private choice in higher education. Educ Eval Policy Anal 1982;4/2. Kapferer JA. Strategic brand management: creating and sustaining brand equity long term. Second edition. London: Kogan Page; 1997

76. Jackson, G. A. (1982), 'Public efficiency and private choice in higher education', *Educational Evaluation and Policy Analysis*, 4(2), 237-247
77. James et al (1999), 'Rural and Isolated School Students and their Higher Education Choices', NBEET, AGPS, Canberra
78. Johns, R. (2010), 'Likert Items and Scales', *Survey Question Bank: Methods Fact Sheet* .
79. Jonathan Ivy (2008), 'A new higher education marketing mix: the 7Ps for MBA marketing', *International Journal of education Management*. Vol 22 No.4, pp 288-299
80. Joseph, M. & Joseph, B. (1998), 'Identifying Need of Potential Students in Tertiary Education for Strategy Development', *Quality Assurance in Education*, 6(2). 90-96
81. Joseph, M. and Joseph, B. (2000), 'Indonesian students' perceptions of choice criteria in the selection of a tertiary institution: strategic implications', *The International Journal of Educational Management*, Vol. 14 No. 1 pp. 40-44
82. Joshep Kee Ming Sia (2013), ' University Choice: Implications for Marketing and Positioning', *Education*, 3(1), 7-14
83. K.Ohmae (2013), 'Tư duy của chiến lược gia', Công ty CP Sách Alpha
84. Karl Wagner et al (2009). "Factors Influencing Malaysian Students' Intention to Study at a HEI", Chinese American Scholars Association, New York, New York, USA, Retrieved 30 September, 2015, from <http://www.gcasa.com/PDF/malaysia/Wagner-Fard.pdf>
85. Kinear and Tay lor (2006), 'Marketing Research: An Applied Approach', 5th edn, New York, McGraw-Hill
86. Koe & Saring (2012), 'Factors Influencing the Foreign Undergraduates Intention to Study at', *Jurnal Kemanusiaan*, 19, 57-68.
87. Kotler, P. & Armstrong, G. (2008), 'Principles of Marketing (12 th Ed.)', Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.
88. Kotler, P. (1976), 'Applying marketing theory to college admissions. In *College Entrance Examination Board* (ed.). *A Role for Marketing in Co- llege Admission* 54-72. New York: College Entrance Examination Board
89. Kotler, P. (1980), 'Principle of Marketing, Prentice Hall', Englewood Cliffs, NY.

90. Kotler, P. and Fox, K.F.A. (1995), 'Strategic Marketing for Educational Institutions, 2nd ed., Prentice-Hall, New Jersey, NJKotler and Keller (2011)
91. Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2002) Marketing Professional Services (2 nd Ed.), Paramus, N.J. ; London: Prentice Hall
92. Kôn.I.X (1987), 'Tâm lí học thanh niên', NXB Trẻ (Phạm Minh Hạc, Ngô Hòa Hiệp dịch)
93. Krampf and Heinlein (1981), 'Developing marketing strategies and tactics in higher education through target market research', Decision Sciences, Vol. 12, N° 2, pp.175- 93
94. Lamb, S. (2004), 'Student and School Characteristics: Equity Funding for a New Student Resource Package for Victorian Government Schools', Report prepared for the Victorian Department of Education and Early Childhood Development.
95. Leslie et al (1988), The economic value of higher education, New York: Collier MacMillan
96. Lê Hương (2000), 'Một số nét đặc trưng của lứa tuổi thanh niên', Tạp chí Tâm lí học, số 2
97. Lê Thị Thanh Mai (2015) <http://tuoitre.vn/chon-nganh-hoc-theo-xu-the-hoi-nhap-700164.htm>
98. Lê Văn Hồng (2002), 'Tâm lý học lứa tuổi và tâm lý học sư phạm', NXB Đại học Quốc gia, Hà Nội
99. Loudon, D. L., Della Bitta, A. J. (1993), 'Consumer behavior: Concepts and applications', / Loudon, D. L., Della Bitta, A. J., 4th ed. New York: McGraw-Hill.
100. Luật Giáo dục đại học (2012), NXB Hồng Đức
101. Luật Giáo dục Việt Nam (2005)
102. Mai Thi Ngoc Dao, Anthony Thorpe, (2015) 'What factors influence Vietnamese students' choice of university?', International Journal of Educational Management, Vol. 29 Issue: 5, pp.666-681, <https://doi.org/10.1108/IJEM-08-2014-0110>
103. Manski and Wise (1983), 'College choice in America', Cambridge, MA: Harvard University Press.

104. Marcia Terra Da Silva (2003), 'A key Question for Higher Education: Who are the customers?', Proceedings of the 31st Annual Conference of the Production and Operations Management Society, POM-2003, April, 4-7, 2003, Atlanta, GE
105. Maringe (2006), 'University and course choice: Implications for positioning, recruitment and marketing', International Journal of Educational Management, Vol. 20(6), 466-479
106. Maringe and Carter (2007), 'International students' motivations for studying in UK HE: Insights into the choice and decision making of African students', International Journal of Education Management, 21(6), 459-475.
107. Mazzarol, T., 1998, 'Critical success factors for international education marketing', The International Journal of Educational Management , Vol. 12, N° 4, pp. 163-175.
108. Mbadugha, L. N. A. (2000), 'The financial nexus between college choice and persistence for community college students: A financial impact model', University of New Orleans, United States -- Louisiana. Merriam, S. B. (1998), 'Qualitative research and case study applications in education', San Francisco: Jossey-Bass.
109. Miles, M. and Huberman, A. (1994), 'Qualitative Data Analysis,'. Thousand Oaks, Sage
110. Ming Joseph Sia Kee (2010), 'Institutional Factors Influencing Students' College Choice Decision in Malaysia: A Conceptual Framework', International Journal of Business and Social Science, Vol. 1 No. 3; December 2010, ISSN 2219-1933 (Print), ISSN 2219-6021 (Online). p. 55
111. Moogan Baron & Harris (1999), 'Decision-making behaviour of potential higher education students', Higher Education Quarterly, 53(3), 211–228.
112. Muller, P.H (2003), ' Intent to leave nursing in the European nursing profession', Working Life Research Report 7, (pp 115 – 124), Stockholm: National Institute for Working Life
113. Nguyễn Cao Văn và Trần Thái Ninh (2009), 'Giáo trình lý thuyết xác suất thống kê toán', NXB Khoa học Kỹ thuật, 1995
114. Nguyễn Cao Văn và Trần Thái Ninh (2009), 'Giáo trình lý thuyết xác suất và thống kê toán', NXB Đại học kinh tế quốc dân

115. Nguyễn Minh Hà & Ctg (2011), ‘Các yếu tố ảnh hưởng đến việc sinh viên chọn Trường ĐH Mở TP.HCM’, Đề tài nghiên cứu khoa học thuộc Trường ĐH Mở TP.HCM.
116. Nguyễn Phương Toàn (2011), ‘Khảo sát các yếu tố tác động đến việc chọn trường của học sinh lớp 12 trung học phổ thông trên địa bàn tỉnh Tiền Giang’, Luận văn thạc sỹ
117. Nguyễn Tiến Cường & Nghiêm Đình Thắng (2015), ‘Những điều cần biết về tuyển sinh đại học và cao đẳng năm 2015’, Nhà Xuất Bản Giáo dục Việt Nam.
118. Nguyễn Thị Sang (2010), ‘Đặc điểm chung về định hướng giá trị nghề nghiệp của học sinh trung học phổ thông Đồng bằng sông Cửu Long’, Tạp chí Khoa học Giáo dục (tháng 01/2010), Hà Nội.
119. Nguyễn Văn Tài (Chủ nhiệm đề tài), Nguyễn Ánh Hồng, Nguyễn Thanh Hằng, Lê Tuyết Ánh, Kim Thị Dung, Hoàng Công Thảo, Lê Thị Yên Di, Phạm Ngọc Lan (2003), ‘Nghiên cứu một số yếu tố kinh tế - xã hội tác động đến hoạt động học tập và định hướng việc làm sau tốt nghiệp của sinh viên ĐHQG TP.HCM’, ĐH KHXH&NV, ĐHQG TP. HCM
120. Pascarella, E., & Terenzini, P. (1991), ‘How college affects students’, San Francisco: Jossey-Bass
121. Paulsen (1990), ‘College choice: Understanding student enrollment behavior’, (ASHE-ERIC Higher Education Report No. 6. Washington, DC: The George Washington University, School of Education and Human Development
122. Pavlou, P. A., & Fygenson, M. (2006), ‘Understanding and predicting electronic commerce adoption: An extension of the theory of planned behavior’, *Management Information Systems Quarterly*, 30(1), 115-143.
123. Peng, Z. et al., (2000), ‘Modelling and testing effects of country, corporate and brand images on consumers’ product evaluation and purchase intention’, paper presented at the ANZMAC 2000 Visionary Marketing for the 21th Century: Facing the Challenge Conference
124. Perna, L. W. (2000), ‘Differences in College Enrollment Among African Americans, Hispanics and Whites’, *Journal of Higher Education* 71(1), 117-141.
125. Perna, L.W. (2004), ‘The key to college access: A college preparatory curriculum’, In W. G. Tierney, Z. B. Corwin, & J. E. Colyar (Eds.), *Preparing for*

- college: Nine elements of effective outreach. (pp. 113-134). Albany, NY: State University of New York Press
126. Plank, S. B., & Jordan, W. J. (2001), 'Effects of information, guidance, and actions on postsecondary destinations: a study of talent loss', *American Educational Research Journal*, 38 (4), 947-979
 127. Price et al (2003), 'The impact of facilities on student choice of university', *Facilities*, Vol. 21 No. 10, p. 212
 128. Quigley, C. J., Bingham, F. G., Notarantonio, E. M. & Murray, K. 2000, 'The Impact Discounts and the Price-Quality Effect Have on the Choice of an Institution of Higher Education', *Journal of Marketing For Higher Education*, vol. 9, no. 2, pp. 1-17
 - Ramayah et al (2010)
 129. Ramayah, T., Noor Hazlina Ahmad, & Lo, M.-C. (2010), 'The role of quality factors in intention to continue using an e-learning system in Malaysia', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 5422-5426
 130. Raposo, M. & Alves, H. 2007, 'A model of university choice: an exploratory approach', *MPRA Paper*, vol. 1, no. 5523, pp. 203-218.
 131. Roger, Paul, James (1993), 'Consumer Behavior', Dryden Press
 132. Ronald Barnett (1992), 'Improving Higher Education: Total Quality Care', SRHE/ Open University Press.
 133. Salomon et al (1995), 'Note on sandflies associated with a tegumentary leishmaniasis focus in Salta, Argentina', *Rev Inst Med Trop São Paulo* 37: 91-92.
 134. Saunders et al (2007), 'Research Methods for Business Students', Fourth Harlow, England, FT Prentice Hall, Pearson Education.
 135. Sewell and Shah (1978), 'Social Class, Parental Encouragement, and Educational Aspirations.', *American Journal of Sociology* 559-572.
 136. Sewell, Haller and Portes (1969), 'The educational and early occupational attainment process', *American Sociological Review*.
 137. Shah et al (2012), 'The Impact of Brands on Consumer Purchase Intentions', *Asian Journal of Business Management* 4(2): 105-110
 138. Shanka, T.; Quintal, V.; Taylor, R. (2005), 'Factors Influencing International Students' Choice of an Education Destination - A Correspondence Analysis', *Journal of Marketing for Higher Education*, 15(2), 31 – 46

139. Soutar, G.N. and Turner, J.P. (2002), 'Students' preferences for university: a conjoint analysis', *The International Journal of Educational Management*, Vol. 16 No. 1, pp. 40-5.
140. Steenkamp, J.E.M. & Van Trijp, H.C.M. (1991), 'The use of LISREL in validating marketing constructs', *International Journal of Research in Marketing*, 8, 283-299. North-Holland: Elsevier Science Publishers B.V
141. Tabachnick and Fidell (1996), 'Using multivariate statistics (3rd ed.)', New York: HarperCollins.
142. Tavares et al (2008), 'Cytological characterization of YpsB a novel component of *Bacillus subtilis* divisome', *J. Bacteriol.* 190.7090-7107
143. Turner, J.P. (1998), 'An investigation of business undergraduates' choice to study at Edith Cowan University', unpublished research report, Edith Cowan University, Perth.
144. Trần Khánh Đức (2010), 'Giáo dục và phát triển nguồn nhân lực thế kỷ XXI', NXB Giáo dục Việt Nam, Hà Nội
145. Trần Văn Quý, Cao Hào Thi (2009), 'Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường ĐH của học sinh trung học phổ thông', *Tạp chí phát triển KH&CN* (số 15-2009), ĐHQG TP.HCM.
146. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., and Davis, F. D (2003), 'User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View', *MIS Quarterly* (27:3), pp. 425-478
147. Vincent and Thompson (2002), 'Assessing community support and sustainability for ecotourism development', *Journal of Travel Research* 41(2), 153-60
148. Vrontis Demetris, Thrassou Alkis, Melanthiou Yioula (2007), 'A contemporary higher education student-choice model for developed countries', *Journal of Business Research* 60 (2007), ISSN: 0148-2963, p. 979-989
149. Vũ Huy Thông (2007), 'Quản trị trường Đại học theo mô hình tổ chức cung ứng dịch vụ - nghiên cứu từ góc độ marketing dịch vụ' *Đề tài NCKH Cấp Bộ*
150. Wajeer, E., Micceri, T.(1996), 'Institutional factors affecting student enrollment at the University of South Florida Office of Institutional Research and Planning', USF., Tampa: Florida.

151. Webb (1993), 'Variable Influencing Graduate Business Students' College Selection', *College and University Journal*, 68, pp 38-46
152. Wellman, Barry, & Keith Hampton (1999), 'Living Networked On and Off Line', *Contemporary Sociology* 28(6), 648-654
153. West & Turner (2007), 'Introducing communication theory', *Analysis and application*. 4th edn. New York: McGraw-Hill, 410-425, 376-391.
154. Willis, Huston and Pohlkamp (1993), 'Evaluation Measures of just in time supplier performance', *Prod Inventory Manag J* 34(2): pp 1-5
155. Yusof (2008), 'A Study of Factors Influencing the Selection of a Higher Education Institution', *UNITAR e-journal*, 4(2), 27-40
156. Zeithaml, V., Parasuraman, A. and Berry, L. (1985), 'Problems and strategies in services marketing', *Journal of Marketing*, Vol. 49, Spring, pp. 33-46.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1

Tổng hợp mô tả quá trình lựa chọn trường đại học của học sinh/ sinh viên

Tác giả	Quá trình ra quyết định lựa chọn					
Demetric Vrontis et al (2007)	Khát vọng đi học	Tìm kiếm	Thu thập thông tin	Gửi đơn đăng ký dự tuyển		Nhập học
Radford (2009)	Khuyến hướng	Chuẩn bị	Thăm dò	Đăng ký	Thi tuyển	Trúng tuyển
Chapman (1981)	Trước tìm kiếm	Tìm kiếm	Đăng ký	Lựa chọn	Ghi danh	
Hanson và Litten (1982)	Quyết định đi học đại học	Tìm kiếm	Đăng ký, làm thủ tục, ghi danh			
Litten (1982)	Có nguyện vọng đi học	Tìm kiếm	Thu thập thông tin	Đăng ký	Ghi danh	
Jackson (1982)	Sở thích		Khám phá	Đánh giá		
Hossler và Gallagher (1987)	Khuyến hướng lựa chọn		Tìm kiếm	Lựa chọn		
Kotler và Fox (1985)	Quyết định chọn trường	Thu thập thông tin		Đánh giá và hạn chế lựa chọn	Lựa chọn	

Tác giả tổng hợp

PHỤ LỤC 2:**Tổng hợp các kết quả nghiên cứu nước ngoài về quyết định lựa chọn trường ĐẠI HỌC của học sinh PTTH**

Tên tác giả	Năm	Nước	Mẫu	Loại nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu	Các yếu tố ảnh hưởng	
Krampf và Heinlein	1981	Mỹ	196	Nghiên cứu thực nghiệm	Phân tích sự khác biệt	Sự hấp dẫn của khuôn viên trường, Thông tin từ các chuyến tham quan trường, Khích lệ của gia đình, cảm nhận về chương trình học, Thông tin từ catalogue giới thiệu, Gần nhà, Bầu không khí thân thiện ở khuôn viên trường	
Hooley và Lynch	1981	Anh	29	Nghiên cứu thực nghiệm	Định lượng Định tính	MONANOVA Conjoint analysis	Sự phù hợp của chương trình học Địa điểm, Danh tiếng, loại hình trường (truyền thống/ hiện đại), lời khuyên từ cha mẹ và giáo viên.
Qureshi	1995		550	Nghiên cứu thực nghiệm	Định lượng	Mô hình tuyến tính, mô hình hành vi, phân tích tương quan, ANOVA	Danh tiếng, cảm nhận về chương trình học, cảm nhận về học phí, hỗ trợ tài chính, giá trị của bằng cấp để xin việc, ký túc xá an toàn, Trang thiết bị thư viện
Mazzarol và cộng sự	1996	Australia	315	Nghiên cứu thực	Định lượng	Phân tích nhân tố, hồi qui	Sự thừa nhận về chất lượng chương trình học của các nhà tuyển dụng, danh tiếng về học

Tên tác giả	Năm	Nước	Mẫu	Loại nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu		Các yếu tố ảnh hưởng		
				nghiệm			thuật, nhu cầu thừa nhận về bằng cấp, danh tiếng về giảng viên và chuyên gia		
Lin	1997	Hà Lan		Nghiên cứu thực nghiệm	Định lượng	Phân tích mô tả	Chất lượng đào tạo, Cơ hội nghề nghiệp, Danh tiếng, Cơ hội thực tập, cảm nhận về chất lượng cơ sở vật chất, Chuẩn mực về học thuật		
Tuner	1998	-	-	Nghiên cứu thực nghiệm	Định tính	Phỏng vấn	Triển vọng nghề nghiệp tương lai, Chất lượng bằng cấp được nhà tuyển dụng đánh giá, Có nhiều cơ hội được sử dụng các trang thiết bị hiện đại, Được chứng nhận về chương trình đào tạo quốc tế...		
Joseph and Joseph				Nghiên cứu thực nghiệm	Định lượng	Mô hình đa tiêu chí, phân tích mô tả, phân tích xếp hạng yếu tố quan trọng, phép xoay nhân tố	Xếp hạng	New Zealand	Indonesia
							1998	2000	
	1998	New Zealand	300				1	Danh tiếng trường đại học	Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học về chương trình học và nghề nghiệp
	2000	Indonesia	200			2	Cảm nhận về Chương trình học	Cảm nhận về Cơ sở vật chất và nguồn	

Tên tác giả	Năm	Nước	Mẫu	Loại nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu	Các yếu tố ảnh hưởng		
								lực
						3	Cảm nhận về Chi phí	Cảm nhận về Chi phí
						4	Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực	Cảm nhận về Chương trình học
						5	<i>Chung</i>	Danh tiếng trường đại học

Một là, Joshep và Joshep (1998) nhằm xem xét các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học để theo học của học sinh quốc tế có ý định lựa chọn trường đại học ở New Zealand. Mẫu nghiên cứu là 300 học sinh cuối cấp THPT và cho rằng đây là những sinh viên tiềm năng nhất vì họ đã có ý định chắc chắn để trở thành những sinh viên tại một trường nào đó. Tác giả đã xây dựng 17 thang đo dựa trên cảm nhận của học sinh gồm: cảm nhận về chi phí, cảm nhận về chương trình học, cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực, danh tiếng, *Chung*. Kết quả nghiên cứu có 216 bảng trả lời hợp lệ, chiếm 72% trong đó có 61 học sinh nam và 149 học sinh nữ. Nhìn chung, giữa học sinh nam và học sinh nữ không có nhiều khác biệt khi đánh giá về mức độ quan trọng của các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn trường đại học của họ.

Năm 2000, tác giả đã kế thừa công trình nghiên cứu ở New Zealand và phát triển tiếp nghiên cứu tại Indonesia. Đối tượng nghiên cứu là 200 học sinh THPT ở khu vực trung tâm của Indonesia. Có 17 thang đo và đo lường 5 biến số, tuy nhiên các biến độc lập có sự điều chỉnh để phù hợp với bối cảnh nghiên cứu ở Indonesia. Cụ thể: Biến độc lập *Chung* được thay đổi là Thông tin học sinh nhận được về chương trình học và nghề nghiệp, 4 biến còn lại gồm: danh tiếng của trường, cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực, cảm nhận về chi phí,

Tên tác giả	Năm	Nước	Mẫu	Loại nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu		Các yếu tố ảnh hưởng
<p>cảm nhận về chương trình học được giữ nguyên. Kết quả thu được gồm 110 bảng hỏi hợp lệ (chiếm tỷ lệ 55%) có 80 nam và 30 nữ. Như vậy, trong hai nghiên cứu trên, các tác giả đều sử dụng 17 thang đo để đo lường 5 biến số độc lập, cùng hướng đến nhóm học sinh năm cuối cấp THPT. Các nghiên cứu đều có 3 mục tiêu chính là:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nhận thức của học sinh năm cuối cấp THPT về hình ảnh của một trường đại học lý tưởng là gì (có những đặc điểm chính gì) - Xếp hạng các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh PTTH - Sự khác biệt của học sinh nam và nữ khi đánh giá mức độ quan trọng của các yếu tố khi lựa chọn trường đại học. <p>Các công cụ được sử dụng để phân tích dữ liệu gồm: phân tích mô tả, xếp hạng yếu tố quan trọng, phân tích phép xoay nhân tố. Các tác giả cũng khuyến nghị về việc sử dụng mô hình đa tiêu chí vì “mô hình này có thể giúp tổ chức chỉ ra được điểm mạnh và điểm yếu khi so sánh với các tổ chức khác, sẽ giúp các tổ chức cải thiện được cách thức quản lý, sẽ cung cấp các thông tin phỏng vấn được nhằm giúp các tổ chức đề ra các chiến lược hợp lý và các điều chỉnh hướng đến mục tiêu” (Cook và Zallocco, 1983)</p>							
Ivy	2001	Anh	174	Nghiên cứu thực nghiệm	Định lượng	Phân tích tương quan	<p>Các trường lâu đời ở Anh Chất lượng giảng dạy, cảm nhận về Chương trình học, danh tiếng giảng viên, cán bộ</p>
							<p>Các trường công nghệ Nam Phi Chính sách học phí thấp, Các khoản hỗ trợ tài chính, Cơ sở vật chất, Phí ngoài giờ</p>

Tên tác giả	Năm	Nước	Mẫu	Loại nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu	Các yếu tố ảnh hưởng	
Soutar & Turner	2002	Wester Australia	259	Nghiên cứu thực nghiệm	Định lượng	Sử dụng phương pháp phân tích Conjoint analysis, phân tích chùm	Sự phù hợp của khóa học, Danh tiếng trường đại học, Triển vọng nghề nghiệp, Chất lượng giảng viên, Bầu không khí trường học
Karld Wagner và cộng sự	2009	Malaysia	162	Nghiên cứu thực nghiệm	Định lượng	Phân tích mô tả, Phân tích tương quan	Cảm nhận về chi phí, Cảm nhận về Chương trình học, cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực, Danh tiếng trường đại học, Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học, lời khuyên của người khác

Đây là nghiên cứu về ý định lựa chọn một trường đại học để theo học của học sinh đã tốt nghiệp THPT (chỉ nghiên cứu ở giai đoạn lựa chọn trường). Dựa trên lý thuyết về hành vi lựa chọn, lý thuyết marketing hỗn hợp tác giả đã đề xuất mô hình này gồm 2 nhóm biến số độc lập: nhóm các yếu tố thuộc cảm nhận của học sinh về thuộc tính chất lượng trường đại học (chi phí, chương trình học, cơ sở vật chất và nguồn lực, danh tiếng, thông tin học sinh nhận được từ trường đại học) và lời khuyên của người khác (gia đình, bạn bè, và bạn cùng lớp). Kết quả là 5/6 giả thuyết đều được chấp nhận nghĩa là các biến độc lập đều có mối quan hệ tích cực với ý định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Giả thuyết lời khuyên của người khác (bố mẹ, anh chị...) có ảnh hưởng tích cực để quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT bị bác bỏ.

Tên tác giả	Năm	Nước	Mẫu	Loại nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu		Các yếu tố ảnh hưởng
Joseph Kee Ming Sia	2013	Malaysia	512	Nghiên cứu thực nghiệm	Định lượng	Phân tích mô tả, phân tích nhân tố, phân tích xếp hạng	Cảm nhận về chương trình học, cảm nhận về chi phí, địa điểm, ban tư vấn PTTH, Bạn bè và bạn cùng lớp, Các chuyến tham quan trường đại học
<p>Đây là nghiên cứu ở Sarawak, Malaysia, có 512 phiếu điều tra hợp lệ được phản hồi trong đó 39,6 % nam, 60,4% nữ. Đối tượng của nghiên cứu này là học sinh đã tốt nghiệp THPT đang học các chương trình dự bị tại các trường ở Malaysia, những học sinh đã có chứng chỉ từ kỳ thi tốt nghiệp quốc gia (SPM/MCE), hoặc chứng chỉ từ chương trình dự bị đại học (có 2 nhóm cấp độ A và nhóm thi tuyển đại học) nghĩa là những học sinh này thực sự có đủ các điều kiện để theo học tại một trường đại học cụ thể nào đó tại thời điểm khảo sát. Những học sinh này có ý định chắc chắn muốn lựa chọn trường đại học nào đó nhưng họ chưa chính thức được các trường đại học chấp nhận. Sau khi thu thập dữ liệu tác giả đã sử dụng phần mềm SPSS để phân tích mô tả, phân tích nhân tố. Kết quả về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến quyết định lựa chọn trường được sắp xếp theo mức độ quan trọng từ cao tới thấp như sau: cảm nhận về chương trình học, cảm nhận về chi phí, địa điểm, ban tư vấn tuyển sinh ở THPT, bạn bè và bạn cùng lớp, các chuyến thăm quan trường đại học. Có 4/6 giả thuyết được chấp nhận gồm: cảm nhận chương trình học, cảm nhận chi phí, địa điểm, ban tư vấn THPT có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT. Trong nghiên cứu này, biến phụ thuộc được đo lường bằng câu hỏi đa lựa chọn “Bạn có ý định lựa chọn vào trường đại học nào?.”</p>							
<i>Koe và Saring</i>	2012	Malaysia	250	Nghiên cứu thực nghiệm	Định lượng	Phân tích mô tả, xếp hạng nhân tố, hồi qui	Địa điểm, chi phí thấp, danh tiếng trường, cảm nhận về chương trình học, cảm nhận về cơ sở vật chất, hình ảnh đất nước

Tên tác giả	Năm	Nước	Mẫu	Loại nghiên cứu	Phương pháp nghiên cứu		Các yếu tố ảnh hưởng
<p>Đây là nghiên cứu sử dụng lý thuyết hành vi cụ thể là mô hình TRA để khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến ý định tiếp tục học chương trình sau đại học ở một trường đại học công lập của sinh viên quốc tế. Mô hình gồm 7 biến độc lập và chia thành 2 nhóm. Nhóm các yếu tố thuộc trường đại học (yếu tố marketing) gồm: Địa điểm, chi phí thấp, danh tiếng của trường, cảm nhận về chương trình học, cảm nhận về cơ sở vật chất; nhóm yếu tố bên ngoài là ảnh hưởng của cha mẹ, bạn bè và hình ảnh đất nước. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng địa điểm, danh tiếng, chi phí thấp, hình ảnh quốc gia, cảm nhận về cơ sở vật chất, cảm nhận về chương trình học là những yếu tố ảnh hưởng đến ý định theo học chương trình sau đại học của sinh viên. Giả thuyết về ảnh hưởng của gia đình, bạn bè.. ảnh hưởng tích cực đến ý định lựa chọn trường đại học của sinh viên bị từ chối.</p>							
<i>Yusuf và Abdullah</i>	2017	Malaysia	200	Nghiên cứu thực nghiệm	Định lượng	Phân tích mô tả, xếp hạng nhân tố, hồi qui	Cảm nhận về Chi phí, cảm nhận về cơ sở vật chất, ảnh hưởng của gia đình, bạn bè.., địa điểm
<p>Đây là nghiên cứu sử dụng lý thuyết hành vi cụ thể là mô hình TRA để khám phá các nhân tố ảnh hưởng đến ý định tiếp tục học chương trình sau đại học ở một trường đại học công lập của sinh viên quốc tế. Mô hình gồm 7 biến độc lập và chia thành 2 nhóm. Nhóm các yếu tố thuộc trường đại học (yếu tố marketing) gồm: Địa điểm, chi phí thấp, danh tiếng của trường, cảm nhận về chương trình học, cảm nhận về cơ sở vật chất; nhóm yếu tố bên ngoài là ảnh hưởng của cha mẹ, bạn bè và hình ảnh đất nước. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng địa điểm, danh tiếng, chi phí thấp, hình ảnh quốc gia, cảm nhận về cơ sở vật chất, cảm nhận về chương trình học là những yếu tố ảnh hưởng đến ý định theo học chương trình sau đại học của sinh viên. Giả thuyết về ảnh hưởng của gia đình, bạn bè.. ảnh hưởng tích cực đến ý định lựa chọn trường đại học của sinh viên bị từ chối.</p>							

Nguồn: Tác giả

PHỤ LỤC 3

Tổng hợp các nghiên cứu trong nước về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh PTTH

Tác giả	Năm	Các yếu tố ảnh hưởng
Trần Văn Quý và Cao Hào Thi	2009	Cơ hội việc làm trong tương lai, yếu tố đặc điểm cố định của trường, bản thân cá nhân học sinh; người ảnh hưởng và thông tin có sẵn
<p>Trần Văn Quý và Cao Hào Thi (2009) đã tiến hành nghiên cứu đề tài “Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường của học sinh PTTH”. Kết quả phân tích 227 bảng trả lời của học sinh lớp 12 năm học 2008 – 2009 của 5 trường THPT tại Quảng Ngãi cho thấy có các yếu tố ảnh hưởng chính gồm: cơ hội việc làm trong tương lai; đặc điểm cố định của trường đại học; thông tin có sẵn. Từ kết quả nghiên cứu này, các tác giả đã đề xuất một số kiến nghị nhằm giúp đỡ gia đình, nhà trường và các tổ chức giáo dục có biện pháp thiết thực nhằm định hướng có phương pháp và tạo điều kiện tốt nhất cho các học sinh THPT lựa chọn trường một cách tốt nhất có thể. Điểm hạn chế của nghiên cứu là mô hình này chỉ mới giải thích được vấn đề nghiên cứu ở mức 21,5% khi nhân rộng ra tổng thể. Vì vậy cần tăng thêm kích thước mẫu nghiên cứu.</p>		
Nguyễn Minh Hà và cộng sự (2011)	2011	Nỗ lực của nhà trường đưa thông tin đến học sinh sắp tốt nghiệp THPT, chất lượng dạy và học, đặc điểm của bản thân sinh viên, công việc trong tương lai, khả năng đầu vào trường, Người thân trong gia đình
<p>Nguyễn Minh Hà và cộng sự (2011) nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc sinh viên chọn trường đại học Mở thành phố Hồ Chí Minh. Nghiên cứu được thực hiện với 1.894 sinh viên năm thứ nhất hệ chính quy. Tác giả kết luận có 7 nhân tố ảnh hưởng đến việc sinh viên chọn trường, chúng đều có mối quan hệ mật thiết với nhau bao gồm: Nỗ lực của nhà trường đưa thông tin đến học sinh sắp tốt nghiệp PTTH; Chất lượng dạy và học; Đặc điểm của bản thân sinh viên; Công việc trong tương lai; Khả năng đầu vào trường; Người thân trong gia đình; Người thân ngoài gia đình. Điểm hạn chế của nghiên cứu: đối tượng khảo sát đã là sinh viên năm thứ nhất, trong khi cảm nhận về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn của học trước và sau là sinh viên chính thức có thể bị sai lệch.</p>		

Mai Thị Ngọc Đào	2014	Cảm nhận về Trang thiết bị và dịch vụ; cảm nhận về chương trình đào tạo, học phí, thông tin offline; lời khuyên của người thân, thông tin online, các cách tiếp cận tuyển sinh, Điều kiện chương trình học; quảng cáo
<p>Nghiên cứu của Mai Thị Ngọc Đào và Anthony Thorpe (2014) đã tiến hành nghiên cứu 1.124 học sinh ở Việt Nam (gồm đã, đang học đại học). Với cách tiếp cận từ lý thuyết marketing tác giả đã chia các yếu tố ảnh hưởng thành 9 nhóm yếu tố. Qua phân tích dữ liệu thu thập được bằng phương pháp định lượng, kết luận mức ảnh hưởng từ cao xuống thấp lần lượt như sau: trang thiết bị và dịch vụ, chương trình đào tạo, học phí, thông tin offline, lời khuyên của những người xung quanh, thông tin online, các cách tiếp cận tuyển sinh, điều kiện chương trình học, quảng cáo. Bên cạnh đó nhóm tác giả cũng nghiên cứu thêm sự khác biệt về giới và các đối tượng học sinh khác nhau ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học. Điểm hạn chế của nghiên cứu này là chưa chỉ rõ được mức độ ảnh hưởng cùng chiều hay nghịch chiều của các yếu tố ảnh hưởng đến biến phụ thuộc (quyết định lựa chọn trường đại học)</p>		
Đỗ Thị Hồng Liên và cộng sự	2015	Danh tiếng, ngôn ngữ quốc tế, Uy tín về các khóa học, Sở thích, Năng lực, Các chương trình giảng có ngôn ngữ quốc tế, Danh tiếng về các trường liên kết/ hợp tác, Thông tin từ truyền thông, Cựu sinh viên, Thông tin trực tiếp từ tư vấn tuyển sinh, Học phí, Ảnh hưởng của giáo viên cấp THPT, Ảnh hưởng từ bạn bè
<p>Nghiên cứu của Đỗ Thị Hồng Liên và cộng sự (2015) đã sử dụng mô hình gốc Chapman (1981) để nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến lựa chọn trường đại học của sinh viên thuộc khoa quốc tế trường đại học quốc gia Hà Nội. Mẫu nghiên cứu là 200 sinh viên mới thuộc 3 ngành chính theo chương trình hợp tác quốc tế (ngôn ngữ tiếng Anh). Dựa vào tổng quan nghiên cứu và phỏng vấn sâu tác giả đã liệt kê 14 yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn trường. Kết quả được sắp xếp theo thứ tự từ ảnh hưởng mạnh đến yếu như sau: Danh tiếng, ngôn ngữ quốc tế, uy tín về các khóa học, sở thích, năng lực, các chương trình giảng có ngôn ngữ quốc tế, danh tiếng về các trường liên kết/ hợp tác, thông tin từ truyền thông, cựu sinh viên, thông tin trực tiếp từ tư vấn tuyển sinh, học phí, ảnh hưởng của giáo viên cấp THPT, ảnh hưởng từ bạn bè.</p>		

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

PHỤ LỤC 4

PHIẾU KHẢO SÁT

Hiện nay, tôi đang thực hiện đề tài về “Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh phổ thông trung học”. Do vậy, tôi tiến hành điều tra khảo sát ý kiến của các bạn. Toàn bộ những ý kiến của các bạn hoàn toàn được bảo mật để phục vụ nghiên cứu. Rất mong nhận được sự đóng góp các bạn để nghiên cứu của tôi đạt được kết quả tốt. Xin cảm ơn!

Thông tin về đối tượng khảo sát

1. Giới tính
 Nữ Nam
2. Xếp loại học lực năm lớp 12
 Yếu , kém Trung bình
 Khá Giỏi
3. Địa điểm của trường THPT
 Nội thành Ngoại thành
4. Bạn có ý định chọn trường đại học
 Công lập Dân lập
5. Bạn đăng ký xét tuyển theo hình thức
 Xét tuyển Xét học bạ
6. Ý định lựa chọn trường đại học Công lập Ngoài công lập
7. Thời điểm bạn suy nghĩ nghiêm túc về việc lựa chọn trường địa học

Từ trước khi vào lớp 10	<input type="checkbox"/>
Từ lớp 10	<input type="checkbox"/>
Từ lớp 11	<input type="checkbox"/>
Từ lớp 12	<input type="checkbox"/>
Chưa có dự định gì	<input type="checkbox"/>

8. Quan điểm của bạn về việc đi học đại học

Với mức tăng dần từ (1) rất không đồng ý đến (5) với rất đồng ý

1	Là sinh viên đại học thì “oai”	1	2	3	4	5
2	Học đại học để trải nghiệm cuộc đời sinh viên					
3	Đơn giản là việc phải làm sau khi tốt nghiệp THPT	1	2	3	4	5
4	Học đại học chỉ dành cho người có tiền	1	2	3	4	5
5	Học đại học nâng cao kỹ năng và tầm nhìn rộng hơn	1	2	3	4	5
6	Không thể tìm được việc tốt nếu không học đại học	1	2	3	4	5
7	Học đại học để nâng cao kiến thức	1	2	3	4	5

9. Lý do để bạn lựa chọn một trường đại học là gì

Hãy chọn (1) với mức rất không đồng ý (5) với mức rất đồng ý)

1	Trường có ngành đào tạo phù hợp với sở thích	1	2	3	4	5
2	Khả năng xin việc sau khi tốt nghiệp	1	2	3	4	5
3	Tự hào khi học trường đó	1	2	3	4	5
4	Vì muốn sống xa nhà, tự lập	1	2	3	4	5
5	Phù hợp với lực học	1	2	3	4	5
6	Có khả năng trúng tuyển cao	1	2	3	4	5
7	Trường có ngành học “hot”	1	2	3	4	5
8	Gần nhà	1	2	3	4	5

10. Mức độ hữu ích của các nguồn thông tin bạn sử dụng khi lựa chọn trường đại học

(1) Rất không hữu ích (5) Rất hữu ích

1	Từ bố mẹ	1	2	3	4	5
2	Từ bạn bè	1	2	3	4	5
3	Từ thầy cô THPT	1	2	3	4	5
4	Qua các anh chị sinh viên	1	2	3	4	5
5	Qua cuốn “những điều cần biết về tuyển sinh đại học, cao đẳng”	1	2	3	4	5
6	Qua mạng xã hội (facebook, twitter, diễn đàn mạng...)	1	2	3	4	5
7	Qua website của trường đại học	1	2	3	4	5
8	Qua truyền hình (VTC, VTV, HTV...)	1	2	3	4	5
9	Qua báo giấy	1	2	3	4	5
10	Tới tham quan trực tiếp	1	2	3	4	5
11	Qua các ấn phẩm của trường đại học (tờ rơi, tạp chí của trường...)	1	2	3	4	5
12	Qua hoạt động hướng nghiệp và tư vấn tuyển sinh của trường đại học	1	2	3	4	5
13	Qua báo mạng	1	2	3	4	5

Phần 2. Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học

Bây giờ, ***bạn hãy hình dung về đại học X*** (là trường mà bạn đang có ý định lựa chọn). Dưới đây tôi liệt kê các tiêu chí đánh giá, bạn hãy thể hiện mức độ đồng ý của bạn bằng cách chọn (1) Rất không đồng ý(5) rất đồng ý cho mỗi câu nhận định sau:

		Rất đồng ý		Rất không đồng ý		
1. Cảm nhận về chi phí						
1	Chính sách học phí hợp lý	1	2	3	4	5
2	Chi phí sinh hoạt hợp lý	1	2	3	4	5
3	Có chính sách hỗ trợ tài chính (học bổng, trợ cấp, khoản vay ưu đãi...)	1	2	3	4	5
4	Chế độ thu các khoản phí (học phí ...) linh hoạt	1	2	3	4	5
2. Cảm nhận về chương trình học						
1	Các khóa học/ môn học với nội dung và cấu trúc và đa dạng để học sinh lựa chọn	1	2	3	4	5
2	Có thủ tục đăng ký đầu vào linh hoạt					
3	Các chương trình học chuyên sâu/ nâng cao phù hợp với nhu cầu của học sinh	1	2	3	4	5
4	Chương trình học với nhiều nội dung thực tiễn đáp ứng nhu cầu học sinh	1	2	3	4	5
5	Cho phép linh hoạt khi chuyển ngành học	1	2	3	4	5
6	Có nhiều hệ đào tạo					
7	Có sẵn các môn học/ chương trình học để học sinh lựa chọn và theo học trong toàn khóa	1	2	3	4	5
3. Danh tiếng của trường đại học						
1	Có danh tiếng về học thuật	1	2	3	4	5
2	Các chương trình học có chất lượng, uy tín	1	2	3	4	5
3	Các chương trình học được công nhận/ đánh giá cao về giá trị học thuật	1	2	3	4	5
4. Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực						
1	Vị trí lý tưởng	1	2	3	4	5
2	Môi trường khuyến khích học tập cho sinh viên	1	2	3	4	5
3	Cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ cho sinh viên nghỉ ngơi, giải trí	1	2	3	4	5

4	Cung cấp cho sinh viên đời sống xã hội đáng mong đợi (các hoạt động ngoại khóa, hoạt động xã hội...)	1	2	3	4	5
5	Các nguồn lực cần thiết để đáp ứng nhu cầu học tập của học sinh	1	2	3	4	5
6	Môi trường học tập an toàn và sạch sẽ	1	2	3	4	5
7	Đội ngũ cán bộ, giảng viên giàu kinh nghiệm, chất lượng cao	1	2	3	4	5
5. Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học						
1	Cung cấp đầy đủ các thông tin liên quan đến cơ hội nghề nghiệp	1	2	3	4	5
2	Cung cấp đầy đủ các thông tin liên quan đến các khóa học	1	2	3	4	5
3	Cung cấp đầy đủ các thông tin liên quan đến bậc sau đại học hoặc các khóa học để học bậc cao hơn	1	2	3	4	5
6. Lời khuyên của người khác						
1	Lời khuyên bố mẹ	1	2	3	4	5
2	Lời khuyên của bạn bè	1	2	3	4	5
3	Lời khuyên của các bạn cùng lớp	1	2	3	4	5
4	Lời khuyên của các bạn cựu sinh viên	1	2	3	4	5
5	Lời khuyên của các bạn đang là sinh viên	1	2	3	4	5
6	Lời khuyên của các giáo viên cấp THPT	1	2	3	4	5
7	Lời khuyên của các cán bộ tư vấn tuyển sinh	1	2	3	4	5
7. Chuẩn mực chủ quan						
1	Tôi tin, những người quan trọng nhất đối với tôi sẽ khuyên/ khuyến khích tôi lựa chọn trường đại học X	1	2	3	4	5
2	Hầu hết, những người tôi tham khảo đều ủng hộ tôi chọn trường đại học X	1	2	3	4	5

8. Quyết định lựa chọn trường đại học

Quyết định sẽ lựa chọn trường đại học X						
1	Tôi sẽ theo học tại trường đại học X trong tương lai gần	1	2	3	4	5
2	Tôi quyết định chọn trường đại học X để học tập, nghiên cứu	1	2	3	4	5
3	Trường đại học X sẽ là lựa chọn của tôi	1	2	3	4	5

Xin cảm ơn bạn!

Số điện thoại.....Địa chỉ email.....

PHỤ LỤC 5

Danh sách nhóm chuyên gia tham khảo trong nghiên cứu định tính ban đầu

Vị trí công tác	Đơn vị	Số lượng
Cán bộ tuyển sinh ở trường đại học	<ul style="list-style-type: none"> - Đại học Kinh doanh và Công nghệ Hà Nội - Đại học Bách khoa Hà Nội - Đại học Lao động xã hội 	3
Giáo viên giảng dạy hoặc làm tư vấn tuyển sinh THPT	<ul style="list-style-type: none"> - Trường THPT Yên Viên - Trường THPT Trần Phú 	2
Cán bộ dịch thuật	<ul style="list-style-type: none"> - Chuyên gia dịch thuật lĩnh vực giáo dục 	1
Các nhà nghiên cứu lĩnh vực tâm lý học, maketing, giáo dục	<ul style="list-style-type: none"> - Viện xã hội học – Học viện chính trị quốc gia Hồ Chí Minh - Hiệp hội các trường đại học ngoài công lập - Khoa Marketing – Đại học Kinh tế quốc dân - Khoa Khoa học quản lý – Đại học Kinh tế quốc dân 	4

PHỤ LỤC 6

Danh sách học sinh tham gia trong nghiên cứu định tính ban đầu

<i>Đơn vị</i>	<i>Số lượng</i>	Giới tính	
		<i>Nam</i>	<i>Nữ</i>
Trường THPT Yên Viên	5	2	3
Trường THPT Đinh Tiên Hoàng	4	3	1
Trường THPT Phan Đình Phùng	5	4	1
Trường THPT Kim Liên	2	1	1
Trường THPT Việt Đức	4	2	2

PHỤ LỤC 7**Danh sách chuyên gia và học sinh THPT tham gia trong nghiên cứu định tính bổ sung**

Vị trí công tác	Đơn vị	Số lượng
Cán bộ tuyển sinh ở trường đại học	- Đại học Kinh doanh và Công nghệ Hà Nội	1
Giáo viên giảng dạy hoặc làm tư vấn tuyển sinh THPT	- Trường THPT Việt Đức - Trường THPT Yên Viên	2
Các nhà nghiên cứu lĩnh vực	- Khoa học Quản lý – Đại học Kinh tế quốc dân	2
	- Bộ Giáo dục và Đào tạo	

PHỤ LỤC 8

XIN Ý KIẾN CHUYÊN GIA

Xin chào Anh/ Chị. Em tên là Nguyễn Thị Kim Chi, hiện là NCS của Trường đại học Kinh tế Quốc dân. Hiện em đang nghiên cứu về “Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh THPT- Trường hợp Hà Nội”. Em xin ý kiến anh chị về các vấn đề liên quan đến nội dung bảng khảo sát (có kèm theo thang đo gốc)

- (1) Sau khi đọc nội dung bảng khảo sát, anh chị vui lòng khoanh tròn (O) vào những nội dung mà anh chị cho rằng chưa rõ ràng
- (2) Làm ơn sửa trực tiếp vào những nội dung chưa thực rõ ràng
- (3) Làm ơn dùng ký hiệu (X) để loại bỏ những câu mà anh/ chị cho rằng nên loại khỏi bảng hỏi
- (4) Về cơ bản anh chị cảm thấy nội dung bảng hỏi

Rất rõ ràng – dễ hiểu và làm theo hướng dẫn	<input type="checkbox"/>
Phức tạp – nhưng vẫn có thể làm theo hướng dẫn	<input type="checkbox"/>
Quá phức tạp – không thể trả lời và làm theo hướng dẫn	<input type="checkbox"/>
Khác	<input type="checkbox"/>

- (5) Ý kiến góp ý anh chị

.....

.....

.....

Cảm anh chị đã tham gia vào nghiên cứu này của em. Những thông tin này của anh chị sẽ giúp ích cho em rất nhiều để hoàn thành việc thiết kế bảng hỏi

Em xin cảm ơn!

Tên chuyên gia.....

Lĩnh vực.....

PHỤ LỤC 9

Bảng hướng dẫn phỏng vấn

(Nghiên cứu định tính ban đầu)

Chào các bạn, tôi là Nguyễn Thị Kim Chi, hiện nay đang tiến hành một nghiên cứu nhỏ để tìm hiểu về quyết định lựa chọn trường đại học của các bạn.

Trước hết, tôi xin cảm ơn bạn đã giành thời gian quý báu của mình để chia sẻ những kinh nghiệm của bạn trong việc quyết định lựa chọn trường đại học. Mọi thông tin của cuộc phỏng vấn này sẽ được hoàn toàn bí mật.

Nội dung phỏng vấn

1. Trước khi trò chuyện, bạn có thể giới thiệu 1 chút về bản thân được không?
2. Theo bạn trường đại học lý tưởng cần có những tiêu chí gì? Tiêu chí nào quan trọng nhất?
3. Bạn cho biết hiện nay bạn là lựa chọn trường đại học đến giai đoạn nào rồi (chưa tìm được trường phù hợp, đang cân nhắc, đã lựa chọn được...)
4. Khi bạn lựa chọn trường đại học, yếu tố nào (thuộc đặc điểm của trường đại học) ảnh hưởng đến quyết định của bạn? Vì sao yếu tố đó lại ảnh hưởng nhiều/ ảnh hưởng ít/ không ảnh hưởng?
5. Khi lựa chọn trường đại học bạn tham khảo ý kiến của ai? Lý do bạn tin tưởng tham khảo ý kiến của người đó là gì?
6. Theo ý kiến cá nhân bạn, các trường đại học hiện nay cần làm gì/ hoàn thiện gì để thu hút được thêm sinh viên

Một lần nữa, tôi xin cảm ơn và chúc bạn lựa chọn sáng suốt lựa chọn được trường đại học thật như ý!



Cảm ơn các bạn vì đã dành thời gian cho phỏng vấn này!

Tên của bạn.....

Địa chỉ email.....Số Điện thoại.....

PHỤ LỤC 10

Kết quả phỏng vấn học sinh PTTT về quyết định lựa chọn trường đại học

Số TT	Giới tính	Tuổi	Học lực	Nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học	Lý do	Đề xuất
1	Nữ	18	Giỏi	Danh tiếng Cơ sở vật chất và nguồn lực Chi phí Lời khuyên của bố mẹ	- Thuận lợi xin việc - Học bổng khuyến khích học sinh chọn trường - Bố là giảng viên nên hiểu về trường đại học	Cần có nhiều chính sách cấp học bổng hơn đặc biệt là trường Ngoài công lập Tiền học bổng cao hơn
2	Nữ	19	Giỏi	Cơ sở vật chất và nguồn lực Chi phí Chương trình học	Gần nhà thuận tiện đi học không gây tốn kém Học bằng Tiếng Anh là cần thiết Em có học lực tốt do vậy em sẽ chọn trường Top trên, vào đại học... là số 1 vì trường đó danh tiếng. Nhưng vấn đề đặt ra là cạnh tranh để vào được không đơn giản	Cần có những khóa học bằng tiếng Anh Học phí phải được giảm
3	Nam	18	Khá	Danh tiếng Cơ sở vật chất và nguồn lực Lời khuyên của bạn bè Chuẩn mực chủ quan	Trang thiết bị tốt sẽ hỗ trợ việc học Bố mẹ em luôn ủng hộ và tạo điều kiện để em thi vào trường X. Hôm trước, bố em còn đưa em đến tận trường, hai bố con đi 1 vòng rồi xem xét	Cần có trang thiết bị thật tốt, đầu tư mới Có nhiều học bổng đi nước ngoài Danh tiếng trường cần được các tổ chức quốc tế ghi nhận
4	Nam	19	Giỏi	Cơ sở vật chất và nguồn lực Chi phí Thông tin về nghề nghiệp và chương trình học	Thông tin về chương trình học giúp học sinh hiểu về trường Bố mẹ thì nhiều thông tin nên khuyên luôn đúng	Thông tin về chương trình học cần đầy đủ và chi tiết Nhà trường nên có học bổng do doanh nghiệp tài trợ

Số TT	Giới tính	Tuổi	Học lực	Nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học	Lý do	Đề xuất
				Lời khuyên của bố mẹ		
5	Nữ	18	Trung bình	Danh tiếng Chi phí Chương trình học Lời khuyên của bố mẹ	Tạo điều kiện để xin việc tốt Học lực của em không tốt, em lựa chọn các trường phù hợp với khả năng của mình. Em nghĩ cứ vào được trường là tốt lắm rồi	Ưu tiên cho các bạn sinh viên giỏi, gia đình chính sách giảm học phí Chương trình học phải phong phú, nhiều lựa chọn, phù hợp với sở thích của sinh viên
7	Nam	18	Giỏi	Danh tiếng Cơ sở vật chất và nguồn lực Chi phí Chương trình học Lời khuyên của bạn cùng lớp	Thuận tiện đi lại Học bổng là hỗ trợ cho sinh viên Chương trình học là cốt lõi Bạn bè biết nhiều thông tin nên lời khuyên đáng quý	Chương trình học cần được đa dạng, nhiều thực tiễn, sinh viên được vừa học vừa thực hành Các khoản phí phải minh bạch
8	Nam	18	Khá	Chi phí Chương trình học Lời khuyên của thầy cô	Thầy cô luôn là người có kinh nghiệm và hiểu biết	Chương trình học cần nhiều thực tiễn Nên cho sinh viên đi thăm nhà máy nhiều Cho sinh viên được tham gia nghiên cứu khoa học
9	Nữ	19	Giỏi	Chi phí Thông tin về nghề nghiệp và chương trình học Chuẩn mực chủ quan	Thông tin về nghề nghiệp và chương trình học là quan trọng nhất Bố em cho rằng học ngành kinh tế thì tốt, dễ phù hợp với con gái. Em thích đại học ngành báo chí nhưng bố em bảo học mấy ngành đó bay nhảy lắm. Em cũng chẳng biết thể nào Em học chuyên, truyền thống của	- Giá cả Ký túc xá, căng tin phải thấp - Hỗ trợ thuê nhà cho sinh viên - Có ký túc xá là tốt nhất Cung cấp các thông tin cụ thể về nghề nghiệp để sinh viên biết

Số TT	Giới tính	Tuổi	Học lực	Nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học	Lý do	Đề xuất
					trường em là học các trường... (danh tiếng). Bây giờ em mà lựa chọn trường... thì chán lắm, mất cả đẳng cấp. Ngày hội trường vừa rồi, các anh chị khóa trên về trường toàn là sinh viên trường sịn thôi. Là học sinh chuyên mà không vào được trường Top trên thì...	
10	Nam	18	Khá	Danh tiếng Cơ sở vật chất và nguồn lực Chi phí học tập Chương trình học	Nghiên cứu tốt hơn Căn bản chương trình học phải tốt	Trang thiết bị ở các giảng đường cần được thay hoặc mua mới Chương trình học nhiều thực tiễn Đa dạng lựa chọn
11	Nữ	18	Trung bình	Danh tiếng Cơ sở vật chất và nguồn lực Chi phí Chương trình học	Thể hiện đẳng cấp sinh viên Học tập tốt hơn Có chương trình học bằng tiếng Anh sẽ thuận tiện	Danh tiếng cần được các cơ quan đảm bảo chất lượng nên tham gia vào các bảng xếp hạng của thế giới và khu vực
12	Nam	18	Giỏi	Chi phí Lời khuyên của bố mẹ Chuẩn mực chủ quan	Em học ở trường công lập ở Hoàn Kiếm, 12 năm là học sinh giỏi. Ai cũng bảo em thi vào đại học Ngoại giao, Ngoại thương... nhưng nói thật em biết lực học của mình, em nghĩ “đầu” vào đây là trượt ngay. Nhà em có mình em học đại học. Em mà đậu đại học thì nhà em khao to, thì cả phố nhà em cũng vui theo. Đặc biệt là ông nội em sẽ	Chính sách học phí đặc biệt dành cho các bạn sinh viên giỏi Chính sách học phí cần phải thay đổi theo từng thời điểm, Tăng cường truyền thông để học sinh hiểu hơn về trường

Số TT	Giới tính	Tuổi	Học lực	Nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học	Lý do	Đề xuất
					thường lớn vì em là cháu đích tôn mà	
13	Nữ		Khá	Danh tiếng trường Chi phí	Chi phí cơ hội của việc học đại học là rất cao, do vậy cần cân nhắc	Cần liên kết với các doanh nghiệp để có nhiều loại học bổng hơn
14	Nữ	18	Khá	Chi phí Chương trình học Lời khuyên của anh chị cựu sinh viên	Học bổng là cần thiết vì giảm chi phí học cho sinh viên	
15	Nữ	18	Giỏi	Danh tiếng giáo viên giỏi Chương trình học	Có cơ sở vật chất tốt nhưng chương trình học không tốt cũng chẳng thu hút được sinh viên Em thích chọn trường nào cũng được, nếu em đậu đại học X thì cũng về vang đây, cả phố ngưỡng mộ (cười)	Giáo viên giỏi sẽ tạo nên danh tiếng Chương trình học cần phải linh hoạt
16	Nam	18	Khá	Chi phí học tập Chương trình học Lời khuyên của bạn bè	Học bổng sẽ khuyến khích Học phí cao là bất lợi	
17	Nữ	18	Trung bình	Danh tiếng Cơ sở vật chất và nguồn lực Chi phí	Ra trường là có việc	Các khoản hỗ trợ tài chính cần phải đa dạng cho các đối tượng khác nhau
18	Nam	18	Giỏi	Chi phí Chương trình học Chuẩn mực chủ quan	Trường tốt là chương trình học phải tốt Em mà chọn và trường Công An là bố mẹ em ủng hộ ngay đấy, bố mẹ	Có chính sách ủng hộ bằng tiền để khuyến khích sinh viên

Số TT	Giới tính	Tuổi	Học lực	Nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học	Lý do	Đề xuất
					em thích trường đó lắm Em cũng quyết tử xem sao Em khá áp lực khi chọn trường. Chọn trường bố mẹ em đặt kỳ vọng vào em rất nhiều. Bố mẹ em mong em lựa chọn trường tốt, ra trường xin việc. Tương lai còn nhiều việc phải làm lắm	
19	Nữ	18	Trung bình	Danh tiếng Cơ sở vật chất và nguồn lực Chi phí	Được cơ quan khác đón nhận Chi phí ăn ở, đi lại gây tốn kém	Chi phí ăn ở phải được giảm thông qua các khoản hỗ trợ của nhà trường (ký túc xá, căng tin)
20	Nam	18	Khá	Cơ sở vật chất và nguồn lực Chi phí Chương trình học Lời khuyên của bố mẹ	Giảng viên giỏi giúp đỡ được nhiều sinh viên hơn Học phí cao sẽ cản trở học đại học Chương trình học cần phải được giảng dạy bằng Tiếng Anh	Cần nâng cao chất lượng giảng viên

Nguồn: Số liệu điều tra khảo sát

PHỤ LỤC 11**KẾT QUẢ PHÒNG VẤN CHUYÊN GIA VỀ NỘI DUNG BẢNG HỎI
Tổng hợp ý kiến góp ý, điều chỉnh bổ sung của các chuyên gia về thang đo, từ ngữ
trong bảng hỏi ban đầu**

Về cơ bản các chuyên gia đều đồng thuận với phần dịch thuật của tác giả.

Một số ý kiến góp ý sau:

- 3/10 chuyên gia cho rằng cần tách biệt “cơ sở vật chất và nguồn lực” thành 2 biến nhỏ là “cơ sở vật chất” và “nguồn lực về giảng viên, cán bộ”. Nguyên nhân là nguồn lực về giảng viên, cán bộ là một khái niệm rộng bao gồm toàn bộ đội ngũ trực tiếp và gián tiếp tham gia vào công tác giảng dạy, nghiên cứu ở bậc đại học. Đây cũng là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định trường của học sinh THPT. Tuy nhiên tác giả nhận thấy đối với học sinh THPT, họ chưa thực sự được tham gia học tập tại trường đại học, chưa có cơ hội làm quen, tiếp xúc cũng như được các giảng viên giảng dạy do vậy rất khó để đánh giá một cách riêng rẽ. Do vậy, tên biến độc lập “cơ sở vật chất và nguồn lực” được giữ nguyên tên.

- 8/10 chuyên gia thống nhất cao cho rằng danh tiếng trường đại học cần được tách riêng thành một biến độc lập bởi đây là đặc điểm dễ nhận dạng nhất của trường đại học mà học sinh PTTH nhận thức được.

PHỤ LỤC 12**Tổng hợp thang đo của các biến**

Khái niệm	Thang đo	Nguồn
Cảm nhận về chi phí	Trường đại học có học phí hợp lý	Có điều chỉnh từ Joshep Kee Ming Sia (2013)
	Trường đại học có chi phí sinh hoạt hợp lý	
	Trường đại học có nhiều chính sách hỗ trợ tài chính (học bổng, trợ cấp, khoản vay ưu đãi...)	
	Trường đại học có chế độ thu các khoản phí (học phí) linh hoạt	
Cảm nhận về chương trình học	Trường có chương trình học (nội dung và cấu trúc) đa dạng để học sinh lựa chọn	Có điều chỉnh từ Joshep Kee Ming Sia (2013)
	Trường có thủ tục đăng ký đầu vào linh hoạt	
	Trường có các chương trình học chuyên sâu/ nâng cao phù hợp với nhu cầu của học sinh	
	Trường có nhiều chương trình với nội dung thực tiễn đáp ứng nhu cầu của học sinh	
	Trường cho phép sinh viên linh hoạt chuyển ngành học	
	Trường có nhiều hệ đào tạo	
	Trường luôn có sẵn các môn học và chương trình học để học sinh lựa chọn và theo học trong toàn khóa	
Cảm nhận về cơ sở vật chất và nguồn lực	Trường có vị trí lý tưởng	Kế thừa của Joseph và Joseph (1998, 2000).
	Trường có môi trường khuyến khích học tập cho sinh viên	
	Trường có cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ cho sinh viên nghỉ ngơi và giải trí	
	Trường cung cấp cho sinh viên đời sống xã hội đáng mong đợi (các hoạt động xã hội, ngoại khóa...)	
	Trường có đủ các nguồn lực cần thiết để đáp ứng nhu cầu học tập của sinh viên	
	Trường có môi trường học tập an toàn và sạch sẽ	
	Trường có đội ngũ cán bộ, giảng viên có chất lượng cao	
Danh tiếng trường đại học	Trường có danh tiếng về học thuật	Joshep và Joseph (1998,2000)
	Trường có chương trình học uy tín, chất lượng	
	Trường có các chương trình học được sự công nhận / đánh giá về giá trị học thuật	

Thông tin học sinh nhận được từ trường đại học	Trường cung cấp các thông tin liên quan đến cơ hội nghề nghiệp đầy đủ	Kế thừa của Karl Wagner và cộng sự (2009)
	Trường cung cấp các thông tin liên quan đến các khóa học cứu đầy đủ	
	Trường cung cấp các thông tin liên quan đến bậc sau đại học hoặc các khóa học để học bậc cao hơn	
Lời khuyên của người khác	Lời khuyên của bố mẹ khi quyết định lựa chọn trường	Có điều chỉnh của Karl Wagner và cộng sự (2009) và Joseph Kee Ming Sia (2011)
	Lời khuyên của bạn bè khi quyết định lựa chọn trường	
	Lời khuyên của bạn cùng lớp khi quyết định lựa chọn trường	
	Lời khuyên của các anh chị cựu sinh viên khi quyết định lựa chọn trường	
	Lời khuyên của giáo viên THPT khi quyết định lựa chọn trường	
	Lời khuyên của cán bộ tư vấn tuyển sinh khi quyết định lựa chọn trường	
	Lời khuyên của các anh chị sinh viên khi quyết định lựa chọn trường	
Chuẩn chủ quan	Những người quan trọng nhất đối với tôi khuyến khích tôi lựa chọn trường đại học X	Có điều chỉnh của Pavlou và Fygenon (2006)
	Hầu hết, những người tôi tham khảo đều ủng hộ tôi chọn trường đại học X	
Quyết định lựa chọn trường đại học	Tôi sẽ theo học tại trường đại học X trong tương lai gần	Điều chỉnh từ thang đo của Ajzen (1975)
	Tôi có ý định lựa chọn trường đại học X để học tập, nghiên cứu	
	Trường đại học X sẽ là quyết định của tôi	

PHỤ LỤC 13

Hướng dẫn phỏng vấn

(Nghiên cứu định tính bổ sung)

Dàn ý dưới đây được sử dụng để phỏng vấn các cán bộ/ chuyên gia/ học sinh trong nghiên cứu định tính bổ sung

Phần 1: Giới thiệu tên, mục đích, ý nghĩa của cuộc phỏng vấn, xin thông tin người tham gia phỏng vấn

Phần 2: Các câu hỏi nhằm tìm hiểu giải thích thêm nhằm đánh giá các tác động của nhân tố đến quyết định lựa chọn trường của học sinh

- Vì sao cảm nhận về chi phí, chương trình học, danh tiếng, chuẩn mực chủ quan ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường của học sinh? Bạn bình luận gì?
- Vì sao các yếu tố cảm nhận cơ sở vật chất và nguồn lực, thông tin học sinh nhận được từ trường đại học, lời khuyên của người khác không ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học trong giai đoạn hiện nay?. Bạn bình luận gì?
- Làm thế nào để các trường đại học nâng cao danh tiếng, chương trình học, chính sách chi phí hợp lý để thu hút sinh viên?
- Học sinh sẽ chờ đợi gì ở trường đại học?