

NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC THU HÚT NGƯỜI HỌC CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC HỒNG ĐỨC HIỆN NAY

Đoàn Thị Như Quỳnh¹

TÓM TẮT

Nghiên cứu về những nhân tố ảnh hưởng đến việc thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức bằng phương pháp điều tra bảng hỏi, kết hợp với khảo sát trực tuyến (online) được sử dụng để thu thập dữ liệu đối với 207 sinh viên Trường Đại học Hồng Đức nhập học năm 2019 - 2020. Chúng tôi đã sử dụng phương pháp phân tích khám phá nhân tố EFA và hồi quy tuyến tính để phân tích số liệu với mục đích tìm ra các nhân tố ảnh hưởng đến việc thu hút người học. Kết quả phân tích cho thấy có nhiều nhân tố ảnh hưởng đến việc thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức. Các nhân tố này được chúng tôi sắp xếp mức độ ảnh hưởng theo độ lớn giảm dần: (1) nhân tố giao tiếp với doanh nghiệp, (2) nhân tố chương trình đào tạo, (3) nhân tố cơ sở vật chất, (4) nhân tố danh tiếng, (5) nhân tố chất lượng giảng viên, (6) nhân tố giao tiếp với người học, (7) nhân tố cơ hội việc làm. Sau khi phân tích các nhân tố ảnh hưởng, trong bài viết này chúng tôi cũng đề xuất một số giải pháp nhằm thu hút thêm số lượng người học tại Trường Đại học Hồng Đức.

Từ khóa: *Người học, Trường Đại học Hồng Đức, phân tích nhân tố khám phá, hồi quy tuyến tính.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Theo số liệu của Bộ Giáo dục và Đào tạo năm 2015 cả nước có 223 trường cao đẳng, đại học công lập và ngoài công lập (công lập 163, ngoài công lập 60), số lượng này đã tăng thêm 14 trường vào năm 2019 với 237 trường. Số lượng các trường đại học, cao đẳng tăng thêm đã đáp ứng nhu cầu học tập của toàn xã hội, góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ đất nước trong thời đại 4.0. Các số liệu thống kê về số lượng người học giữa các năm cho thấy không có sự thay đổi nhiều. Sự tăng thêm số lượng trường học trong tương quan so sánh với số lượng người học ít có sự biến động dẫn đến một số trường đại học, cao đẳng gặp phải những khó khăn trong công tác tuyển sinh.

Trường Đại học Hồng Đức là trường Đại học công lập, đa ngành, trực thuộc Ủy ban nhân dân tỉnh Thanh Hóa. Trong một vài năm gần đây, trường Đại học Hồng Đức cũng có những thời điểm, những ngành đào tạo gặp phải những khó khăn chung như trong xu thế đào tạo của cả nước. Đến năm học 2021 – 2022, công tác tuyển sinh của nhà trường đã đạt được những kết quả thắng lợi, hầu hết các ngành tuyển sinh đều đạt chỉ tiêu và vượt chỉ tiêu đặc biệt là các ngành sư phạm và sư phạm chất lượng cao, năm học 2021 - 2022 nhà Trường đã tuyển sinh đạt 2215 sinh viên chính quy, tăng 1,37 lần so với năm 2020 - 2021 (phòng Công tác Học sinh Sinh viên Trường Đại học Hồng Đức, 2021). Có nhiều nguyên nhân dẫn đến kết quả tuyển sinh của nhà trường đạt được những điểm sáng trong bối cảnh tuyển sinh

¹ Khoa Khoa học Xã hội, Trường Đại học Hồng Đức; Email: nhuquynhdoan@gmail.com

khó khăn của nhiều trường cao đẳng, đại học trực thuộc sự quản lý của tỉnh trên toàn quốc. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến việc thu hút người học của trường Đại học Hồng Đức để xác định một hướng đi đúng, xây dựng một kế hoạch chiến lược phát triển phù hợp để duy trì và phát triển mạnh mẽ hơn đáp ứng nhu cầu đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa, từ đó có thể đưa ra một số giải pháp để góp phần duy trì sức hút đối với người học của Trường Đại học Hồng Đức.

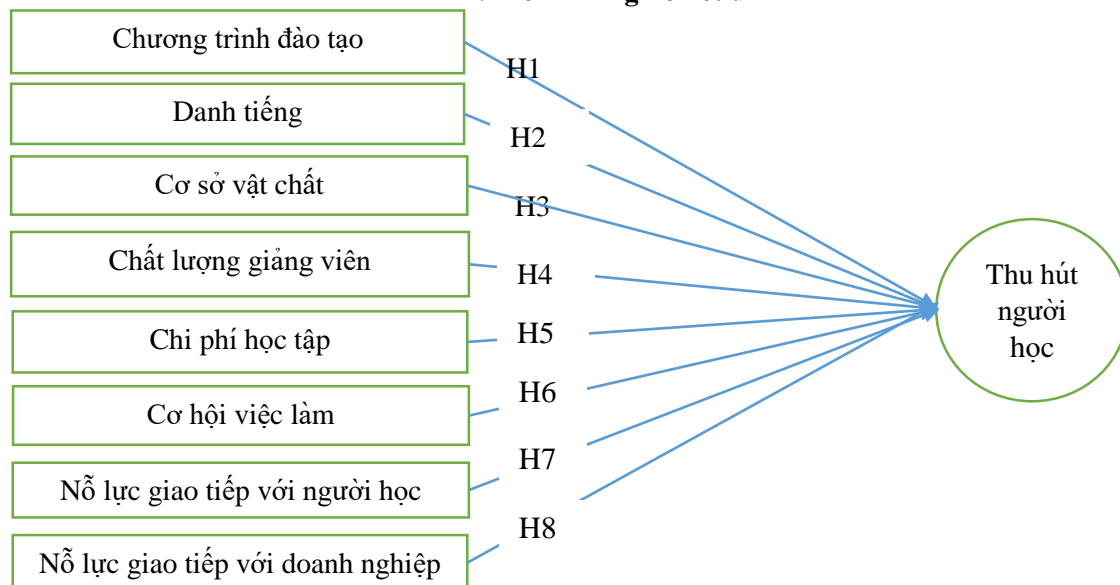
2. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Mô hình đề xuất nghiên cứu

Trên thế giới và Việt Nam đã có nhiều nghiên cứu về vấn đề thu hút sinh viên vào các trường đại học, cao đẳng. Trong nghiên cứu này chúng tôi đã tham khảo mô hình nghiên cứu của D.W.Chapman (1981), ông đã đề xuất mô hình tổng quát về việc lựa chọn trường đại học của các học sinh từ 2 nhóm yếu tố chính có ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học của học sinh. (1) Nhóm đặc điểm cá nhân: Khát vọng thành công và thành tích học tập ở trường THPT. (2) Nhóm ảnh hưởng từ yếu tố bên ngoài gồm: những cá nhân có ảnh hưởng (bạn bè, bố/mẹ, những cá nhân có liên quan đến trường đại học); đặc điểm cố định của trường đại học (học phí, chi phí học tập, địa điểm, chương trình học); nỗ lực giao tiếp với sinh viên (thông tin quảng cáo, thăm khuôn viên trường).

Dựa trên mô hình của D.W.Chapman và các nghiên cứu đi trước, trong nghiên cứu này, chúng tôi xây dựng 8 nhóm nhân tố ảnh hưởng đến việc thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức với 43 biến quan sát đã được xây dựng trong bảng hỏi. Mô hình nghiên cứu dự kiến ở hình 1 với 8 giả thuyết nghiên cứu từ H1 đến H8. Trong đó, giả thuyết từ H1 đến H8 là nhóm các nhân tố của biến độc lập định lượng có tác động trực tiếp đến biến phụ thuộc là nhân tố thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức. Sử dụng mô hình với mục đích kiểm chứng những nhân tố nào có tác động mạnh nhất đến sự thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức.

Hình 1. Mô hình nghiên cứu



2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Phương pháp thống kê

Nghiên cứu được thực hiện thông qua khảo sát bằng bảng hỏi sinh viên chính quy năm thứ nhất Trường Đại học Hồng Đức theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên. Nghiên cứu được tiến hành từ tháng 10/2019. Thông tin định lượng được xử lý bằng phần mềm thống kê chuyên dụng SPSS.

Kết quả nghiên cứu dựa trên các phân tích định lượng. Thang đo và độ tin cậy của biến quan sát được đánh giá bằng hệ số Cronbach's Alpha và phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA (exploratory factor analysis). Thang đo được chấp nhận khi các biến số tương quan với biến tổng (item-total correlation) nhỏ hơn 0.3 và hệ số Cronbach's Alpha nhỏ hơn 0.6. Cuối cùng nghiên cứu kiểm định mô hình bằng phương pháp hồi quy đa biến (Multiple Linear Regression) trong mức ý nghĩa từ 5% - 10%.

Phương trình hồi quy bội được xác định: $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e$. Trong đó: Y: biến phụ thuộc, là biến chịu tác động của biến khác. X, X_1, X_2, X_n : biến độc lập, là biến tác động lên biến khác. β_0 : hằng số hồi quy, hay còn được gọi là hệ số chặn. Đây là chỉ số nói lên giá trị của Y sẽ là bao nhiêu nếu tất cả X cùng bằng 0. Nói cách khác, chỉ số này cho chúng ta biết giá trị của Y là bao nhiêu nếu không có các X. Khi biểu diễn trên đồ thị Oxy, β_0 là điểm trên trục Oy mà đường hồi quy cắt qua. $\beta_1, \beta_2, \beta_n$: hệ số hồi quy, hay còn được gọi là hệ số góc. Chỉ số này cho chúng ta biết về mức thay đổi của Y gây ra bởi X tương ứng. Nói cách khác, chỉ số này nói lên có bao nhiêu đơn vị Y sẽ thay đổi nếu X tăng hoặc giảm một đơn vị. e: sai số, chỉ số này càng lớn càng khiến cho khả năng dự đoán của hồi quy trở nên kém chính xác hơn hoặc sai lệch nhiều hơn so với thực tế. Sai số trong hồi quy tổng thể hay phần dư trong hồi quy mẫu đại diện cho hai giá trị, một là các biến độc lập ngoài mô hình, hai là các sai số ngẫu nhiên.

Nguồn cung cấp dữ liệu trong nghiên cứu bao gồm dữ liệu thứ cấp và dữ liệu sơ cấp. Dữ liệu sơ cấp được thu thập bằng bảng hỏi gửi trực tiếp đến đối tượng phỏng vấn là những sinh viên năm thứ nhất thuộc 4 khối ngành Trường Đại học Hồng Đức. Dữ liệu thứ cấp tham khảo từ những văn bản, tài liệu, công trình nghiên cứu có liên quan đến đề tài, internet, tổng cục thống kê... nhằm cung cấp các thông tin phục vụ cho đề tài nghiên cứu.

2.2.2. Các giả thuyết nghiên cứu

Căn cứ vào mô hình nghiên cứu đề xuất ở hình 1 với các yếu tố đặc trưng của Trường Đại học Hồng Đức. Nghiên cứu đã đề xuất 8 giả thuyết với 43 nhân tố đại diện ảnh hưởng đến nhân tố thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức.

Giả thuyết 1 (H1): Chương trình đào tạo của Trường Đại học Hồng Đức càng tốt thì càng thu hút người học. Một nghiên cứu tiến hành tại Kuala Lumpur và Selangor, Malaysia Yusof et al. (2008) cho thấy chương trình học phù hợp với nhu cầu xã hội là một trong các yếu tố có ảnh hưởng mạnh mẽ đến quyết định chọn trường đại học của học sinh THPT. Ngoài ra tính linh hoạt của chương trình học cũng là nhân tố quan trọng quyết định để học sinh lựa chọn các tổ chức giáo dục [16].

Giả thuyết 2 (H2): Danh tiếng của Trường Đại học Hồng Đức càng tốt thì khả năng thu hút người vào học càng cao. Nghiên cứu của Nguyễn Thị Ánh Hòa và cộng sự (2019) cho rằng: Các nhà giáo dục thay đổi nơi làm việc thường coi trọng danh tiếng của một học viện để tìm việc làm hơn là mức thu nhập mà học viện đó đem lại. Còn đối với các tân cử nhân, “thương hiệu” của trường đại học nằm trên tầm bằng tốt nghiệp là vô cùng giá trị. Như vậy nhân tố danh tiếng trường đại học tác động cùng chiều với yếu tố thu hút người học của trường đại học

Giả thuyết 3 (H3): Cơ sở vật chất càng khang trang thì càng thu hút người học vào học Trường Đại học Hồng Đức. Cơ sở vật chất, trang thiết bị hiện đại của một trường đại học ảnh hưởng đến chất lượng giảng dạy và học tập. Theo Absher & Crawford (1996), cơ sở vật chất giáo dục như phòng học, phòng thí nghiệm, thư viện... đóng vai trò rất quan trọng trong quá trình lựa chọn của người học đối với trường đại học. Do đó, nhóm nhân tố trên được đề cập trong nghiên cứu này.

Giả thuyết 4 (H4): Chất lượng giảng viên càng chuyên nghiệp thì Trường Đại học Hồng Đức càng thu hút hơn người học. Trong nghiên cứu của Huỳnh Thị Lương Tâm (2015) cũng đã đề cập đến vấn đề này. Vì đội ngũ giảng viên tốt, nhiệt tình sẽ tạo được thiện cảm đối với người học. Đội ngũ giảng viên giỏi có kinh nghiệm thực tế sẽ tạo ra những sinh viên giỏi lý thuyết, tốt thực hành. Khi sinh viên đã giỏi toàn diện thì việc tuyển dụng tại các doanh nghiệp sẽ chiếm lợi thế cao, từ đó góp phần nâng cao danh tiếng của cơ sở giáo dục đại học.

Giả thuyết 5 (H5): Chi phí học tập hợp lý sẽ thu hút người học vào Trường Đại học Hồng Đức. Chi phí học tập phù hợp với điều kiện tài chính gia đình người học kết hợp thêm chính sách hỗ trợ và học bổng của một trường đại học sẽ là một nhân tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn của người học. Nhân tố này được tìm thấy trong hầu hết các nghiên cứu liên quan [14; 21].

Giả thuyết 6 (H6): Sau khi ra trường sinh viên có nhiều cơ hội việc làm thì Trường Đại học Hồng Đức càng thu hút hơn người học. Trong các nghiên cứu của Perna (2006); Trần Văn Quý và cộng sự (2009) cho rằng, cơ hội việc làm sau khi ra trường là một dạng lợi ích nhận được của người học được tách riêng ra từng nhóm: dễ tìm việc làm, dễ tìm việc làm theo đúng chuyên ngành và việc làm có thu nhập, địa vị xã hội cao. Vì vậy cơ hội việc làm là nhân tố quan trọng quyết định đến sự thu hút người học của trường đại học.

Giả thuyết 7 (H7): Trường Đại học Hồng Đức nỗ lực giao tiếp với người học càng nhiều thì người học càng quan tâm, lựa chọn trường nhiều hơn. Khi người học nắm chi tiết thông tin về trường, họ sẽ có cơ hội sàng lọc thông tin phù hợp, xem xét khả năng đáp ứng của mình để lựa chọn ngành học cũng như trường học. Nhóm này bao gồm nhiều hình thức truyền thông như: website, tài liệu in ấn, các hoạt động tư vấn tuyển sinh... Ảnh hưởng của nhóm nhân tố này đã được đề cập trong nghiên cứu của Chapman (1981); Hossler (1987); Perna (2006).

Giả thuyết 8 (H8): Trường Đại học Hồng Đức càng nỗ lực giao tiếp với các doanh nghiệp để cho sinh viên học tập và tạo việc làm thì Trường càng thu hút được người học. Nghiên cứu của Lê Hồng Ngọc (2019) đã đề cập việc doanh nghiệp là người sử dụng sinh viên đã được nhà trường đào tạo. Hay nói cách khác họ chính là khách hàng đang sử dụng những sản phẩm do nhà trường sản xuất ra. Nếu “mua” phải sản phẩm không tốt hoặc tốt nhưng không thỏa mãn thì “doanh nghiệp sản xuất” cần phải cải thiện mình mới có thể đáp ứng được thị trường ngày càng khó tính hiện nay.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Phân tích nhân tố

Để xác định những nhân tố ảnh hưởng đến việc thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức nhóm tác giả đã sử dụng phần mềm SPSS để xác định hệ số Cronbach's Alpha và thực hiện phân tích nhân tố khám phá tổng hợp EFA (exploratory factor analysis) để đánh giá, kiểm định thang đo và độ tin cậy của các biến quan sát. Kết quả sau khi các biến rác được loại và thang đo có độ tin cậy cao, mô hình tiếp tục được kiểm định bằng phương pháp hồi quy đa biến.

Bảng 2. Mô tả các biến nghiên cứu

Nhóm nhân tố	Mô tả biến	Ký hiệu biến
Nhóm nhân tố “Chương trình đào tạo” (CTĐT). Hệ số Cronbach's Alpha = 0,77	Trường Đại học Hồng Đức công bố công khai chương trình đào tạo của các ngành học.	CTDT1
	Trường Đại học Hồng Đức có chuyên ngành đào tạo đa dạng, hình thức phong phú.	CTDT2
	Chuẩn đầu ra từng ngành đào tạo phù hợp với năng lực học tập của người học.	CTDT3
	Trường Đại học Hồng Đức có chương trình đào tạo hợp tác quốc tế phù hợp với khả năng của sinh viên.	CTDT4
	Trường Đại học Hồng Đức có ngành đào tạo phù hợp với sở thích và nguyện vọng của sinh viên.	CTDT5
	Trường Đại học Hồng Đức có ngành đào tạo phù hợp với năng khiếu của người học.	CTDT6
	Trường Đại học Hồng Đức có ngành đào tạo phù hợp với giới tính của sinh viên.	CTDT7 (loại)
Nhóm nhân tố “Danh tiếng” (DT). Hệ số Cronbach's Alpha = 0,789	Trường Đại học Hồng Đức là một trường đại học uy tín.	DT1
	Chất lượng và danh tiếng của đội ngũ giảng viên Trường Đại học Hồng Đức tốt.	DT2
	Trang bị cơ sở vật chất hiện đại, đáp ứng tốt nhu cầu học tập và giảng dạy.	DT3
	Sinh viên tốt nghiệp từ Trường Đại học Hồng Đức dễ dàng tìm kiếm việc làm.	DT4
	Nhà tuyển dụng đánh giá cao về chất lượng sinh viên tốt nghiệp từ Trường Đại học Hồng Đức.	DT5
Nhóm nhân tố “cơ sở vật chất” (CSVC). Hệ số Cronbach's Alpha = 0,758	Nhà trường có công bố công khai các cơ sở vật chất của trường	CSVC1
	Thư viện có nguồn tài liệu phong phú, đa dạng, thường xuyên cập nhật các tài liệu tham khảo mới.	CSVC2
	Phòng học đủ rộng, đạt tiêu chuẩn về ánh sáng, tạo cảm giác thoải mái cho người học.	CSVC3
	Trường Đại học Hồng Đức có đủ trang thiết bị cần thiết phục vụ học tập và nghiên cứu của sinh viên.	CSVC4
	Môi trường, cảnh quan của trường tạo điều kiện cho việc học tập và sinh hoạt của sinh viên.	CSVC5

Nhóm nhân tố “chất lượng giảng viên” (CLGV). Hệ số Cronbach's Alpha =0,823	Trường Đại học Hồng Đức công khai danh sách, thông tin đội ngũ giảng viên.	CLGV1
	Giảng viên có trình độ chuyên môn cao.	CLGV2
	Giảng viên có phương pháp giảng dạy phù hợp.	CLGV3
	Giảng viên lắng nghe quan điểm của sinh viên và sẵn sàng chia sẻ quan điểm của mình.	CLGV4
	Giảng viên giúp sinh viên biết cách liên hệ giữa vấn đề lý thuyết vào trong thực tiễn.	CLGV5
	Giảng viên luôn luôn định hướng nghề nghiệp cho sinh viên	CLGV6
Nhóm nhân tố “chi phí học tập” (CPHT). Hệ số Cronbach's Alpha =0,775	Trường Đại học Hồng Đức có nhiều học bổng cho học sinh có kết quả học tốt.	CPHT1
	Trường Đại học Hồng Đức thu học phí thấp phù hợp với điều kiện kinh tế gia đình.	CPHT2
	Trường Đại học Hồng Đức có nhiều chính sách hỗ trợ tài chính cho sinh viên theo học.	CPHT3
	Trường Đại học Hồng Đức công bố công khai mức thu học phí các ngành học.	CPHT4
Nhóm nhân tố “cơ hội việc làm” (CHVL). Hệ số Cronbach's Alpha =0,812	Sinh viên có cơ hội việc làm đúng chuyên môn được đào tạo sau khi tốt nghiệp Trường Đại học Hồng Đức.	CHVL1
	Đễ tìm được việc làm có thu nhập cao sau khi tốt nghiệp Trường Đại học Hồng Đức.	CHVL2
	Đễ tìm được việc làm có vị trí cao trong xã hội sau khi tốt nghiệp Trường Đại học Hồng Đức.	CHVL3
Nhóm nhân tố “giao tiếp với người học” (GTVNH). Hệ số Cronbach's Alpha =0,897	Trường Đại học Hồng Đức cung cấp đầy đủ thông tin về trường và thông tin tuyển sinh qua website của trường.	GTVNH1
	Trường Đại học Hồng Đức cung cấp đầy đủ thông tin về trường và thông tin tuyển sinh thông qua mạng xã hội.	GTVNH2
	Trường Đại học Hồng Đức cung cấp đầy đủ thông tin về trường và thông tin tuyển sinh thông qua quảng cáo, báo chí.	GTVNH3
	Trường Đại học Hồng Đức cung cấp đầy đủ thông tin về trường và thông tin tuyển sinh thông qua điện thoại, hotline, tivi, radio.	GTVNH4
	Trường Đại học Hồng Đức có hoạt động tư vấn tuyển sinh, hướng nghiệp tốt.	GTVNH5
	Trường Đại học Hồng Đức tổ chức tư vấn tuyển sinh và tham quan khuôn viên trường.	GTVNH6
	Hoạt động tư vấn tuyển sinh của đội ngũ phòng Quản lý Đào tạo tốt.	GTVNH7
	Hoạt động tư vấn tuyển sinh của đội ngũ giảng viên các chuyên ngành đào tạo tốt.	GTVNH8
	Trường Đại học Hồng Đức mời các nhà quản lý doanh nghiệp tham gia xây dựng chương trình.	GTVDN1

Nhóm nhân tố “giao tiếp với doanh nghiệp” (GTVDN). Hệ số Cronbach's Alpha =0,867	Trường Đại học Hồng Đức mời các nhà quản trị doanh nghiệp tham gia thẩm định chương trình đào tạo.	GTVDN2
	Trường Đại học Hồng Đức mời các chuyên gia làm việc tại doanh nghiệp giảng dạy.	GTVDN3
	Trường Đại học Hồng Đức kết hợp với doanh nghiệp bố trí nơi thực tập cho sinh viên.	GTVDN4
	Trường Đại học Hồng Đức kết hợp với doanh nghiệp bố trí việc làm cho sinh viên sau khi tốt nghiệp.	GTVDN6
Nhóm yếu tố “thu hút người học” (THNH). Hệ số Cronbach's Alpha =0,716	Ngành tôi đang học là nguyện vọng 1.	THNH1 (loại)
	Tôi hài lòng với Trường Đại học Hồng Đức tôi đã lựa chọn và đang học.	THNH2
	Tôi vẫn chọn Trường Đại học Hồng Đức, nếu có cơ hội thay đổi quyết định lựa chọn của mình.	THNH3 (loại)
	Tôi sẽ chọn Trường Đại học Hồng Đức nếu tôi có cơ hội học lên cao.	THNH4
	Tôi sẽ giới thiệu Trường Đại học Hồng Đức đến những người thân quen chuẩn bị dự thi vào đại học hoặc học liên thông, VB2, sau đại học.	THNH5

Nguồn: Tổng hợp nghiên cứu của nhóm tác giả

Từ kết quả kiểm định độ tin cậy của các thang đo (Cronbach's Alpha) định danh ở bảng 2, thang đo “Chương trình đào tạo” có 1 biến bị loại (CTDT7), thang “Thu hút người học” có 2 biến bị loại bỏ (THNH1 và THNH3). Các biến bị loại là do có tương quan với biến tổng nhỏ hơn 0.3. Các thang đo sau khi kiểm định lần 2 có hệ số Cronbach's Alpha cao hơn 0.7 và tất cả các biến quan sát của thang đo này đều có hệ số tương quan với biến tổng lớn hơn 0.3. Như vậy hầu hết các biến quan sát đã thể hiện độ tin cậy cao đối với các nhân tố mẹ và phản ánh mức độ tương quan chặt chẽ giữa các biến quan sát trong cùng một nhân tố, điều này cho thấy mức độ phù hợp của bộ công cụ khảo sát cho đề tài nghiên cứu.

Sau kiểm định Cronbach's Alpha chúng tôi tiếp tục phân tích nhân tố khám phá tổng hợp. Bước này sẽ rút gọn hơn nữa các biến đo lường thành một số nhân tố biến độc lập để nó có ý nghĩa hơn và khi phân tích hàm hồi quy bội thì mô hình sẽ giảm khả năng vi phạm hiện tượng đa cộng tuyến.

Bảng 3. Phân tích nhân tố khám phá tổng hợp

Tham số	Nhân tố						
	1	2	3	4	5	6	7
GTVDN2	0.822						
GTVDN3	0.818						
GTVDN1	0.796						
GTVDN6	0.636						
GTVDN4	0.537						

CLGV2		0.707					
CSVC5		0.700					
CLGV5		0.656					
CLGV4		0.655					
CLGV1		0.559					
GTVNH4			0.762				
GTVNH3			0.745				
GTVNH2			0.724				
GTVNH1			0.670				
CHVL2				0.816			
CHVL3				0.774			
CHVL1				0.708			
CSVC3					0.703		
CSVC4					0.616		
THNH4					0.612		
THNH5					0.595		
CTDT2						0.789	
CTDT3						0.756	
CTDT1						0.621	
DT1							0.688
DT2							0.683
DT5							0.578

Nguồn: Tổng hợp nghiên cứu của nhóm tác giả

Kết quả phân tích ma trận xoay 40 biến quan sát của 8 biến độc lập và 3 biến quan sát của 1 biến phụ thuộc cho thấy các biến đều có hệ số tải (factor loading) lớn hơn 0.5 nên có ý nghĩa thống kê ở mức độ tốt. Tuy nhiên có nhiều thang đo bị loại sau 2 lần phân tích factor loading (còn lại 27 nhân tố thành phần và được trích thành 7 nhóm). Thang đo “Chương trình đào tạo” có 3 biến quan sát bị loại (CTDT4, CTDT5, CTDT6). Thang đo “cơ sở vật chất” có 3 biến bị loại (CSVC1, CSVC2, CSVC6). Thang đo “chất lượng giảng viên” loại 2 biến (CLGV3, CLGV6). Thang đo “chi phí học tập” bị loại toàn bộ. Thang đo “giao tiếp với người học” có 4 biến bị loại (GTVNH5, GTVNH6, GTVNH7, GTVNH8). Thang đo “giao tiếp với doanh nghiệp” có 1 biến bị loại (GTVDN5). Thang đo “thu hút người học” có 1 biến bị loại (THNH2). Bảng phân tích khám phá nhân tố cũng cho ta thấy được các biến quan sát cùng tính chất hội tụ về cùng một nhân tố, khi biểu diễn trong ma trận xoay các biến này sẽ nằm chung với nhau, duy có nhóm cơ sở vật chất bị phân tách thành hai và phân bố ở hai nhóm khác nhau (chất lượng giảng viên và thu hút người học).

Kết quả cuối cùng thu được KMO = 0.877 và sig = 0.000 đạt yêu cầu, chứng tỏ các biến được giữ lại tương quan với nhau. Kiểm định mức độ giải thích của các biến quan sát đối với nhân tố, tổng phương sai trích = 66.506% (>50%). Điều này cho thấy nhân tố rút trích được giải thích 66.506% biến thiên dữ liệu của tất cả các biến quan sát tham gia vào phân tích EFA

ban đầu. Hay nói cách khác 66.506% yếu tố thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức chịu sự ảnh hưởng của 7 nhóm nhân tố: giao tiếp với doanh nghiệp, chất lượng giảng viên, giao tiếp với người học, cơ sở vật chất, cơ hội việc làm, danh tiếng, chương trình đào tạo.

Hệ số tải (factor loading) thể hiện mối tương quan giữa biến quan sát với nhân tố. Hệ số tải càng cao thì tương quan giữa biến quan sát với nhân tố đó càng lớn và ngược lại. Từ bảng 3 cho ta thấy trong nhóm nhân tố giao tiếp với người học, biến GTVDN2 (0.822) là cao nhất và nó đóng góp lớn nhất vào việc hình thành nhân tố mẹ. Trong nhóm nhân tố chất lượng giảng viên có biến CLGV2 (0.707) là biến trọng điểm; CTDT2(0.789) là biến số có hệ số tải cao nhất trong nhóm chương trình đào tạo; Tương tự trong nhóm cơ hội việc làm có CHVL2 (0.816); DT1 (0.688) đã đóng góp lớn nhất trong việc hình thành nên nhân tố mẹ danh tiếng. Riêng nhóm cơ sở vật chất và thu hút người học được phân bố thành một nhóm đã không được loại bỏ bởi nó cần thiết cho việc xây dựng mô hình nhân tố khẳng định tiếp theo.

Nhân tố 1: Nỗ lực giao tiếp của nhà trường với các doanh nghiệp: biến GTVDN2 - Trường Đại học Hồng Đức mời các nhà quản lý doanh nghiệp tham gia thẩm định chương trình đào tạo, có hệ số tải cao nhất 0.822. Kế đến là GTVDN3 - mời các chuyên gia làm việc tại các doanh nghiệp giảng dạy với giá trị 0.818. Hệ số tải lớn thứ 3 trong nhân tố này là GTVDN1 (0.796) - Trường Đại học Hồng Đức mời các nhà quản lý doanh nghiệp tham gia xây dựng chương trình. Sau đó là biến GTVDN6 (0.636) - Trường kết hợp với doanh nghiệp bố trí việc làm cho sinh viên sau khi tốt nghiệp. Cuối cùng là biến GTVDN 4 (0.537) - Trường kết hợp với doanh nghiệp bố trí nơi thực tập cho sinh viên. Đây là nhóm nhân tố có hệ số tải cao nhất từ 0.5 đến 0.8.

Nhân tố 2: Chất lượng giảng viên, biến có hệ số tải cao nhất là CLGV2 (0.707) - giảng viên có trình độ chuyên môn cao, luôn là mối quan tâm hàng đầu của người học vì nó liên quan trực tiếp đến chất lượng dạy và học, chất lượng đào tạo của trường đại học, danh tiếng của trường đại học có được đánh giá cao hay không phụ thuộc khá lớn vào yếu tố này. Ngoài ra, biến CLGV5 cũng có hệ số tải khá cao (0.656) - giảng viên giúp sinh viên biết cách liên hệ giữa vấn đề lý thuyết vào trong thực tiễn thông qua các hoạt động ngoại khóa, các thí nghiệm... Tránh trường hợp khi sinh viên tốt nghiệp lúng túng trong công tác thực tế.

Nhân tố 3: Nỗ lực giao tiếp với người học, biến có hệ số tải cao trên 0,7 trong nhóm nhân tố này có GTVNH4, GTVNH3, GTVNH2 - Trường Đại học Hồng Đức cung cấp đầy đủ thông tin về trường và thông tin tuyển sinh thông qua điện thoại, notline, tivi, radio, quảng cáo, báo chí, mạng xã hội. Đây là những kênh quan trọng để cung cấp thông tin cũng như quảng bá hình ảnh của trường, đồng thời nó cũng là những kênh thông tin tham khảo quan trọng nhất khi người học ra quyết định lựa chọn trường học.

Nhân tố 4: Cơ hội việc làm, biến CHVL2 - dễ tìm được việc làm có thu nhập cao sau khi tốt nghiệp Trường Đại học Hồng Đức, có hệ số nhân tố tải cao nhất 0.816, kế đến là CHVL3 - dễ tìm được việc làm có vị trí cao trong xã hội với giá trị 0.774. Cuối cùng là CHVL1 - sinh viên có cơ hội làm việc đúng chuyên môn được đào tạo sau khi tốt nghiệp.

Nhân tố 5: Chương trình đào tạo, hệ số tải cao nhất trong nhóm nhân tố này là biến CTDT2 (0.789) - Trường Đại học Hồng Đức có chuyên ngành đào tạo đa dạng, hình thức

phong phú. Sau đó là CTDT3 (0.756) - chuẩn đầu ra từng ngành đào tạo phù hợp với năng lực học tập của người học. Cuối cùng, biến CTDT1 (0.621) - nhà trường có công bố công khai chương trình đào tạo của các ngành học. Như vậy, người học đánh giá cao chương trình đào tạo có hình thức đa dạng, phong phú phù hợp với nhu cầu thực tế của xã hội.

Nhân tố 6: Danh tiếng, 3 biến tạo nên nhóm nhân tố này là DT1 (0.688), DT2 (0.683) và DT5(0.578). Sức hút đầu tiên đối với người học khi đăng ký thi, học một trường đại học nào đó chính là trường đại học đó phải là trường đại học uy tín. Sau đó, là chất lượng và danh tiếng đội ngũ giảng viên của trường đại học tốt. Cuối cùng, nhà tuyển dụng đánh giá cao về chất lượng sinh viên tốt nghiệp sau khi ra trường.

Nhân tố 7: nhóm nhân tố này được kết hợp bởi 2 biến của nhóm nhân tố độc lập - cơ sở vật chất và 2 biến của nhóm nhân tố phụ thuộc - thu hút người học. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả đã lựa chọn chạy nhân tố khám phá cho cả biến độc lập và biến phụ thuộc do có liên quan với mô hình nhân tố khẳng định (CFA) và mô hình cấu trúc cân bằng (SEM) tiếp theo. Do vậy, nhóm nghiên cứu đã không loại tiếp biến cơ sở vật chất ra khỏi nhóm nhân tố.

3.2. Phân tích mô hình hồi quy

Để xác định, đo lường, đánh giá mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến yếu tố thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức, nhóm tác giả đã sử dụng mô hình hồi quy đa biến. Sau khi chạy phần mềm SPSS.20 cho kết quả:

Bảng 4. Kiểm định sự phù hợp của mô hình

Mô hình	R	R bình phương	R bình phương hiệu chỉnh	Sai số chuẩn của dự báo	Giá trị Durbin-Watson
1	.914 ^a	.836	.829	.11793	1.992

Nguồn: Tổng hợp nghiên cứu của nhóm tác giả

Bảng 5. Kiểm định Anova

Mô hình	Tổng bình phương	Giá trị df	Trung bình bình phương	Giá trị F	Mức ý nghĩa (Sig)	
1	Kiểm định F	14.034	9	1.754	126.125	.000b
	Số dư	2.754	198	0.014		
	Tổng	16.788	207			

Nguồn: Tổng hợp nghiên cứu của nhóm tác giả

Kết quả kiểm định Anova cho thấy mức độ phù hợp của mô hình hồi quy tuyến tính tổng thể, xem biến phụ thuộc có liên hệ tuyến tính với toàn bộ biến độc lập hay không. Từ bảng 5 cho thấy mức ý nghĩa sig rất nhỏ (sig = 0.000). Hệ số xác định $R^2 = 0.836$ (R^2 hiệu chỉnh = 0.829) (Bảng 4) đã chứng minh cho sự phù hợp của mô hình, tức là yếu tố thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức chịu sự tác động tới 82.9% bởi 7 yếu tố trong mô hình. Hệ số Durbin-Watson = 1.992 (nằm trong khoảng 1.5 đến 2.5) cho biết không có hiện tượng tự tương quan giữa các biến.

Bảng 5. Kết quả phân tích hồi quy bội

Mô hình	Hệ số không chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa Sig.	Thống kê đa cộng tuyến		
	Giá trị B	Sai số chuẩn	Giá trị Beta			Độ chấp nhận	Hệ số phóng đại phương sai (VIF)	
1	Hằng số	1.495	.078		19.17	.000		
	Chương trình đào tạo	.141	.025	.236	5.768	.000	.493	2.027
	Danh tiếng	.078	.022	.152	3.609	.000	.465	2.151
	Cơ sở vật chất	.112	.023	.215	4.807	.000	.415	2.410
	Chất lượng giảng viên	.066	.023	.120	2.833	.005	.458	2.184
	Chi phí học tập	.016	.025	.031	0.654	.514	.362	2.764
	Cơ hội việc làm	.038	.017	.086	2.266	.025	.577	1.734
	Giao tiếp với người học	.041	.019	.087	2.123	.035	.494	2.026
	Giao tiếp với doanh nghiệp	.132	.020	.263	6.683	.000	.533	1.876

Nguồn: Tổng hợp nghiên cứu của nhóm tác giả

Kết quả phân tích hồi quy bội ở bảng 5 cho thấy 7 biến độc lập đều có sig nhỏ hơn 0.05, nghĩa là tất cả 7 nhân tố độc lập này đều có ảnh hưởng đến khả năng thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức. Tuy nhiên, duy nhất có biến “chi phí học tập” là chỉ số sig > 0.05. Có thể kết luận rằng, yếu tố này không có ảnh hưởng đến khả năng thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức. Mức độ quan trọng của từng yếu tố tùy thuộc vào hệ số Beta chuẩn hóa hay nhân tố nào có hệ số Beta đã chuẩn hóa lớn hơn thì tác động mạnh hơn đến khả năng thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức.

Phương trình hồi quy tổng quát được xây dựng như sau:

Trường Đại học Hồng Đức thu hút người học = $\alpha + \beta_1*A + \beta_2*B + \beta_3*C + \beta_4*D + \beta_5*E + \beta_6*F + \beta_7*G$. Trong đó: Biến phụ thuộc là: Thu hút người học

- A: Nhóm nhân tố chương trình đào tạo
- B: Nhóm nhân tố danh tiếng
- C: Nhóm nhân tố cơ sở vật chất
- D: Nhóm nhân tố chất lượng giảng viên
- E: Nhóm nhân tố cơ hội việc làm
- F: Nhóm nhân tố giao tiếp với người học
- G: Nhóm nhân tố giao tiếp với doanh nghiệp

Phương trình hồi quy đa biến được viết từ kết quả bảng 5 như sau:

Yếu tố thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức = $0.236*A + 0.125*B + 0.215*C + 0.120*D + 0.087*E + 0.086*F + 0.263*G$

Phương trình hồi quy cho thấy yếu tố thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức bị ảnh hưởng bởi 7 nhóm nhân tố. Mức độ tác động của mỗi nhóm nhân tố lên nhân tố thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức là khác nhau trong khi các nhân tố khác không đổi. Nhóm yếu tố G - nhóm yếu tố giao tiếp với doanh nghiệp là nhóm yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất, tiếp theo là nhóm yếu tố chương trình đào tạo, cơ sở vật chất, danh tiếng, chất lượng giảng viên, giao tiếp với người học và cơ hội việc làm.

Như vậy, khi biến chương trình đào tạo tăng 1 đơn vị thì biến thu hút người học tăng 0.236 đơn vị độ lệch chuẩn, mức ý nghĩa của mối quan hệ này có chỉ số sig = 0.00 > 0.05 đủ điều kiện chấp nhận giả thuyết H1 tức là chương trình đào tạo của Trường Đại học Hồng Đức càng tốt thì càng thu hút người học. Khi biến danh tiếng tăng 1 đơn vị thì biến thu hút người học tăng 0.125 đơn vị độ lệch chuẩn, với mức ý nghĩa sig = 0.00 đủ điều kiện chấp nhận giả thuyết H2, danh tiếng của Trường Đại học Hồng Đức càng tốt thì khả năng thu hút người vào học càng cao. Khi biến cơ sở vật chất tăng 1 đơn vị thì biến thu hút người học 0.215 đơn vị, mức ý nghĩa sig = 0.00 đủ điều kiện chấp nhận giả thuyết H3 cơ sở vật chất càng khang trang thì càng thu hút người vào học Trường Đại học Hồng Đức. Khi biến chất lượng giảng viên tăng 1 đơn vị thì biến thu hút người học tăng 0.120 đơn vị độ lệch chuẩn, mối quan hệ của hai biến này có chỉ số sig = 0.00 đã đủ điều kiện chấp nhận giả thuyết H4, chất lượng giảng viên càng chuyên nghiệp thì Trường Đại học Hồng Đức càng thu hút hơn người học. Khi biến cơ hội việc làm tăng 1 đơn vị, biến thu hút người học tăng 0.087 đơn vị, chỉ số sig = 0.02 < 0.05 đủ điều kiện chấp nhận giả thuyết H6, sau khi ra trường sinh viên có nhiều cơ hội việc làm thì thu hút nhiều người học đến với Trường hơn. Khi biến nỗ lực giao tiếp với người học tăng lên 1 đơn vị thì biến thu hút người học tăng lên 0.086 đơn vị độ lệch chuẩn, chỉ số sig = 0.035 cho thấy chấp nhận được giả thuyết H7, Trường Đại học Hồng Đức nỗ lực giao tiếp với người càng nhiều thì người học sẽ càng quan tâm lựa chọn. Khi biến giao tiếp với người học tăng 1 đơn vị thì biến thu hút người học tăng 0.263 đơn vị độ lệch chuẩn, chỉ số ý nghĩa sig = 0.00, đủ điều kiện để chấp nhận giả thuyết H8, Trường Đại học Hồng Đức càng nỗ lực giao tiếp với các doanh nghiệp cho sinh viên học tập và tạo việc làm thì trường càng thu hút được người học hơn. Duy chỉ có nhân tố chi phí học tập có chỉ số sig = 0.541 > 0.05 nên nhân tố này bị loại khỏi phương trình hồi quy và cũng bác bỏ giả thuyết H5 tức là nhân tố thu hút người học vào Trường Đại học Hồng Đức không bị ảnh hưởng bởi nhân tố chi phí học tập.

Từ phân tích trên nhóm nghiên cứu có thể kết luận, trong công tác tuyển sinh của Trường Đại học Hồng Đức nghiệp sẽ cùng đồng hành trong công tác tuyển sinh, xây dựng chương trình đào tạo và mở rộng việc làm cho sinh viên như Cabera và La Nasa (được trích bởi M. J. Burn, 2006) đã kết luận những mong đợi về công việc trong tương lai của người học là một nhóm nhân tố quan trọng tác động đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh. Ngoài ra đầu tư vào việc đào tạo, nâng cao trình độ, đảm bảo đời sống cho giảng viên là rất quan trọng trong công tác tạo đòn bẩy cho danh tiếng của Trường Đại học Hồng Đức ngày một nổi trội hơn nữa để không chỉ người học ở trong tỉnh mà còn ở các tỉnh ngoài biết đến và tham gia học tập tại Trường.

4. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

4.1. Kết luận

Từ kết quả phân tích nhân tố khám phá kết hợp với hồi quy tuyến tính, 7 giả thuyết ban đầu đã được chấp nhận, nghĩa là các nhân tố: chương trình đào tạo, danh tiếng, cơ sở vật chất, chất lượng giảng viên, giao tiếp với người học, cơ hội việc làm, giao tiếp với doanh nghiệp có tác động cùng chiều với nhân tố thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức. Trong đó nhân tố giao tiếp với doanh nghiệp và chương trình đào tạo là các nhân tố có tác động mạnh nhất đến việc thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức.

Mô hình nghiên cứu giải thích được 83,6% cho tổng thể về mối liên hệ của 7 nhóm nhân tố trên với biến thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức và khẳng định mối quan hệ đồng biến giữa 7 nhân tố này với biến thu hút người học. Điều này có nghĩa rằng Trường Đại học Hồng Đức càng nỗ lực giao tiếp với các doanh nghiệp để sinh viên học hỏi kiến thức, kinh nghiệm làm việc đồng thời tạo điểm tựa cơ hội việc làm sau khi sinh viên ra trường càng cao thì Trường Đại học Hồng Đức càng nhiều cơ hội thu hút người học.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy chương trình đào tạo càng tốt, chất lượng giảng viên càng cao, cơ sở vật chất càng hiện đại thì khả năng thu hút người học đến với Trường Đại học Hồng Đức càng lớn. Ngoài ra kênh giao tiếp với người học cũng đặc biệt quan trọng có tác động lớn đến việc thu hút người học. Có nghĩa rằng bên cạnh sự đầu tư cốt lõi cho nội dung của Trường thì cũng cần phải quảng bá cho người học biết giá trị của trường đại học từ đó tạo nên sức hút của Trường Đại học Hồng Đức.

Như vậy nhà trường cần có sự tổ chức liên kết học tập cũng như kết nối đầu ra cho sinh viên thông qua việc giao tiếp với các doanh nghiệp cũng như có những chương trình đào tạo với những chính sách ưu đãi hấp dẫn thu hút hơn nữa người học. Bên cạnh đó nhà trường đầu tư, nhằm củng cố chất lượng giảng viên để nâng cao yếu tố danh tiếng tạo đà cho sự thu hút người học trong tương lai.

4.2. Kiến nghị

Dựa trên kết quả nghiên cứu và tình hình thực tiễn, nhóm tác giả đưa ra một số kiến nghị cho Trường Đại học Hồng Đức trong quá trình tạo sức hút đối với người học từ những nhân tố có tác động mạnh nhất sau đây:

Thứ nhất, nhóm nhân tố tác động mạnh nhất đến khả năng thu hút người học là giao tiếp với doanh nghiệp và nhóm nhân tố cơ hội việc làm. Một thực tế cho thấy có sự không ăn khớp giữa đào tạo và sử dụng, giữa nhà trường với doanh nghiệp. Trường Đại học Hồng Đức nên coi trọng việc hợp tác, liên kết với các doanh nghiệp và các tổ chức xã hội hơn nữa và coi đây là một lợi thế của nhà trường trong việc nâng cao chất lượng đào tạo và giải quyết việc làm cho sinh viên. Thiết kế khung liên kết toàn diện với doanh nghiệp trong xây dựng chương trình đào tạo, tổ chức tuyển sinh, tổ chức đào tạo, thực tập thực tế và phối hợp giải quyết việc làm cho sinh viên sau khi tốt nghiệp. Không chỉ dừng lại ở sự liên kết với các doanh nghiệp trong nước mà còn mở rộng liên kết với các doanh nghiệp nước ngoài để khơi dậy niềm đam mê học tập và rèn luyện các kỹ năng mềm đặc biệt là trình độ ngoại ngữ cho

sinh viên. Tạo môi trường mở, năng động và thoải mái cho sinh viên học tập và rèn luyện từ đó sẽ tạo nên sức hút của Trường Đại học Hồng Đức.

Thứ hai, Nhóm nhân tố bao gồm các đặc điểm cố định của trường: chương trình đào tạo, danh tiếng, cơ sở vật chất, chất lượng giảng viên có ảnh hưởng lớn đến việc thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức. Chương trình đào tạo phải đáp ứng được khung cơ cấu hệ thống giáo dục quốc gia và khung trình độ quốc gia Việt Nam để bằng cử nhân của Trường Đại học Hồng Đức được công nhận rộng rãi trên thế giới tiến tới quốc tế hóa chương trình đào tạo rút ngắn khoảng cách giữa chất lượng đào tạo trong nước và nước ngoài. Bên cạnh nhân tố chương trình đào tạo là chất lượng đội ngũ giảng viên của trường là nhân tố có ảnh hưởng trực tiếp đến danh tiếng của trường. Hai nhân tố này có tác động thuận chiều đến nhân tố thu hút người học của Trường Đại học Hồng Đức. Chính vì thế, năng lực đội ngũ giảng viên cần phải được chú trọng đầu tư hơn nữa. Đẩy mạnh công tác nghiên cứu khoa học của giảng viên với những công trình khoa học có ý nghĩa thực tiễn. Nâng cao trình độ giảng viên bằng những chương trình hợp tác quốc tế, tạo cơ hội cho đội ngũ giảng viên nâng tầm tri thức từ đó có ý chí thăng tiến trong nghề nghiệp, yêu và gắn bó với nghề của mình tránh trường hợp chảy máu chất xám đội ngũ giảng viên trong trường.

Thứ ba, thời đại 4.0 là thời đại công nghệ hóa, số hóa, quốc tế hóa nên sức cạnh tranh trên thị trường tuyển sinh ngày càng trở nên gay gắt hơn đòi hỏi nhà Trường cần có những chiến lược truyền thông thân thiện, chuyên nghiệp, hiệu quả. Đặc biệt qua website và fangage phải thể hiện thông tin tuyển sinh, thông tin về Trường một cách đầy đủ, chi tiết nhất đến người học. Một kênh truyền thông đơn giản nhưng lại có tác động mạnh mẽ đến việc thu hút người học đó là đồng phục sinh viên chính khóa mang logo thương hiệu của Trường Đại học Hồng Đức, nếu như sinh viên cảm thấy yêu thích và tự hào khi mặc nó thì sức lan tỏa danh tiếng của Trường Đại học Hồng Đức là không hề nhỏ.

Cuối cùng, nghiên cứu của chúng tôi là nghiên cứu ứng dụng, nhóm nghiên cứu chỉ thực hiện dành riêng cho Trường Đại học Hồng Đức nên không có ý nghĩa đại diện cho tất cả các trường đại học khác. Nghiên cứu có kích thước mẫu còn nhỏ so với quy mô nghiên cứu và nghiên cứu này sẽ là tiền đề cho những nghiên cứu với lượng mẫu tổng quát hơn tiếp theo về lĩnh vực xã hội học và khoa học giáo dục của nhóm tác giả.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Lê Quang Hiếu, Lê Thị Bình (2020), Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi sự kinh doanh của sinh viên Trường Đại học Hồng Đức, *Tạp chí Công thương*, số 17, tháng 7.
- [2] Nguyễn Thị Ánh Hòa, Nguyễn Thị Hồng Hạnh (2019), Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học của học sinh Trung học phổ thông tỉnh Bà Rịa Vũng Tàu, *Tạp chí khoa học Yersin chuyên đề Khoa học và công nghệ*, tập 6, tr.69.
- [3] Lê Quang Hùng (2019), Nhân tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường của tân sinh viên quản trị kinh doanh, *Tạp chí Tài chính*, Trường Đại học Công nghệ TP.Hồ Chí Minh.
- [4] Lưu Ngọc Liêm (2010), *Xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học của sinh viên đại học Lạc Hồng*, Công trình nghiên cứu khoa học Trường Đại học Lạc Hồng.

- [5] Trần Ngọc Mai (2018), Các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn chương trình cử nhân Học viện Ngân hàng của người học, *Tạp chí Khoa học và Đào tạo ngân hàng*, số 193, tháng 6.
- [6] Lê Hồng Ngọc (2019), Vai trò của liên kết đào tạo giữa các trường đại học với doanh nghiệp, *Tạp chí Tài chính online*, <https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/vai-tro-cua-lien-ket-dao-tao-giua-cac-truong-dai-hoc-voi-doanh-nghiep-305120.html>.
- [7] Tổng Cục thống kê (2020), *Niên giám thống kê tóm tắt 2020*, Nxb. Thống kê, Hà Nội.
- [8] Trần Văn Quý, Cao Hà Thi (2009), Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường Đại học của học sinh phổ thông trung học, *Tạp chí phát triển Khoa học và Công nghệ* số 15, Trường Đại học Bách Khoa, Đại học Quốc gia, TP.Hồ Chí Minh.
- [9] Lê Hồng Sinh (2021), *Báo cáo tuyển sinh hàng năm*, phòng Công tác Học sinh Sinh viên Trường Đại học Hồng Đức.
- [10] Huỳnh Thị Lương Tâm (2015), *Giải pháp nâng cao giá trị thương hiệu Trường Đại học Trà Vinh*, Luận văn Thạc sĩ Trường Đại học Trà Vinh.
- [11] Nguyễn Đình Thọ (2014), *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Tài bản lần 2, Nxb. Tài chính, Hà Nội.
- [12] Absher, K., & Crawford, G. (1996), *University product/service portfolio management: How should relevant publics be evaluated?* Southwest Business Symposium Proceedings, p.543-550.
- [13] Baumgartner, H., Homburg, C. (1996), Applications of Structural Equation Modeling in Marketing and Consumer Research: a review, *International Journal of Research in Marketing*, 13(2), p.139-161.
- [14] Chapman D. W (1981), A model of student college choice, *The Journal of Higher Education*, p.490- 505.
- [15] Comrey, A.L. (1973), *A first course in factor analysis*. New York, NY: Academic Press.
- [16] Ford, R.C., & Richardson, W.D. (1999), Ethical decision making: A review of the empirical literature, *Journal of Business Ethics*, 13(3), p.205-221.
- [17] Hair J.F, Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998), *Multivariate data analysis with readings*, 5th ed, PrenticeHall, New Jersey.
- [18] Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010), *Multivariate Data Analysis. 7th Edition*, Pearson, New York.
- [19] Hossler, D. and Gallagher, K. (1987), *Studying Student College Choice: A Three-Phase Model and the Implications for Policymakers*, College and University, 62, p.207-221.
- [20] Marvin J. Burns (2006), *Factors influencing the college choice of african-american students admitted to the college of agriculture, food and natural resources*, A Thesis presented to the Faculty of the Graduate School. University of Missouri-Columbia.
- [21] Perna (2006), *Studying college: Access and Choice: A proposed conceptual model*, Higher Education: Handbook of theory and research, vol.21, p.99-157.
- [22] Roger L.Worthington & Tiffany A.Whittaker (2006), *Scale Development Research: A Content Analysis and Recommendations for Best Practices*-Published by SAGE.

- [23] Tabachnick, B.G., & Fidell, L.S (1996), *Using Multivariate Statistics*, 3rd ed, New York: Harper Collins.
- [24] Lê Hồng Ngọc (2019), *Vai trò của liên kết đào tạo giữa các trường đại học với doanh nghiệp*, <https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/vai-tro-cua-lien-ket-dao-tao-giua-cac-truong-dai-hoc-voi-doanh-nghiep-305120.html>.

FACTORS AFFECTING STUDENTS' INTEREST IN HONG DUC UNIVERSITY NOWADAYS

Doan Thi Nhu Quynh

ABSTRACT

The study aims to determine the factors affecting the interest of students in Hong Duc University. The survey method by the questionnaire that is combined with an online survey was used to collect data of 207 students enrolling in 2019-2020 academic year of HongDuc University. The exploratory factor analysis methods EFA and linear regression were applied to analyze the data. The results show that many factors affect the interests of students in the university. The factors are sequenced from greater to smaller scale: (1) communication with enterprises, (2) training program, (3) facilities, (4) reputation. (5) the quality of lecturers, (6) the cost of studying, (7) job opportunities. From the research results, we propose some solutions to attract students to the university.

Từ khóa: *Students, Hong Duc University, exploratory factor, linear regression.*

* Ngày nộp bài: 1/10/2021; Ngày gửi phản biện: 9/10/2021; Ngày duyệt đăng: 16/12/2021