

NGHIÊN CỨU CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC SINH VIÊN CHỌN TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ TP.HCM

TS. Nguyễn Minh Hà¹

ThS. Huỳnh Gia Xuyên²

ThS. Huỳnh Thị Kim Tuyết³

TÓM TẮT

Mục tiêu của đề tài là xác định các yếu tố ảnh hưởng đến việc sinh viên chọn trường Đại học Mở TP.HCM. Với mẫu nghiên cứu 1894 sinh viên năm thứ nhất hệ chính quy, sử dụng phân tích nhân tố EFA tạo thành 7 nhân tố ảnh hưởng đến việc sinh viên chọn trường Đại học Mở TP.HCM: Nỗ lực của nhà trường để đưa thông tin đến học sinh sắp tốt nghiệp THPT; khả năng vào được trường; chất lượng dạy – học; công việc trong tương lai; đặc điểm của bản thân sinh viên; người thân trong gia đình; người thân ngoài gia đình. Ngoài ra, kết quả kiểm định giả thuyết về giá trị trung bình của hai tổng thể - trường hợp mẫu độc lập cho thấy: những sinh viên có hộ khẩu thường trú tại tỉnh đánh giá “việc tham dự các buổi giới thiệu về trường” quan trọng hơn những sinh viên có hộ khẩu thường trú tại TP.HCM, sinh viên đăng ký thi vào trường nguyện vọng 1 đánh giá “khả năng vào được trường” quan trọng hơn sinh viên đăng ký thi vào trường nguyện vọng 2, sinh viên học khối ngành “Kinh tế - QTKD” đánh giá “công việc trong tương lai” quan trọng hơn sinh viên học khối ngành “KHKT” và “KHXXNV”. Kết quả nghiên cứu góp phần giúp cho lãnh đạo nhà trường xây dựng các chiến lược marketing đúng hướng nhằm hoạch định chính sách tuyển học viên, học sinh tốt nghiệp THPT.

ABSTRACT

The aim of this paper is to determine factors influencing on Students' choice to Ho Chi Minh City Open University. With a sample of 1894 first year students, using Exploratory Factor Analysis show that seven factors influencing on Students' choice to Ho Chi Minh City Open University: university efforts to communicate with students; the ability of student; quality of program; prospective job; student characteristics; the family; close friends. In addition, the result of Independent sample T-test show that the students who have permanent residence in the province assess “to attend the presentation of the university” more important than the students who have permanent residence in Ho Chi Minh City, the students who register the first choice assess “the ability of student” more important than the students who register the second choice, the students who learn the speciality “Economics -Business Administration” assess “prospective job” more important than the students learn the speciality “science and technology” and “social sciences and humanities”. The results may develop marketing strategies to both students and prospective students.

1. Giới thiệu

Với định hướng xã hội hóa hoạt động giáo dục và đào tạo, nhiều trường đại học mới đã ra đời tạo nên một sự cạnh tranh rất lớn với hệ thống các trường công lập nhằm

thu hút lượng học sinh thi vào trường mình ngày càng nhiều. Một trong những yếu tố quyết định khả năng cạnh tranh hiện nay của các trường là chất lượng đào tạo và tỷ lệ sinh viên có việc làm ổn định sau khi

¹Trường Khoa Đào tạo Sau đại học, Trường ĐH Mở TP.HCM

²Phòng Quản lý đào tạo, Trường ĐH Mở TP.HCM

³Phòng Hợp tác & Quản lý khoa học, Trường ĐH Mở TP.HCM

tốt nghiệp. Trường Đại học Mở TP.HCM thường xuyên thực hiện các cuộc khảo sát chẳng hạn như lấy ý kiến sinh viên sau khi tốt nghiệp nhằm đánh giá mức độ thích ứng sản phẩm đào tạo của nhà trường với nhu cầu của thị trường lao động, qua đó góp phần nâng cao chất lượng đào tạo tại trường Đại học Mở TP.HCM. Đây là một việc làm rất cần thiết nhưng việc tìm hiểu các lý do mà sinh viên chọn trường Đại học Mở TP.HCM cũng không kém phần quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh, đo lường cải tiến chất lượng của nhà trường, thu hút học sinh tốt nghiệp trung học phổ thông thi vào trường Đại học Mở TP.HCM ngày càng nhiều hơn. ***“Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc sinh viên chọn trường Đại Học Mở TP.HCM”*** nhằm tìm hiểu các yếu tố quan trọng tác động đến quá trình ra quyết định chọn trường, từ đó thỏa mãn yêu cầu và nhận được sự hài lòng tối đa từ phía sinh viên, thu hút nhiều sinh viên vào trường, chọn đúng đối tượng để giới thiệu về trường Đại học Mở TP.HCM. Mục tiêu của nghiên cứu này là nhận dạng và đo lường tầm quan trọng của các yếu tố ảnh hưởng đến việc sinh viên chọn trường Đại học Mở TP.HCM nhằm đề xuất một số kiến nghị có liên quan đến các yếu tố đã phân tích. Với mẫu nghiên cứu là 1894 sinh viên năm thứ nhất hệ chính quy, sử dụng phân tích EFA để phân tích. Kết cấu của nghiên cứu bao gồm: Phần hai trình bày cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu. Phần ba thiết kế nghiên cứu. Phần bốn trình bày kết quả nghiên cứu. Phần cuối cùng là kết luận và kiến nghị.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Khái niệm chọn trường đại học được định nghĩa là một “quá trình phức tạp, đa giai đoạn trong đó một cá nhân phát triển những nguyện vọng để tiếp tục giáo dục chính quy sau khi học trung học, tiếp theo sau đó bởi một quyết định theo học một trường đại học cụ thể, cao đẳng hoặc

quá trình đào tạo của một tổ chức hướng nghiệp tiên tiến” (Hossler, Braxton, & Coopersmith, 1989).

Mô hình của Chapman (1981) thể hiện việc chọn lựa trường đại học của sinh viên được ảnh hưởng bởi nhóm các yếu tố đặc thù của cá nhân kết hợp với nhóm các yếu tố bên ngoài. Nhóm các yếu tố đặc thù cá nhân bao gồm các yếu tố ảnh hưởng như tình trạng kinh tế xã hội, năng lực, mức độ giáo dục mong đợi, và kết quả học tập ở THPT. Nhóm các yếu tố ảnh hưởng bên ngoài đã được nhóm lại thành ba loại nói chung: (1) người thân; (2) nhóm những đặc điểm của trường đại học; (3) nỗ lực của trường đại học trong giao tiếp với học sinh sắp tốt nghiệp THPT.

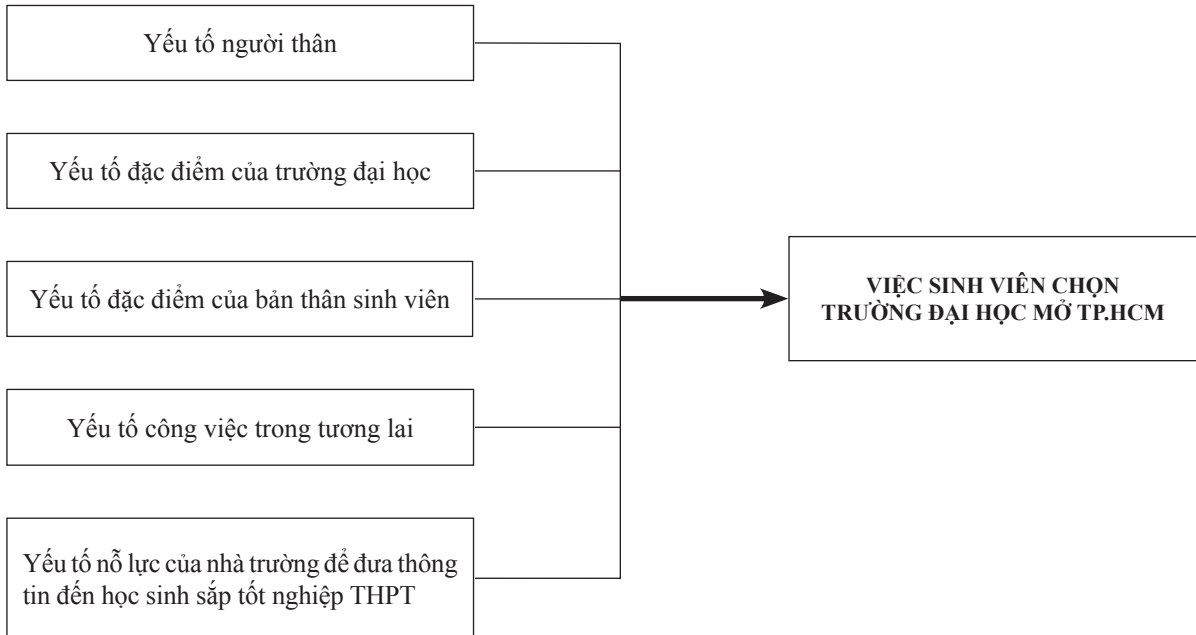
Mô hình của Litten (1982) đã nhận diện một tập hợp những biến tác động đến quá trình chọn lựa trường đại học bao gồm hoàn cảnh gia đình của sinh viên, những thuộc tính cá nhân, môi trường, chính sách công, những hoạt động của trường đại học, những đặc điểm của trường đại học, công nghệ/phương tiện truyền thông được dùng để giảng dạy.

Mô hình của Jackson (1982) được chia thành ba giai đoạn: tùy chọn, loại trừ, và đánh giá. Giai đoạn tùy chọn nhấn mạnh những tác động xã hội học mà ảnh hưởng đến việc chọn lựa trường đại học trong khi giai đoạn loại trừ và đánh giá nhấn mạnh chi phí học đại học và những đặc điểm của trường đại học.

Mô hình của Hossler và Gallagher (1987), Cabrera và La Nasa (2000) nhấn mạnh ba giai đoạn của tiến trình chọn lựa trường đại học. Giai đoạn định hướng đề cập đến các yếu tố như tình trạng kinh tế xã hội, thái độ tích cực về giáo dục, thành tích học tập, thái độ của bố mẹ. Giai đoạn tìm kiếm, sinh viên chịu ảnh hưởng của các yếu tố như: thông tin của các trường đại học, tình trạng học vấn của bố mẹ. Các yếu tố ảnh hưởng trong giai đoạn chọn lựa bao gồm: đặc điểm và chất lượng của trường đại học.

Từ việc nghiên cứu các mô hình về chọn trường đại học, đồng thời tham khảo thêm một số nghiên cứu trước đây cùng với tình hình thực tế tại Việt Nam nói chung và tại trường Đại học Mở TP.HCM nói riêng, mô hình nghiên cứu được xây dựng như sau:

Hình 1: Mô hình nghiên cứu



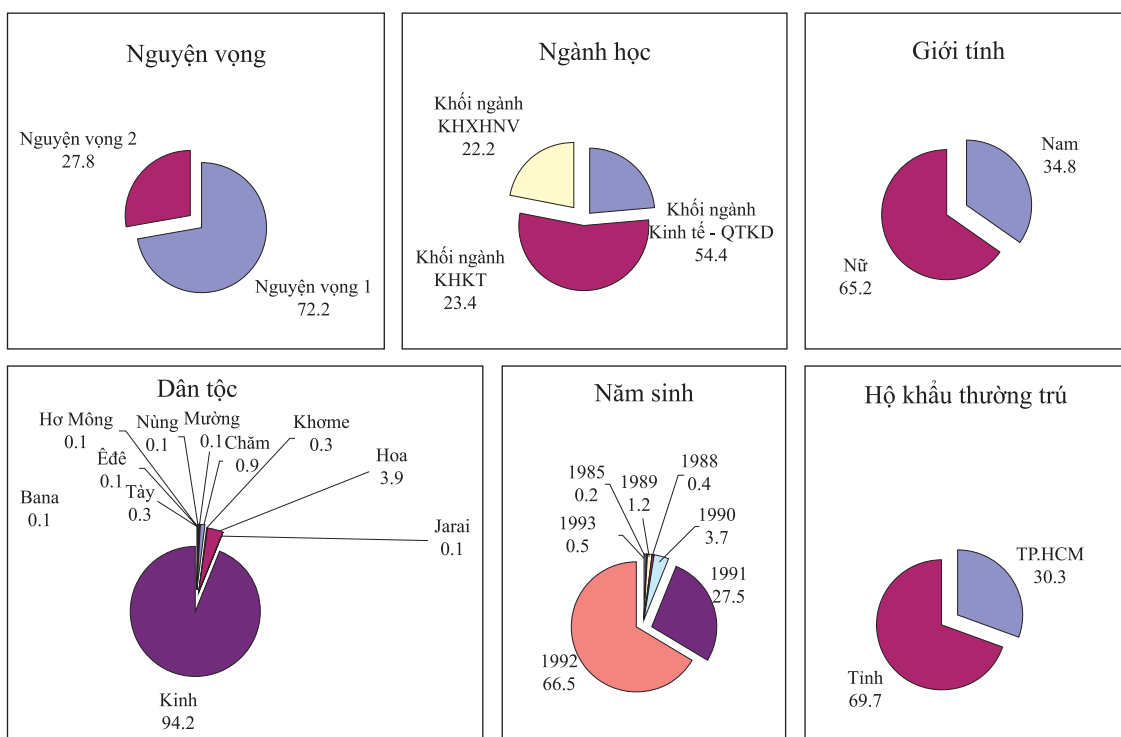
3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Mô tả một số đặc trưng chính của mẫu

Với 2150 mẫu phát ra, số mẫu thu về và đạt yêu cầu sử dụng là 1894 (chiếm tỷ

lệ 88.09%). Số mẫu không đạt yêu cầu là 256 (chiếm tỷ lệ 11.91%) do không tuân theo những quy định khi trả lời trong bảng câu hỏi và bỏ trống nhiều câu hỏi. Kết quả thống kê mẫu khảo sát cho thấy:

Hình 2: Kết quả thống kê mô tả



3.2. Kết quả phân tích nhân tố (EFA)

Nhân tố 1: Nỗ lực của nhà trường để đưa thông tin đến học sinh sắp tốt nghiệp THPT

Hiện tại, nhà trường chỉ tổ chức các buổi giới thiệu về trường tại hai tỉnh là Tiền Giang, Vĩnh Long và phát brochure cho một vài trường THPT tại TP.HCM. Hệ số tải nhân tố của biến NLNT4 – “Việc tham dự các buổi giới thiệu về trường” khá cao 0.797 thể hiện mối liên hệ chặt chẽ với nhân tố này. Do đó, nhà trường cần tăng cường tổ chức các buổi giới thiệu tại nhiều tỉnh hơn và phát triển kênh quảng cáo thông qua brochure, tạp chí giáo dục, báo đài, tivi, v.v...

Trong nhân tố này, các biến quan sát liên quan đến Website của trường và tài liệu Hướng dẫn tuyển sinh đại học có hệ số tải nhân tố khá cao trên 0.80. Điều này cho thấy mối liên hệ chặt chẽ giữa nhân tố 1 – “Nỗ lực của nhà trường để đưa thông tin đến học sinh sắp tốt nghiệp THPT” với biến NLNT2 – “Website của trường” (0.891) và NLNT3 – “Tài liệu Hướng dẫn tuyển sinh đại học” (0.845). Thực tế đây là hai kênh thông tin quan trọng nhất và được tham khảo nhiều nhất khi sinh viên ra quyết định chọn trường. Việc vào Website của một trường đại học để tham khảo ngành học, chương trình đào tạo, môi trường học tập, v.v... không còn là xa lạ đối với học sinh sắp tốt nghiệp THPT nữa. Do đó, trường cần nâng cấp Website với nhiều thông tin hơn cho các đối tượng này.

Nhân tố 2: Chất lượng dạy – học

Chất lượng dạy – học luôn là mối quan tâm hàng đầu của các bậc cha mẹ, nhà trường và sinh viên, do đó hệ số tải nhân tố của các biến quan sát tương đối cao. Điều này thể hiện mối liên hệ chặt chẽ giữa nhân tố 2 – “Chất lượng dạy – học” với biến DDT3 – “Môi trường học tập năng động” (0.810), DDT2 – “Đội ngũ giảng viên tốt” (0.774) và DDT1 – “Chương trình đào tạo

có chất lượng” (0.664). Còn biến DDT9 – “Hoạt động ngoại khóa phong phú” có giá trị thấp nhất là 0.543 nên mức độ giải thích cho nhân tố này chưa cao. Qua đó, ta thấy được sinh viên rất quan tâm đến một môi trường học tập mang tính chủ động, tạo điều kiện cho sinh viên tự tìm tòi, tự học hỏi và tự nghiên cứu. Đồng thời đội ngũ giảng viên và chương trình đào tạo cũng được sinh viên rất quan tâm. Dưới sự giảng dạy nhiệt tình của đội ngũ giảng viên và chương trình đào tạo được thiết kế mang tính thực tiễn cao tạo ra một niềm đam mê cho sinh viên trong suốt quá trình học tập. Hoạt động ngoại khóa chỉ mang tính phụ trợ nên chưa được sinh viên quan tâm nhiều trong quá trình chọn trường. Ngoài ra, trong giai đoạn chọn lựa, Hossler và Gallagher (1987) cũng khẳng định chất lượng đào tạo của trường đại học là yếu tố ảnh hưởng lớn nhất đến kết quả lựa chọn đầu tiên của sinh viên.

Nhân tố 3: Đặc điểm của bản thân sinh viên

Nhân tố thứ ba gồm có 3 biến quan sát, không biến nào bị loại hay tách ra nhóm nhân tố khác, điều này cho thấy mối tương quan chặt chẽ giữa các biến quan sát trong nhân tố đặc điểm của bản thân sinh viên. Trong đó, biến DDBT1 – “Ngành học của trường phù hợp với sở thích bản thân” có hệ số tải nhân tố khá cao 0.814. Điều này là hoàn toàn hợp lý, sinh viên chọn ngành học phù hợp với sở thích chính bản thân của họ.

Nhân tố 4: Công việc trong tương lai

Biến CVTL2 – “Ngành học có thu nhập cao khi ra trường” có hệ số tải nhân tố cao nhất là 0.823, kế đến là CVTL3 – “Hy vọng được tuyển dụng vào vị trí cao trong cơ quan, công ty, doanh nghiệp” với giá trị 0.727 và cuối cùng là CVTL1 – “Cơ hội kiếm được việc làm sau khi tốt nghiệp” có giá trị là 0.706. Kết quả này cho thấy sinh viên rất chú trọng đến cơ hội kiếm được

việc làm sau khi tốt nghiệp, ngành học có thu nhập cao khi ra trường, hy vọng được tuyển dụng vào vị trí cao trong cơ quan, công ty, doanh nghiệp. Sau 4 đến 5 năm ngồi trên ghế nhà trường, điều mà sinh viên mong muốn là tìm được một công việc phù hợp với ngành nghề của mình đã học.

Nhân tố 5: Khả năng vào được trường

Mối liên hệ giữa nhân tố này và cả hai biến cũng rất cao thể hiện qua hệ số tải nhân tố của DDT11 – “Tỷ lệ chọi thi đầu vào là phù hợp với khả năng” (0.822) và DDT12 – “Điểm chuẩn của ngành học phù hợp với khả năng” (0.850). Điều này cho thấy sinh viên rất quan tâm đến tỷ lệ chọi thi đầu vào và điểm chuẩn của ngành học mà mình đăng ký.

Nhân tố 6: Người thân trong gia đình

Cả hai biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố tương đối cao: NT1 – “Theo mong muốn của bố mẹ” (0.802) và NT2 – “Theo lời khuyên của anh/chị trong gia đình” (0.741). Điều này chứng tỏ mối liên hệ chặt chẽ giữa nhân tố người thân trong gia đình và cả hai biến. Trong quá trình định hướng, bố mẹ phải đặc biệt quan tâm đến sở thích của con mình.

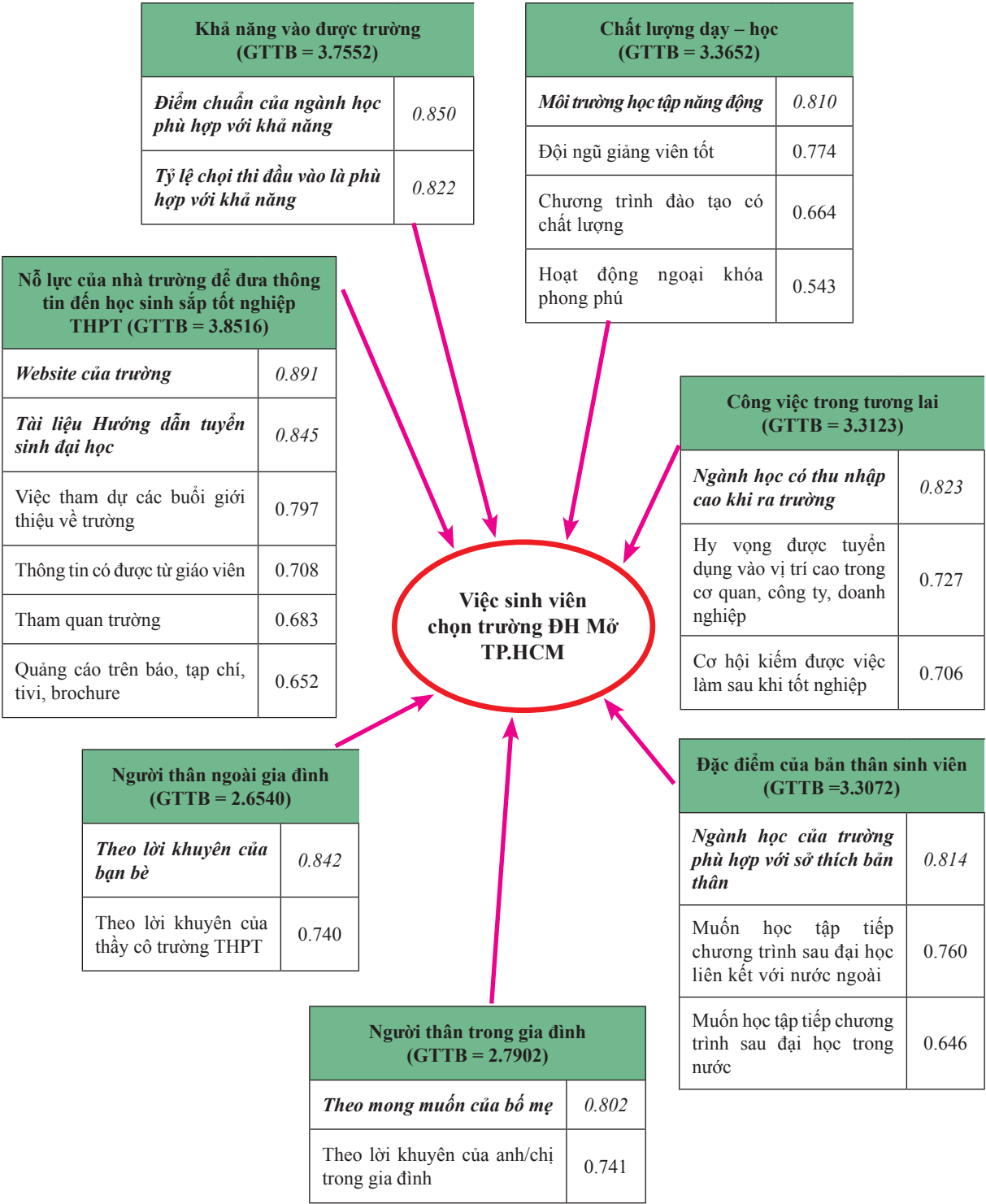
Nhân tố 7: Người thân ngoài gia đình

Cả hai biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố tương đối cao: NT3 – “Theo lời khuyên của thầy cô trường trung học phổ

thông” (0.740) và NT4 – “Theo lời khuyên của bạn bè” (0.842). Điều này cho thấy mối liên hệ chặt chẽ giữa nhân tố người thân ngoài gia đình và cả hai biến. Thầy cô THPT cũng đóng vai trò định hướng và hướng dẫn học sinh của mình điền vào hồ sơ đăng ký dự thi đại học.

Tóm lại, có 7 nhân tố tác động đến việc sinh viên chọn trường Đại học Mở TP.HCM. Các nhân tố đều có mối quan hệ mật thiết với nhau. Việc sinh viên chọn trường Đại học Mở TP.HCM như một quá trình đa giai đoạn. Đầu tiên, sinh viên tham khảo tài liệu Hướng dẫn tuyển sinh đại học, Website của trường và người thân (bố mẹ, anh/chị, bạn bè, thầy cô THPT) khi chọn trường. Sau đó, họ xác định xem khả năng của mình có thi đậu vào trường không, ngành học của trường có phù hợp với sở thích bản thân không và chương trình đào tạo của trường có chất lượng không. Và cuối cùng, sau khi ra trường, họ xác định xem ngành học có thu nhập cao không, có nhiều cơ hội tìm kiếm việc làm không. Các nhân tố được sắp xếp theo mức độ quan trọng giảm dần. Các nhân tố có giá trị trung bình càng cao thì càng quan trọng. Trong từng nhân tố, các biến quan sát được sắp xếp theo thứ tự giảm dần thể hiện mối liên hệ chặt chẽ và mức độ giải thích cho nhân tố đó.

Hình 3: Tổng hợp các yếu tố tác động đến việc sinh viên chọn trường Đại học Mở TP.HCM



3.3. Kiểm định sự khác biệt

Hộ khẩu thường trú của sinh viên ở “tỉnh” hoặc “TP.HCM” thì việc đánh giá của họ đối với nhân tố 2 – “Chất lượng dạy – học”, nhân tố 3 – “Đặc điểm của bản thân sinh viên”, nhân tố 4 – “Công việc trong tương lai”, nhân tố 5 – “Khả năng

vào được trường”, nhân tố 6 – “Người thân trong gia đình”, nhân tố 7 – “Người thân ngoài gia đình” đều giống nhau. Còn nhân tố 1 – “Nỗ lực của nhà trường để đưa thông tin đến học sinh sắp tốt nghiệp THPT” có mức độ quan trọng được đánh giá khác nhau khi “hộ khẩu thường trú” khác nhau.

Những sinh viên có hộ khẩu thường trú tại “TP.HCM” có nhiều điều kiện tiếp xúc với các kênh thông tin quảng cáo của nhà trường hơn so với sinh viên ở tỉnh chỉ được biết trường thông qua tài liệu Hướng dẫn tuyển sinh đại học hoặc các buổi giới thiệu về trường tại hai tỉnh Tiền Giang, Vĩnh Long. Do đó, những sinh viên có hộ khẩu thường trú tại “TP.HCM” đánh giá về nhân tố 1 – “Nỗ lực của nhà trường để đưa thông tin đến học sinh sắp tốt nghiệp THPT” cao hơn những sinh viên có hộ khẩu thường trú tại “tỉnh”. Cụ thể, những sinh viên có hộ khẩu thường trú tại “TP.HCM” đánh giá các biến quan sát NLNT1 – “Tham quan trường”, NLNT2 – “Website của trường”, NLNT3 – “Tài liệu Hướng dẫn tuyển sinh đại học”, NLNT5 – “Thông tin có được từ giáo viên” và NLNT6 – “Quảng cáo trên báo, tạp chí, tivi, brochure” quan trọng hơn các sinh viên có hộ khẩu thường trú tại “tỉnh”. Còn những sinh viên có hộ khẩu thường trú tại “tỉnh” đánh giá biến quan sát NLNT4 – “Việc tham dự các buổi giới thiệu về trường” cao hơn những sinh viên có hộ khẩu thường trú tại “TP.HCM”.

Sinh viên đăng ký thi vào trường nguyện vọng 1 hoặc nguyện vọng 2 thì việc đánh giá của họ đối với nhân tố 1 – “Nỗ lực của nhà trường để đưa thông tin đến học sinh sắp tốt nghiệp THPT”, nhân tố 2 – “Chất lượng dạy – học”, nhân tố 3 – “Đặc điểm của bản thân sinh viên”, nhân tố 4 – “Công việc trong tương lai”, nhân tố 6 – “Người thân trong gia đình” và nhân tố 7 – “Người thân ngoài gia đình” đều giống nhau. Còn nhân tố 5 – “Khả năng vào được trường” có mức độ quan trọng được đánh giá khác nhau khi “nguyện vọng” khác nhau. Những sinh viên đăng ký thi vào trường nguyện vọng 1 là những sinh viên đã xác định đúng năng lực học tập của mình cũng như ngành học mà bản thân họ thích. Do đó, họ đánh giá các biến quan sát DDT11 – “Tỷ lệ chọi thi đầu vào là phù hợp với khả năng” và DDT12 –

“Điểm chuẩn của ngành học phù hợp với khả năng” quan trọng hơn những sinh viên đăng ký thi vào trường nguyện vọng 2 thể hiện qua giá trị trung bình cao hơn.

Sinh viên học khối ngành Kinh tế - QTKD, khối ngành KHKT và khối ngành KHXHNV thì việc đánh giá của họ đối với nhân tố 1 – “Nỗ lực của nhà trường để đưa thông tin đến học sinh sắp tốt nghiệp THPT”, nhân tố 2 – “Chất lượng dạy – học”, nhân tố 3 – “Đặc điểm của bản thân sinh viên”, nhân tố 5 – “Khả năng vào được trường”, nhân tố 6 – “Người thân trong gia đình” và nhân tố 7 – “Người thân ngoài gia đình” đều giống nhau. Còn nhân tố 4 – “Công việc trong tương lai” có mức độ quan trọng được đánh giá khác nhau giữa sinh viên học các khối ngành. Khối ngành Kinh tế - QTKD có nhiều cơ hội việc làm sau khi ra trường và nhu cầu nhân lực cho khối ngành này rất lớn. Do đó, sinh viên học khối ngành Kinh tế - QTKD đánh giá các biến quan sát CVTL1 – “Cơ hội kiếm được việc làm sau khi tốt nghiệp”, CVTL2 – “Ngành học có thu nhập cao khi ra trường” và CVTL3 – “Hy vọng được tuyển dụng vào vị trí cao trong cơ quan, công ty, doanh nghiệp” quan trọng hơn những sinh viên học khối ngành KHKT và KHXHNV.

Sinh viên nam và nữ thì việc đánh giá của họ đối với nhân tố 1 – “Nỗ lực của nhà trường để đưa thông tin đến học sinh sắp tốt nghiệp THPT”, nhân tố 2 – “Chất lượng dạy – học”, nhân tố 3 – “Đặc điểm của bản thân sinh viên”, nhân tố 4 – “Công việc trong tương lai”, nhân tố 5 – “Khả năng vào được trường”, nhân tố 6 – “Người thân trong gia đình” và nhân tố 7 – “Người thân ngoài gia đình” đều giống nhau.

Sinh viên dân tộc Kinh và sinh viên dân tộc khác thì việc đánh giá của họ đối với nhân tố 1 – “Nỗ lực của nhà trường để đưa thông tin đến học sinh sắp tốt nghiệp THPT”, nhân tố 2 – “Chất lượng dạy – học”, nhân tố 3 – “Đặc điểm của bản

thân sinh viên”, nhân tố 4 – “Công việc trong tương lai”, nhân tố 5 – “Khả năng vào được trường”, nhân tố 6 – “Người thân trong gia đình” và nhân tố 7 – “Người thân ngoài gia đình” đều giống nhau.

4. Kết luận và kiến nghị

4.1. Kết luận

• Yếu tố “Nỗ lực của nhà trường để đưa thông tin đến học sinh sắp tốt nghiệp THPT” được sinh viên đánh giá có tầm quan trọng cao nhất. Trong điều kiện giáo dục Việt Nam hiện nay, tài liệu Hướng dẫn tuyển sinh đại học hàng năm với thông tin ngắn gọn về tên trường và ngành học, thiên về hướng dẫn đăng ký nhiều hơn. Website của trường Đại học Mở TP.HCM cung cấp khá đầy đủ thông tin về chương trình đào tạo, đội ngũ giảng viên và giới thiệu ngắn gọn về từng ngành học. Không chỉ dừng lại ở đó, Website phải có thêm số liệu thống kê về điểm chuẩn, tỷ lệ chọi qua nhiều năm hay các tỷ lệ khác về đầu ra như tỷ lệ tốt nghiệp, tỷ lệ có việc làm của các sinh viên tốt nghiệp ứng với từng ngành học. Tháng 5 hàng năm, các buổi giới thiệu về trường tại các trường THPT chỉ được tổ chức ở hai tỉnh Tiền Giang và Vĩnh Long. Kênh quảng cáo thông qua brochure chỉ được phát cho một số trường THPT tại TP.HCM. Việc tăng cường các buổi giới thiệu tại nhiều tỉnh hơn như Long An, Cần Thơ, Trà Vinh, v.v... đang được đặt ra hiện nay để học sinh THPT biết nhiều thông tin về trường hơn. Hiện tại, trường không ngừng phát triển các tạp chí như: tạp chí khoa học, tạp chí ABC những vấn đề kinh tế thời đại, v.v... Bên cạnh đó, trường cần phát triển thêm tạp san giới thiệu ngành nghề mà trường đào tạo, thống kê điểm chuẩn, tỷ lệ chọi từng ngành học, giới thiệu cơ hội học bổng cũng như du học tại trường cũng như điều kiện ký túc xá hay hỗ trợ chi phí hiện tại và có đĩa CD đính kèm để thêm chi tiết và sinh động. Đây là một tài liệu hết sức

cần thiết để giáo viên THPT giới thiệu cho học sinh sắp tốt nghiệp THPT định hướng nghề nghiệp tương lai phù hợp với bản thân họ. Ngoài ra, trường cần phối hợp với các trường THPT tổ chức cho các em học sinh đến tham quan trường để tận mắt thấy được chất lượng đào tạo và cơ sở vật chất của nhà trường.

• Yếu tố “Khả năng vào được trường” được xem là mối quan tâm thứ hai về mức độ quan trọng đối với sinh viên. Điểm chuẩn của trường Đại học Mở TP.HCM qua hai năm 2009 và 2010 chỉ cao hơn điểm sàn của Bộ Giáo Dục và Đào Tạo một ít. Năm 2009, điểm chuẩn nguyện vọng 1 thấp nhất là 14 điểm và cao nhất là 16 điểm. Năm 2010, điểm chuẩn nguyện vọng 1 thấp nhất là 13 điểm và cao nhất là 16 điểm. So với trường Đại học Kinh tế TP.HCM thì điểm chuẩn của trường Đại học Mở TP.HCM luôn thấp hơn nhưng tỷ lệ chọi lại cao hơn. Trong cuộc thảo luận tay đôi, đa số sinh viên chọn trường Đại học Mở TP.HCM là do điểm chuẩn và tỷ lệ chọi phù hợp với khả năng của họ. Còn một ít sinh viên trong các lớp chương trình đặc biệt của trường họ chọn trường Đại học Mở TP.HCM do không đậu nguyện vọng 1 trường Đại học Kinh tế TP.HCM và đậu nguyện vọng 2 trường Đại học Mở TP.HCM. Với ưu thế điểm chuẩn của trường Đại học Mở TP.HCM thấp hơn trường Đại học Kinh tế TP.HCM và đào tạo nhiều khối ngành (Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Khoa học kỹ thuật, Khoa học xã hội nhân văn và chương trình đào tạo đặc biệt) nên trường luôn là sự lựa chọn phù hợp với khả năng của nhiều bạn sinh viên. Theo đánh giá của các bạn sinh viên, điểm chuẩn và tỷ lệ chọi là rất quan trọng khi họ ra quyết định chọn trường. Hiện nay, họ chỉ tham khảo chủ yếu qua báo đài. Do đó, việc thống kê các số liệu về điểm chuẩn, tỷ lệ chọi trên Website của trường là rất cần thiết hiện nay.

• Yếu tố “Chất lượng dạy – học” cũng được xem là một trong những mối quan tâm hàng đầu của sinh viên khi ra quyết định chọn trường Đại học Mở TP.HCM. Hiện tại, trường có nhiều phương thức đào tạo gồm bậc: Cao học, Đại học, Cao đẳng, Trung cấp. Và từ năm 2006, trường thí điểm tổ chức chương trình Đại học Đặc biệt (theo hướng chất lượng cao) và đang trở thành một chương trình mũi nhọn của nhà trường nhằm đột phá về mặt chất lượng đào tạo. So với các trường đại học khác, trường Đại học Mở TP.HCM thực hiện đa dạng hóa ngành nghề đào tạo và phát triển mạnh loại hình đào tạo theo địa chỉ, theo nhu cầu. Trường đào tạo cả ba khối ngành: Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Khoa học kỹ thuật, Khoa học xã hội nhân văn. Đây được xem là một trong những lợi thế của nhà trường hiện nay. Ngoài ra, nhà trường đã triển khai tin học hóa công tác quản lý đào tạo thông qua việc ứng dụng các phần mềm quản lý đào tạo và chương trình E-learning. Việc phối hợp giữa các khâu của quá trình giáo dục và học tập cũng được tổ chức lại cho hợp lý hơn.

Đội ngũ giảng viên cơ hữu của nhà trường không ngừng tăng lên qua từng năm học. Nhà trường cũng thường xuyên cử nhiều giảng viên đi tu nghiệp tại nước ngoài, tham dự hội thảo để nâng cao chất lượng giảng dạy. Ngoài ra, các buổi tập huấn về kỹ năng giảng dạy của giảng viên cũng được mở ra hàng năm.

Trong thảo luận tay đôi, phần lớn sinh viên phản ánh họ chọn trường Đại học Mở TP.HCM là do chất lượng đào tạo tốt, đội ngũ giảng viên tốt. Họ chưa phản ánh nhiều về chất lượng dạy – học của nhà trường vì đây là giai đoạn trước khi họ thi vào trường. Một số ít sinh viên phản ánh theo lời khuyên của anh chị là các cơ sở đào tạo của trường rất phân tán. Hiện tại, trường có thuê nhiều cơ sở đào tạo như: 02 Mai Thị Lựu, P. Đa Kao, Q.1, TP.HCM; 511 An Dương Vương, Q. Bình Tân, v.v...

Các cơ sở nằm rải rác dẫn tới kế hoạch, thời khóa biểu bị động, chưa hợp lý làm ảnh hưởng đến giảng dạy, tinh thần và chất lượng học tập của sinh viên.

Ngoài ba nhân tố quan trọng nhất, bốn nhân tố còn lại cũng có tác động đến việc sinh viên chọn trường Đại học Mở TP.HCM nhưng không mạnh bằng ba nhân tố đầu, cụ thể như sau:

• Yếu tố “Công việc trong tương lai” cũng có tầm ảnh hưởng khá cao đến sinh viên. Sinh viên rất quan tâm đến cơ hội tìm kiếm việc làm sau khi ra trường, thu nhập của ngành mình học, vị trí tuyển dụng trong công ty. Ngành nghề đóng vai trò rất quan trọng ảnh hưởng đến công việc trong tương lai của sinh viên. Thực trạng hiện nay, nhiều sinh viên đăng ký dự thi vào ngành nghề mà mình không ưa thích dẫn đến tình trạng chuyển nghề sau khi ra trường. Điều này rất tốn thời gian và tiền bạc. Vì thế, xây dựng thông tin đầy đủ về các ngành nghề nhằm cung cấp thông tin nhiều chiều cho các học sinh THPT hoặc tạo điều kiện để các học sinh THPT được tham khảo, lắng nghe tỉ mỉ về ngành học là trách nhiệm của ngành giáo dục, của trường THPT, đại học, cao đẳng. Trường Đại học Mở TP.HCM cần phối hợp với các trường THPT tạo điều kiện để các em học sinh THPT tham quan trực tiếp trường, lắng nghe các anh chị đi trước nói về ngành mà họ đã chọn hoặc tham khảo thông tin nghề nghiệp trên các tạp chí giáo dục, tập san, Website của trường. Đây là một trong những cách cung cấp thông tin tốt nhất để các em học sinh THPT có một lựa chọn nghề nghiệp phù hợp với khả năng sở thích của mình.

• Yếu tố “Đặc điểm của bản thân sinh viên” cũng không kém phần quan trọng. Đăng ký dự thi vào một ngành học phù hợp với sở thích bản thân góp phần kích thích sinh viên một niềm đam mê trong quá trình học tập ở bậc đại học và có cơ hội tìm kiếm được một công việc

tốt sau khi tốt nghiệp. Do đó, việc tham khảo đầy đủ thông tin về ngành nghề mà mình đăng ký dự thi và lắng nghe các anh chị đi trước đã từng chọn ngành học này là trách nhiệm của sinh viên. Hiện tại, trường Đại học Mở TP.HCM đào tạo cả chương trình sau đại học trong nước và sau đại học liên kết với nước ngoài. Các chương trình này đang dần được nâng cao vị thế, chất lượng và đang cạnh tranh mạnh mẽ với chương trình sau đại học của trường Đại học Bách Khoa TP.HCM, Đại học Kinh tế TP.HCM. Sinh viên luôn được tạo điều kiện để học tập tiếp lên bậc cao học. Tuy nhiên, các chương trình sau đại học hiện có chủ yếu phát triển tập trung vào các khối ngành Kinh tế và tiếng Anh.

- Yếu tố “Người thân trong gia đình”: Đối với người Á Đông, vai trò của gia đình rất quan trọng trong định hướng tương lai. Bố mẹ cần tìm hiểu sở thích của con cái để giúp họ chọn đúng trường đại học để dự thi và định hướng nghề nghiệp phù hợp với sở thích. Không những thế lời khuyên của anh chị đóng vai trò rất quan trọng trong việc sinh viên chọn trường Đại học Mở TP.HCM.

- Yếu tố “Người thân ngoài gia đình”: Nhà trường cần phát triển các tập san giới thiệu trường Đại học Mở TP.HCM, ngành nghề đào tạo. Giáo viên THPT dựa vào đó để giúp học sinh định hướng nghề nghiệp tương lai.

4.2. Kiến nghị

- Website của trường cần phải có thêm số liệu thống kê về điểm chuẩn, tỷ lệ chọi qua nhiều năm hay các tỷ lệ khác về đầu ra như tỷ lệ tốt nghiệp, tỷ lệ có việc làm của các sinh viên tốt nghiệp ứng với từng ngành học.

- Cần tăng cường tổ chức các buổi giới thiệu về trường tại nhiều tỉnh hơn để học sinh THPT biết nhiều thông tin về trường hơn.

- Cần phát triển thêm tập san giới thiệu ngành nghề mà trường đào tạo, giới thiệu cơ hội học bổng, du học, hỗ trợ chi phí học tập và có đĩa CD đính kèm để thêm chi tiết và sinh động.

- Cần phối hợp với các trường THPT tổ chức cho các em học sinh đến tham quan trường để được nghe các anh chị đi trước giới thiệu ngành học của mình cũng như tận mắt thấy được chất lượng đào tạo và cơ sở vật chất của nhà trường.

- Xây dựng các chương trình đào tạo đa dạng cho nhiều đối tượng người học, nhiều ngành nghề mà xã hội cần, tăng tính thực tiễn trong nội dung đào tạo, thể hiện được sắc thái riêng của trường. Mở rộng qui mô của các lớp đặc biệt trong thời gian tới.

- Ưu tiên tăng cường trang bị trang thiết bị phục vụ việc học tập của sinh viên để nâng cao chất lượng đào tạo. Khắc phục tình trạng thuê cơ sở học tập bị động, không đạt chuẩn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Anna Frykman, Kim Jacobsson, Martin Jech (2007), “*Identification of Needs Influencing the Students’ Selection of University*” có thể tìm thấy ở đường dẫn <http://www.essays.se/essay/ad9d68eee4/>
2. Cabrera, A.F., La Nasa, S.M. (2000). *Understanding the College-Choice Process New Directions for Institutional Research*, no. 107 San Francisco: Jossey Bass.
3. Chapman, D. W. (1981). A model of student college choice. *The Journal of Higher Education*, 52(5), 490-505.
4. Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, NXB Hồng Đức.
5. Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Thống kê ứng dụng trong kinh tế - xã hội*, NXB Thống Kê.

6. Hossler, D., and Gallagher, K. (1987). Studying college choice: A three-phase model and implications for policy makers. *College and University*, Vol. 2, 207-21.
7. Hossler, D., Braxton, J., & Coopersmith, G. (1989). Understanding student college choice: Increased interest in student college choice. In J. C. Smith (Ed.), *Higher Education: Handbook of Theory and Research* (Vol. 5, pp. 231-288). New York: Agathon Press.
8. Huỳnh Gia Xuyên (2010), *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến việc sinh viên chọn trường Đại học Mở TP.HCM*, Luận văn Thạc sĩ Quản trị kinh doanh, Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh.
9. Jackson, G. (1978). Financial aid and student enrollment. *Journal of higher Education* 49: 548-78
10. Litten, L.H. (1982). Different strokes in the applicant pool: Some refinements in a model of student college choice. *The Journal of Higher Education*, 53(4), 383-402.
11. Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2007), *Nghiên cứu thị trường*, NXB Đại học Quốc Gia thành phố Hồ Chí Minh.
12. Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2009), *Marketing Management*, Pearson International Edition, 13th ed.
13. <http://tuvantuyensinh.edu.vn>
14. <http://www.ou.edu.vn>