

YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN TRƯỜNG ĐẠI HỌC CỦA HỌC VIÊN SAU ĐẠI HỌC TẠI ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Bạch Thị Ngọc Dung¹,
Đương Minh Quang^{1,+},
Lê Minh Trâm²

¹Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia
Thành phố Hồ Chí Minh; ²Trường Cao đẳng Giao thông vận tải Trung ương VI
+Tác giả liên hệ • Email: duongminhquang@hcmussh.edu.vn

Article history

Received: 11/10/2022

Accepted: 07/11/2022

Published: 05/12/2022

Keywords

Selection decision, higher
education, postgraduate
student, Vietnam

ABSTRACT

The university selection decision for graduate programs depends on different factors. This study investigates the university selection of postgraduate students at the Vietnam National University, Ho Chi Minh City. The author conducted a survey of 401 full-time postgraduate students in 5 collegiate universities of Vietnam National University, Ho Chi Minh City. The empirical results indicated that the postgraduate students had different reasons for pursuing postgraduate programs; participants generally confirmed the influence of the factors selected in the survey on their university selection. Moreover, the study also showed that marketing and communication factors had a positive influence on university selection decisions of postgraduate students. This is a scientific and practical basis for managers and stakeholders in devising appropriate policies and campaigns to attract students to their postgraduate programs.

1. Mở đầu

Sự cạnh tranh giữa các trường đại học để tăng số lượng người tham gia các chương trình đào tạo, sự đóng góp tài chính từ các nguồn lực xã hội cho nhà trường và việc thu hút, tạo môi trường cho đội ngũ giảng viên giỏi ngày càng gay gắt. Với thách thức của việc tuyển sinh đủ chỉ tiêu hàng năm và sự cạnh tranh về số lượng người học (Johnston, 2010), đặc biệt là học viên (HV) sau đại học đòi hỏi các cơ sở giáo dục phải phát triển các chiến lược tiếp thị tuyển sinh nhằm thu hút người học thông qua sự am hiểu về quá trình lựa chọn học tập của họ trong các chương trình đào tạo sau đại học (Maniu & Maniu, 2014). Các nghiên cứu cho thấy, việc HV quyết định lựa chọn một trường đại học với chương trình sau đại học không phù hợp sẽ làm giảm động lực, thành tích trong học tập và mất đi cơ hội việc làm mong muốn sau tốt nghiệp. Do đó, cơ sở giáo dục đại học cần có những nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của HV sau đại học để thực hiện chiến lược tuyển sinh và các chương trình đào tạo (Đỗ Thị Hồng Liên và cộng sự, 2015).

Nghiên cứu của Poock và Love (2001) nhận ra rằng, các trường đại học có thể cung cấp một chương trình sau đại học cho HV có cơ hội theo đuổi sở thích và phát triển năng lực cho nghề nghiệp trong tương lai của bản thân HV. Quyết định cơ sở đào tạo HV sau đại học theo học để đáp ứng về mặt học thuật và các nhu cầu cá nhân HV là quyết định quan trọng mà người học ở trình độ trước đó đang phải đối diện, do đó việc quyết định này được nhiều HV sau đại học đánh giá là khá phức tạp, áp lực và lãng phí thời gian (Poock & Love, 2001). Liên quan đến các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học, Chapman (1981) cho rằng sự lựa chọn trường đại học bị tác động bởi: (1) Sự ảnh hưởng của những người quan trọng; (2) Những đặc điểm cố định của cơ sở đào tạo; (3) Những nỗ lực truyền thông của cơ sở đào tạo. Theo Chapman (1981), Hossler và Gallagher (1987) và Perna (2006), truyền thông là một trong số những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học của người học. Có thể thấy, các cơ sở giáo dục cần có một chiến lược tiếp thị tuyển sinh, khẳng định danh tiếng của nhà trường và tập trung vào các dịch vụ hỗ trợ HV sau đại học, bởi đây là những yếu tố quyết định lựa chọn trường đại học của họ.

Bên cạnh đó, quyết định lựa chọn trường đại học của HV tập trung vào các quốc gia phát triển (như Vương quốc Anh, Úc, Mỹ), đang phát triển (như Malaysia và Indonesia) và chủ yếu tập trung cho sinh viên đại học (Adefulu et al., 2020; English & Umbach, 2016). Tại Việt Nam, các nghiên cứu về quyết định lựa chọn trường đại học còn hạn chế, đặc biệt với đối tượng là HV sau đại học. Trong bài báo này, nhóm tác giả trình bày thực trạng quyết định lựa chọn trường đại học của HV tại Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh, bao gồm: (1) Lý do lựa chọn học tập chương trình sau đại học, (2) Yếu tố đánh giá quyết định lựa chọn trường đại học, (3) Yếu tố tiếp thị và truyền thông ảnh hưởng đến quyết

định lựa chọn trường đại học của HV tại Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh; từ đó phân tích và đánh giá yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của HV sau đại học tại Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý luận về quyết định lựa chọn trường đại học của học viên sau đại học

Có nhiều định nghĩa khác nhau về quyết định lựa chọn trường đại học của người học. Lựa chọn trường đại học của người học là quá trình phức tạp của cá nhân người học với nhiều hoạt động như xác định nhu cầu và động cơ, thu thập thông tin, đánh giá các lựa chọn, quyết định lựa chọn và đánh giá sau lựa chọn (Kotler et al., 2005). Trong nghiên cứu này, tác giả nhận định, quyết định lựa chọn trường đại học của HV sau đại học là quá trình đưa ra lựa chọn cuối cùng của HV dựa trên nhận thức của họ về nơi sẽ tiếp tục học tập và nghiên cứu chương trình sau đại học tại một cơ sở giáo dục đại học.

Việc người học quyết định lựa chọn trường đại học để tiếp tục học tập và nghiên cứu các chương trình sau đại học là một quá trình phức tạp và phụ thuộc vào nhiều yếu tố (Dawes & Brown, 2005). Chẳng hạn, nghiên cứu của Sheppard (2013) chỉ ra quyết định lựa chọn trường đại học gồm các yếu tố như: ngành học có sẵn, thông tin nghề nghiệp cụ thể, phát triển cá nhân, cải thiện thu nhập sau đại học, tính linh hoạt của lịch trình lớp học. Ngoài ra, Lei và Chuang (2010) cho thấy có 02 yếu tố đánh giá quyết định lựa chọn trường đại học của HV gồm yếu tố học thuật (như thể chế, khoa/chương trình và giảng viên) và yếu tố phi học thuật (cá nhân, gia đình, mối quan hệ...). Hơn thế nữa, Bùi Văn Trịnh và Âu Nguyễn Thảo Nguyên (2021) đã xác định 05 nhân tố tác động đến quyết định chọn trường đại học của HV, bao gồm: năng lực giảng viên, chính sách học phí, đối tượng tham chiếu, đặc điểm cá nhân, truyền thông.

Ngoài ra, một số nghiên cứu cũng cho thấy quyết định lựa chọn trường đại học của người học bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như yếu tố cá nhân (như giới tính, chủng tộc, tôn giáo, hoàn cảnh KT-XH,...), yếu tố môi trường học đại học, yếu tố kinh tế, tài chính và tiếp thị, truyền thông.

2.2. Thực trạng quyết định lựa chọn học tập và nghiên cứu chương trình đào tạo sau đại học tại Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

2.2.1. Tổ chức khảo sát

- *Mẫu khảo sát*: Chúng tôi tiến hành khảo sát 450 HV sau đại học đang học tập tại các trường đại học thành viên của Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh và kết quả hợp lệ sau khi thu về xử lý là 401 HV, trong đó có 198 HV nam (chiếm 49,4%) và 203 HV nữ (chiếm 50,6%). Đối với trường theo học, có 70 HV (chiếm 17,5%) Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, 71 HV (chiếm 17,7%) Trường Đại học Khoa học Tự nhiên, 99 HV (chiếm 24,7%) Trường Đại học Bách khoa, 117 HV (chiếm 29,1%) Trường Đại học Kinh tế Luật và 44 HV (chiếm 11%) Trường Đại học Công nghệ Thông tin. Về trình độ theo học, có 346 HV (chiếm 86,3%) theo học chương trình đào tạo thạc sĩ và có 55 HV (chiếm 13,7%) theo học chương trình đào tạo tiến sĩ.

- *Quá trình thu thập dữ liệu*: Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng các phương pháp nghiên cứu lý luận và thực tiễn để thu thập các dữ liệu cho việc tổng hợp, phân tích và lý giải các kết quả nghiên cứu. Nghiên cứu nhằm tiến hành khảo sát thực trạng về các lý do quyết định lựa chọn học tập và nghiên cứu chương trình đào tạo sau đại học tại Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh, khảo sát mức độ đánh giá của HV về quyết định lựa chọn trường đại học và mức độ ảnh hưởng của yếu tố tiếp thị, truyền thông đến quyết định lựa chọn trường của họ. Nhóm tác giả đã lựa chọn ngẫu nhiên 450 HV để tiến hành phát phiếu khảo sát bằng bảng hỏi. Thời gian thu thập các phiếu khảo sát từ giữa tháng 3/2022 đến tháng 4/2022.

Ngoài ra, nhóm tác giả tiến hành phỏng vấn 05 HV đã tham gia học tập và nghiên cứu các chương trình sau đại học tại Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh trong thời gian 9/2022 để bổ sung thêm các kết quả thu thập được từ phiếu khảo sát. Nội dung phỏng vấn chủ yếu tập trung vào các lý do lựa chọn chương trình sau đại học, yếu tố đánh giá quyết định trường đại học và yếu tố tiếp thị, truyền thông ảnh hưởng như thế nào đến quyết định lựa chọn của họ.

- *Quy ước thang đo*: Nhóm nghiên cứu đã sử dụng thang đo Likert 5 mức độ với 1="Hoàn toàn không đồng ý" đến 5="Hoàn toàn đồng ý" để đánh giá mức độ đồng ý về các nội dung: (1) Lý do lựa chọn học tập chương trình sau đại học; (2) Một số yếu tố đánh giá quyết định lựa chọn trường đại học; (3) Yếu tố tiếp thị và truyền thông ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của HV sau đại học tại Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh. Điểm trung bình (ĐTB) cao nhất với ĐTB=5,00 và thấp nhất với ĐTB=1,00. Do đó, điểm định lượng của giá trị cho từng khoảng trong thang đo Likert 5 mức độ được tính như sau: Mức độ với giá trị = (giá trị lớn nhất - giá trị nhỏ nhất)/tổng giá trị = (5-1)/5=0,8 tức là khoảng cách giữa các giá trị là 0,8. Cụ thể: 1,00 < Hoàn toàn không đồng ý ≤ 1,80 (HV tuyệt đối không đồng ý với nội dung này); 1,81 < Không đồng ý ≤ 2,60 (HV rất hiếm khi đồng ý với nội dung này); 2,61 < Đồng ý một phần ≤ 3,40 (HV chỉ đồng ý một phần với nội dung này); 3,41 < Đồng ý ≤ 4,20 (HV thường đồng ý với nội dung này) và 4,21 < Hoàn toàn đồng ý ≤ 5,00 (HV gần như tuyệt đối đồng ý với nội dung này).

- *Phương pháp phân tích dữ liệu*: Tất cả dữ liệu khảo sát từ bảng hỏi, tác giả sử dụng phương pháp thống kê toán học bằng phần mềm SPSS để phân tích các chỉ số thống kê như giá trị ĐTB, độ lệch chuẩn (ĐLC), hệ số Beta, Sig, để chứng minh các kết quả nghiên cứu. Ngoài ra, đối với dữ liệu thu thập được từ kết quả phỏng vấn HV sau đại học - những người từng trả lời các phiếu khảo sát từ bảng hỏi, nhóm tác giả sử dụng phương pháp phân tích, so sánh và đối chiếu để bổ sung làm sáng tỏ cho các kết quả thu thập được từ kết quả khảo sát.

2.2.2. Kết quả khảo sát

2.2.2.1. Các lí do quyết định lựa chọn học tập chương trình sau đại học của học viên

Bảng 1. Kết quả về lí do quyết định lựa chọn trường đại học của HV sau đại học

TT	Yếu tố	ĐTB	ĐLC
1	Tôi đam mê ngành học tôi đã tốt nghiệp	4,05	,719
2	Tôi muốn tiếp tục học hỏi và phát triển chuyên môn	4,14	,720
3	Tôi muốn có bằng cấp sau đại học	4,08	,754
4	Tôi muốn theo đuổi một sự nghiệp riêng	4,03	,717
5	Tôi muốn có một công việc hoặc tìm một công việc khác tốt hơn	3,86	,777
6	Tôi muốn thay đổi hướng đi trong cuộc sống	3,49	,693
7	Tôi muốn kiếm nhiều tiền trong tương lai nghề nghiệp	3,93	,786
8	Tôi muốn cảm giác tự do và thoải mái	3,70	,779
9	Tôi muốn có cơ hội gặp gỡ và giao lưu với những người bạn mới	3,99	,753
10	Tôi muốn tiếp tục trải nghiệm cuộc sống sau đại học	3,87	,767

Kết quả bảng 1 cho thấy, HV sau đại học đánh giá các mức độ khác nhau đối với 10 lí do quyết định lựa chọn học tập chương trình sau đại học của họ, ĐTB dao động từ 3,70-4,14, tương đương mức 4 “đồng ý” trong thang đo Likert 05 mức độ.

Trong đó, HV đánh giá yếu tố “muốn tiếp tục học hỏi và phát triển chuyên môn” có ĐTB cao nhất với 4,14 (ĐLC=,720), tiếp theo là các yếu tố có ĐTB lớn hơn 4,0 gồm “muốn có bằng cấp sau đại học”, “đam mê ngành học tôi đã tốt nghiệp” và “muốn theo đuổi một sự nghiệp riêng” với các ĐTB (ĐLC) lần lượt là 4,08 (,754), 4,05 (,719) và 4,03 (,717). Nghiên cứu cũng chỉ ra có 6/10 yếu tố có ĐTB dưới 4,0 bao gồm: “muốn có cơ hội gặp gỡ và giao lưu với những người bạn mới” (ĐTB=3,99, ĐLC=,753), “muốn kiếm nhiều tiền trong tương lai nghề nghiệp” với ĐTB=3,93 (ĐLC=,786), yếu tố “muốn tiếp tục trải nghiệm cuộc sống sau đại học” và “muốn có một công việc hoặc tìm một công việc khác tốt hơn” có ĐTB gần bằng nhau lần lượt là 3,87 (ĐLC=,767) và 3,86 (ĐLC=,777); trong đó, yếu tố “muốn thay đổi hướng đi trong cuộc sống” - yếu tố được các HV đánh giá thấp nhất có ĐTB=3,49 (ĐLC =,693).

Ngoài ra, kết quả phỏng vấn một số HV sau đại học lựa chọn tham gia các chương trình sau đại học bởi vì: (1) Giúp thăng tiến trong nghề nghiệp; (2) Do yêu cầu tính chất của công việc; (3) Sự kì vọng của gia đình. Một HV cho biết thêm: “*Bản thân quyết định lựa chọn học tập tại Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh vì chất lượng đào tạo của các ngành học ở đây có thể giúp bản thân có cơ hội tìm kiếm được một công việc làm tốt hơn sau khi tốt nghiệp; ngoài ra, em quyết định lựa chọn học là do gia đình em mong muốn có một bằng cấp cao*” (HVSĐH 03). Bên cạnh đó, một nghiên cứu sinh cho biết: “*Do tính chất công việc của bản thân - người giảng dạy trong trường đại học nên tôi quyết định học tại đây và nơi đây có đào tạo chuyên ngành mà tôi đang theo đuổi*” (HVSĐH 05).

Kết quả nghiên cứu cho thấy, hầu hết HV sau đại học sẽ có nhiều lí do khác nhau khi quyết định lựa chọn học tập và nghiên cứu các chương trình sau đại học tại Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh. Do đó, các trường thành viên tại Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh cần có những nghiên cứu khảo sát, thăm dò HV khóa trước để có những chính sách hỗ trợ cũng như các dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu và kì vọng của người học đối với những lựa chọn trong chương trình sau đại học.

2.2.2.2. Các yếu tố đánh giá quyết định lựa chọn trường đại học của học viên sau đại học

Bảng 2. Kết quả về các yếu tố đánh giá quyết định lựa chọn trường đại học của HV sau đại học

TT	Yếu tố	ĐTB	ĐLC
1	Trường có danh tiếng và thương hiệu	4,36	,668
2	Trường được công nhận chuẩn kiểm định chất lượng	4,16	,680
3	Trường đạt thứ hạng cao tại các bảng xếp hạng trong và ngoài nước	4,07	,748
4	Giá trị bằng cấp được công nhận và có tính cạnh tranh cao	4,15	,716
5	Trường có chất lượng đào tạo cao và học thuật uy tín	4,18	,701
6	Đội ngũ giảng dạy và nghiên cứu có chất lượng và uy tín	4,19	,672
7	Sự tận tâm và nhiệt tình của đội ngũ phục vụ	4,06	,719
8	Tỉ lệ HV sau đại học tốt nghiệp đúng hạn cao	4,01	,685

9	Trường có cơ hội việc làm cao sau khi tốt nghiệp	4,11	,686
10	Vị trí tọa lạc của Nhà trường thuận lợi và an toàn	4,07	,673
Chung		4,14	,388

Kết quả bảng 2 cho thấy, HV tại các trường thành viên của Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh đánh giá các yếu tố quyết định lựa chọn trường đại học của HV sau đại học với ĐTB=4,14 (ĐLC=3,88), tương đương mức 4 trong thang đo Likert 05 mức độ - HV thường đồng ý với các yếu tố này.

Tất cả HV đều đánh giá các yếu tố quyết định lựa chọn trường đại học có giá trị TB trên 4,00; cụ thể, HV đánh giá yếu tố có ĐTB cao nhất là “Trường có danh tiếng và thương hiệu” với 4,36 (ĐLC=,668), tiếp theo các yếu tố có ĐTB xấp xỉ gần bằng nhau như “Đội ngũ giảng dạy và nghiên cứu có chất lượng và uy tín” (ĐTB=4,19, ĐLC=,672), “Trường có chất lượng đào tạo cao và học thuật uy tín” (ĐTB =4,18, ĐLC=,701), “Trường được công nhận chuẩn kiểm định chất lượng” (ĐTB =4,16, ĐLC=,680), và yếu tố “Giá trị bằng cấp được công nhận và có tính cạnh tranh cao” (ĐTB =4,15, ĐLC =,716). Qua phỏng vấn, một HV cho biết: “Theo tôi, yếu tố để thu hút tôi quyết định chọn học tại Trường vì danh tiếng học thuật và uy tín của Nhà trường. Mặc dù, thời gian đào tạo tại ngành tôi đang theo học khó để tốt nghiệp trong 3-4 năm nhưng lại là ngành luôn được thị trường lao động đón nhận cao, thậm chí một số doanh nghiệp chỉ nhận người học tốt nghiệp tại Trường” (HVSĐH 05).

Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cho thấy 02 yếu tố có ĐTB bằng nhau gồm yếu tố “Trường đạt thứ hạng cao tại các bảng xếp hạng trong và ngoài nước” và “Vị trí tọa lạc của Nhà trường thuận lợi và an toàn” với ĐTB=4,07 và ĐLC lần lượt là ,748 và ,673. Trong đó, yếu tố được đánh giá có ĐTB thấp nhất là “Ti lệ HV sau đại học tốt nghiệp đúng hạn cao” với 4,01 (ĐLC =,685).

Từ kết quả trên, có thể thấy có nhiều yếu tố để đánh giá quyết định lựa chọn trường đại học. Các nghiên cứu khác nhau với việc sử dụng công cụ khác nhau, khách thể nghiên cứu khác nhau, cách tiếp cận khác nhau sẽ lựa chọn và đánh giá được các yếu tố khác nhau. Do đó, cần có nhiều nghiên cứu đa dạng về cách tiếp cận để có thể đưa ra nhiều yếu tố, từ đó đánh giá quyết định lựa chọn trường đại học cho HV sau đại học.

2.2.2.3. *Mối tương quan giữa yếu tố tiếp thị, truyền thông và quyết định lựa chọn trường đại học của học viên sau đại học*

Bảng 3. *Kết quả về mối tương quan giữa yếu tố tiếp thị, truyền thông và quyết định lựa chọn trường đại học của HV sau đại học*

TT	Yếu tố	Hệ số Beta (β)	Hệ số Sig,
1	Cập nhật thông tin trên các phương tiện truyền hình, truyền thanh	,016	,736
2	Cập nhật thông tin các trang mạng xã hội (Zalo, Facebook, Youtube, Twitter, Tiktok,...)	,089	,094
3	Cập nhật thông tin qua quảng cáo trên các trang báo in	,074	,159
4	Cập nhật thông tin qua quảng cáo trên các trang báo điện tử	,141	,015*
5	Cập nhật thông tin qua giới thiệu chương trình tuyển sinh trực tuyến	,009	,874
6	Cập nhật thông tin qua giới thiệu chương trình tuyển sinh trực tiếp	,084	,114
7	Cập nhật thông tin qua các tờ rơi quảng cáo	,028	,565
8	Cập nhật thông tin qua thư ngỏ giới thiệu chương trình đến email HV	,106	,046*
9	Cập nhật thông tin qua việc tham quan nhà trường	,017	,739
10	Cập nhật thông tin qua các hoạt động tài trợ, chuyên giao công nghệ cho cộng đồng xã hội có hiệu quả	,022	,688

* $p < 0,05$

Kết quả bảng 3 cho thấy, mối tương quan giữa yếu tố tiếp thị, truyền thông và quyết định lựa chọn trường đại học của HV sau đại học tại Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh có ảnh hưởng khác nhau. Cụ thể, có 02/10 yếu tố tiếp thị, truyền thông có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của HV; trong đó yếu tố “Cập nhật thông tin qua quảng cáo trên các trang báo điện tử” có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của HV sau đại học ($\beta=,141$; $p<0,05$); yếu tố “Cập nhật thông tin qua thư ngỏ giới thiệu chương trình đến email HV” cũng có kết quả tương tự - ảnh hưởng dương (tích cực) đến quyết định lựa chọn trường đại học của HV sau đại học với $\beta=,106$; $p<0,05$. Tuy nhiên, qua phỏng vấn, một số HV sau đại học cho biết yếu tố tiếp thị, truyền thông chỉ phát huy mạnh ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn chương trình học của HV khi nhà trường có cách tiếp cận uy tín, đáng tin cậy đến người học như thông qua sự giới thiệu của bạn bè của họ, quảng bá trên các phương tiện hiện đại và trào lưu vì kích thích sự tò mò để thu hút người xem.

Nhìn chung, kết quả nghiên cứu cho thấy mối tương quan giữa các yếu tố tiếp thị, truyền thông có ảnh hưởng tích cực đến yếu tố quyết định lựa chọn trường đại học của HV sau đại học. Vì vậy, các nhà quản lý giáo dục đại học cần phát huy mạnh mẽ các yếu tố có những ảnh hưởng tích cực trong quá trình xây dựng các chiến lược tiếp thị tuyển

sinh cần chú ý chuyển các thông tin đến cho HV sau đại học thông qua trên các trang báo điện tử/trang thông tin quảng bá của nhà trường và gửi thư ngỏ về quảng cáo chương trình đào tạo sau đại học đến các HV sau đại học thông qua các kênh giới thiệu của khóa trước hoặc đến các sinh viên năm cuối trong nhà trường và cả các trường thành viên Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh để thu hút mọi người học tham gia đăng kí chương trình học sau đại học.

3. Kết luận

Kết quả nghiên cứu của bài báo đã có những đóng góp nhất định về mặt lí luận và thực tiễn cho vấn đề nghiên cứu - quyết định lựa chọn trường đại học của HV sau đại học. HV sau đại học tại Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh đánh giá các mức độ khác nhau đối với 10 lí do quyết định lựa chọn học tập chương trình sau đại học của họ; ngoài ra, HV còn đánh giá các yếu tố quyết định lựa chọn trường đại học của HV ở mức “đồng ý”. Mặt khác, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy 02/10 thành tố của yếu tố tiếp thị, truyền thông có ảnh hưởng tích cực đến quyết định lựa chọn trường đại học của HV Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh. Kết quả này là cơ sở thực tiễn giúp cho các nhà quản lí, các bên liên quan có thêm cơ sở để ban hành các chính sách, kế hoạch và chiến lược tiếp thị/quảng cáo nhằm thu hút nhiều người học tham gia chương trình sau đại học tại các trường đại học thành viên của Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh. Tuy nhiên, bài báo vẫn còn một số hạn chế nhất định như mẫu nghiên cứu chỉ tập trung vào các trường đại học thành viên tại Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh và mới phân tích mối tương quan của yếu tố tiếp thị, truyền thông. Do đó, các nghiên cứu tiếp theo cần mở rộng phạm vi nghiên cứu và tập trung vào các yếu tố khác như môi trường học tập đại học, KT-XH và các yếu tố cá nhân để làm phong phú hơn nữa cơ sở lí thuyết và thực tiễn trong vấn đề nghiên cứu còn đang hạn chế về số lượng cho giáo dục đại học Việt Nam.

Lời cảm ơn: Nghiên cứu được tài trợ bởi Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh trong khuôn khổ Đề tài “Những yếu tố ảnh hưởng đến các quyết định lựa chọn trường đại học của học viên sau đại học tại Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh”, mã số: B2021-18b-02.

Tài liệu tham khảo

- Adefulu, A., Farinloye, T., Mogaji, E. (2020). Factors Influencing Postgraduate Students' University Choice in Nigeria. In E. Mogaji et al. (eds.), *Higher Education Marketing in Africa* (pp. 187-225). Switzerland: Palgrave Macmillan.
- Bùi Văn Trịnh, Âu Nguyễn Thảo Nguyên (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định chọn Trường Đại học Tây Đô của học viên cao học ngành Dược lí Dược lâm sàng. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế, Trường Đại học Tây Đô*, 11, 33-46.
- Chapman, D. W. (1981). A Model of Student College Choice. *Journal of Higher Education*, 52(5), 490-505.
- Dawes, P. L., & Brown, J. (2005). The composition of consideration and choice sets in undergraduate university choice: An exploratory study. *Journal of Marketing For Higher Education*, 14(2), 37-59.
- Đỗ Thị Hồng Liên, Nguyễn Thị Nhân Hòa, Nguyễn Thị Lan Anh (2015). Factors influencing VNU-IS students' choice of university. *VNU Journal of Science*, 31(4), 67-76.
- English, D., & Umbach, P. D. (2016). Graduate school choice: An examination of individual and institutional effects. *The Review of Higher Education*, 39(2), 173-211.
- Hossler, D., & Gallagher, K. S. (1987). Studying student college choice: A three-phase model and the implications for policy makers. *College and University*, 62(3), 207-222.
- Johnston, T. C. (2010). Who and what influences choice of university? Student and university perceptions. *American Journal of Business Education*, 3(10), 15-23.
- Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *Principle of marketing (4th ed.)*. New York: Prentice Hall.
- Lei, A. S., & Chuang, N. K. (2010). Demographic factors influencing selection of an ideal graduate institution: A literature review with recommendations for implementation. *College Student Journal*, 44(1), 84-96.
- Maniu, I., & Maniu, G. C. (2014). Educational marketing: Factors influencing the selection of a university. *SEA: Practical Application of Science*, 5, 37-42.
- Perna, L. W. (2006). *Studying college access and choice: A proposed conceptual model*. In Higher Education: (pp. 99-157). Springer, Dordrecht.
- Poock, M.C., & Love, P. G. (2001). Factors influencing the program choice of doctoral students in higher education administration. *Journal of Student Affairs Research and Practice*, 31(1), 203-223.
- Sheppard, J. S. (2013). *Factors that influence college choice: Decisions of graduate students*. Unpublished dissertation. Texas A&M University, USA.