

Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học – nghiên cứu tại Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

Nguyễn Ngọc Mỹ Hương

Viện Đào tạo Quốc tế NTT, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Thành phố Hồ Chí Minh
nnmhuong@ntt.edu.vn

Tóm tắt

Nghiên cứu này tập trung xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học của học sinh trong bối cảnh cạnh tranh tuyển sinh giữa các trường ngày càng tăng cao. Dựa trên lý thuyết hành vi có kế hoạch và mô hình của Chapman, nghiên cứu đề xuất sáu yếu tố: truyền thông tuyển sinh, đặc điểm trường, chính sách học phí, cơ hội nghề nghiệp, ảnh hưởng của người xung quanh và gia đình. Sử dụng kết hợp phương pháp định tính, định lượng, thực hiện khảo sát 266 học sinh THPT và sinh viên năm nhất tại Trường Đại học Nguyễn Tất Thành. Kết quả nghiên cứu cho thấy cơ hội nghề nghiệp có tác động gián tiếp mạnh nhất đến gia đình, đặc điểm trường ảnh hưởng gián tiếp lớn đến người xung quanh và gia đình có ảnh hưởng trực tiếp trong quyết định chọn trường. Dựa trên kết quả, nghiên cứu đã đề xuất các hàm ý quản trị phù hợp nhằm thúc đẩy quyết định chọn trường đại học của học sinh để từ đó làm cơ sở hoạch định chiến lược phát triển của trường.

Nhận 17/04/2025

Được duyệt 04/07/2025

Công bố 28/08/2025

Từ khóa

giáo dục được, chuyển đổi số, chuỗi cung ứng giáo dục, cơ sở dữ liệu lâm sàng, thông tin được phẩm

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

1 Giới thiệu

Ngày nay, giáo dục đại học đóng vai trò thiết yếu trong phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho xã hội, và ngày càng quan trọng đối với sự phát triển của mỗi cá nhân. Việc lựa chọn trường đại học không chỉ là một bước ngoặt trong hành trình học tập mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến cơ hội việc làm và sự thành công trong tương lai của họ. Việt Nam chứng kiến sự gia tăng nhanh chóng về số lượng các cơ sở giáo dục đại học cho nên học sinh hiện nay có nhiều lựa chọn hơn, đồng thời đặt ra yêu cầu cao hơn về chất lượng đào tạo, cơ sở vật chất, và triển vọng nghề nghiệp dẫn đến việc tuyển sinh trở thành một thách thức lớn đối với các trường. Trong bối cảnh cạnh tranh tuyển sinh ngày càng khốc liệt, các trường đại học cần hiểu rõ các yếu tố tác động đến quyết định chọn trường của người học để xây dựng chiến lược tuyển sinh hiệu quả.

Đã có nhiều nghiên cứu làm rõ vai trò của các yếu tố như truyền thông tuyển sinh, học phí, cơ hội nghề nghiệp và ảnh hưởng của người thân trong quyết định chọn trường đại học dựa trên lý thuyết hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior – TPB) và mô hình lựa chọn trường của Chapman [1-4]. Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu tập trung vào tác động trực tiếp, trong khi vai trò trung gian của gia đình và người xung quanh chưa được phân tích đầy đủ. Nghiên cứu này được thực hiện tại Trường Đại học Nguyễn Tất Thành (NTTU) nhằm kiểm định mô hình kế thừa từ TPB và Chapman, đồng thời đánh giá mức độ ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp của các yếu tố đến quyết định chọn trường.

Mục tiêu nghiên cứu là xác định các yếu tố tác động đến quyết định chọn NTTU của người học; đo lường mức độ ảnh hưởng của nhân tố đến quyết định và từ đó đề xuất các hàm ý quản trị nhằm thu hút đông đảo



sinh viên chọn NTTU làm điểm đến trên hành trình chinh phục tri thức khi thời gian tuyển sinh cho năm 2025 gần kề.

2 Cơ sở lý thuyết

2.1 Lý thuyết hành vi có kế hoạch

Lý thuyết hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior – TPB) được sử dụng rộng rãi để giải thích các quyết định có kế hoạch của con người [5], bao gồm hành vi lựa chọn trường đại học, lý thuyết này được phát triển từ thuyết hành vi hợp lý (Theory of Reasoned Action). Theo TPB, ý định thực hiện hành vi chịu ảnh hưởng bởi ba yếu tố chính: thái độ đối với hành vi, chuẩn mực chủ quan, và nhận thức kiểm soát hành vi. Trong bối cảnh nghiên cứu tại NTTU, TPB được áp dụng để phân tích cách các yếu tố như truyền thông tuyển sinh, đặc điểm trường, chính sách học phí, và cơ hội nghề nghiệp tác động đến ý định chọn trường thông qua thái độ, chuẩn mực xã hội, và nhận thức kiểm soát hành vi của học sinh. Khung lý thuyết này giúp làm rõ cơ chế ra quyết định, làm cơ sở cho việc xây dựng các giả thuyết nghiên cứu và đề xuất các chiến lược tuyển sinh hiệu quả.

2.2 Mô hình Chapman

Mô hình Chapman xác định các khía cạnh then chốt ảnh hưởng đến quyết định chọn trường của sinh viên, bao gồm: yếu tố do đặc điểm cá nhân người học, yếu tố xã hội (ảnh hưởng từ cha mẹ, bạn bè), yếu tố đặc điểm của trường, và nỗ lực truyền thông của cơ sở đào tạo [6]. Nhiều nghiên cứu về quyết định chọn trường đại học của sinh viên được phát triển dựa trên mô hình của Chapman, nó đặc biệt hữu ích đối với các nhà quản trị khi muốn xác định các thành tố ảnh hưởng đến việc ra quyết định, đó xây dựng các chiến lược tuyển sinh phù hợp nhằm thu hút học sinh [4, 7, 8].

2.3 Quyết định chọn trường

Có nhiều định nghĩa khác nhau về quyết định lựa chọn trường đại học của người . Tuy nhiên có thể tóm gọn rằng 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 [9]. Quá trình này thường bị ảnh hưởng bởi rất nhiều yếu tố có thể kể đến như truyền thông tuyển sinh, chính sách học phí, đặc điểm trường, cơ hội nghề nghiệp, ảnh hưởng từ bạn bè, chương trình đào tạo [2, 3, 7].

2.4 Giả thuyết nghiên cứu

2.4.1 Truyền thông

Ngày nay, truyền thông đóng một vai trò quan trọng trong mọi lĩnh vực; giúp truyền đạt, thông điệp, và tiếp cận thông tin một cách nhanh chóng và hiệu quả đến nhiều đối tượng một cách rộng rãi. Trong bối cảnh cạnh tranh tuyển sinh giữa các trường đại học, việc đẩy mạnh truyền thông là giải pháp hữu dụng để đạt hiệu quả tuyển sinh đại học chính quy của các trường. Mô hình của Chapman và rất nhiều nghiên cứu đã nhấn mạnh yếu tố truyền thông đóng một vai trò quan trọng ảnh hưởng đến quyết định của học sinh [1, 2, 6] vì các yếu tố liên quan đến nội dung truyền thông, xã hội và nhận thức, có tác động đáng kể đến mối quan hệ giữa khách hàng và tổ chức. Cụ thể, việc thực hiện các chiến lược truyền thông như truyền hình (TV), quảng cáo trên Facebook, biển quảng cáo, quảng cáo trên báo/tờ rơi, Instagram, Twitter, Tiktok có khả năng sẽ làm tăng số lượng sinh viên đăng ký vào trường.

Xuất phát từ quan điểm này, nghiên cứu đã xây dựng yếu tố H1 và H2 vào mô hình nghiên cứu:

H1: Truyền thông tuyển sinh có tác động đến ảnh hưởng của người xung quanh.

H2: Truyền thông tuyển sinh có tác động đến quyết định chọn trường.

2.4.2 Đặc điểm trường

Đặc điểm của trường đại học là một yếu tố quan trọng trong quyết định chọn trường, bởi chúng ảnh hưởng đến trải nghiệm học tập của sinh viên tại trường nên việc đưa yếu tố này vào mô hình đánh giá là cần thiết [3, 6]. Nhóm quan hệ xã hội là nhóm có nhiều trải nghiệm thực tế, có thể đưa ra mô tả trực quan về tình hình thực tế của trường. Đồng tình với ý kiến này, bạn bè, giáo viên và tư vấn viên của trường có ảnh hưởng đến việc ra quyết định của học sinh; trong đó bạn bè thường cho ý kiến và chia sẻ trải nghiệm về vị trí, môi trường học còn giáo viên và tư vấn viên lại có cái nhìn sâu sắc hơn về giáo dục đại học [1]. Theo đó, nghiên cứu đề xuất:

H3: Đặc điểm trường có tác động đến ảnh hưởng của người xung quanh.

2.4.3 Chính sách học phí

Học phí là một trong những yếu tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học của học sinh và gia đình. Với chi phí giáo dục ngày càng tăng, khả năng tài chính của một gia đình trở thành nhân tố quyết định trong việc tiếp cận giáo dục đại học. Học phí không chỉ ảnh hưởng đến việc học sinh có thể tham gia

vào trường đại học cụ thể hay không mà còn tác động đến quyết định chọn ngành học. Những thay đổi trong học phí có thể tác động đến việc tuyển sinh, đặc biệt đối với những sinh viên đến từ gia đình có thu nhập thấp. Đã có nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng học phí là một trong những yếu tố ảnh hưởng nhiều đến quyết định của người học [1, 4, 7, 8]. Vì không phải gia đình nào cũng có đủ điều kiện kinh tế để đáp ứng 4 năm học đại học cho con. Đặc biệt, với những sinh viên ngoại tỉnh lên học tại các thành phố lớn, ngoài học phí, còn phải chi trả các khoản sinh hoạt phí hàng tháng. Nghiên cứu đề xuất giả thuyết H4 vào mô hình nghiên cứu.

H4: Chính sách học phí có tác động đến ảnh hưởng của gia đình.

2.4.4 Cơ hội nghề nghiệp

Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn đại học cho kết quả rằng đặc điểm trường đại học, cơ hội việc làm, nhóm tham khảo, các hoạt động truyền thông và bản thân sinh viên là 5 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn ngành của học sinh [4]. Trong đó, cơ hội nghề nghiệp được xác định là một trong những yếu tố có ảnh hưởng lớn. Các nghiên cứu trước đây cũng cho thấy rằng khía cạnh nghề nghiệp rất được quan tâm khi đưa ra quyết định về ngành học và trường đại học [4, 8]. Nhìn chung, nhiều phụ huynh, họ thường cảm thấy an tâm hơn khi lựa chọn trường đại học cho con nếu họ nhận thấy có cơ hội việc làm cao sau khi tốt nghiệp. Vậy nên đề xuất giả thuyết H5 trong mô hình H5: Cơ hội nghề nghiệp có tác động đến ảnh hưởng của gia đình.

2.4.5 Ảnh hưởng của người xung quanh

Trong quá trình chọn trường đại học, người học thường bị ảnh hưởng mạnh mẽ bởi sự thuyết phục, lời khuyên của bạn bè và thầy cô giáo ở trường trung học phổ thông (THPT), đồng thời học sinh thường xuyên tìm kiếm lời khuyên từ bạn bè, người hướng dẫn có kinh nghiệm hoặc hiểu biết về các trường đại học [10]. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc được tư vấn đề nhận thông tin về đại học có ảnh hưởng tích cực và quan trọng đối với học sinh, bạn bè và mối quan hệ xung quanh đóng một vai trò quan trọng trong việc đưa ra quyết định của học sinh [11, 12]. Xuất phát từ quan điểm trên, đề xuất giả thuyết H6 vào mô hình nghiên cứu:

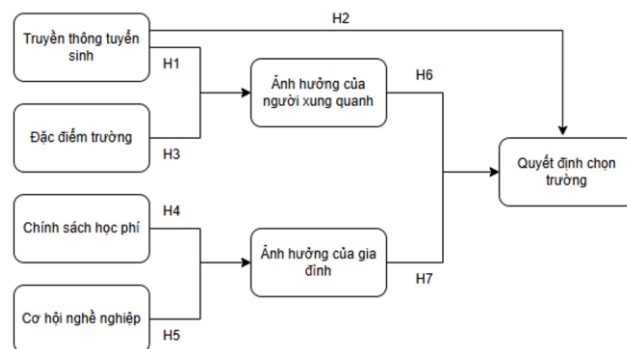
H6: Ảnh hưởng của người xung quanh có tác động đến quyết định chọn trường.

2.4.6 Ảnh hưởng của gia đình

Học sinh thường được định hướng bởi người thân là bố mẹ, anh chị, họ hàng bởi lẽ đây là nhóm hiểu rõ nhất những tính cách, đặc điểm cá nhân của con cái do sự gắn kết từ khi còn nhỏ, vậy nên người thân có thể đưa ra được lời khuyên cho sinh viên. Gia đình không chỉ cung cấp thông tin, hỗ trợ tài chính mà còn là nguồn động viên quan trọng, giúp học sinh cảm thấy tự tin hơn trong quá trình lựa chọn. Những mong muốn và lời khuyên từ gia đình thường có trọng lượng lớn, nhất là khi liên quan đến việc chọn trường học, chứng tỏ tầm quan trọng của gia đình đến lựa chọn của học sinh đặc biệt là ba mẹ [12]. Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu thực nghiệm cũng cho thấy rằng việc ra quyết định chọn trường của học sinh bị ảnh hưởng rất nhiều từ lời khuyên của gia đình [6]. Từ đó, đề xuất giả thuyết H7 vào mô hình nghiên cứu

H7: Ảnh hưởng của gia đình có tác động đến quyết định chọn trường.

Căn cứ trên cơ sở lý thuyết TPB, mô hình Chapman, thông qua lược khảo các nghiên cứu liên quan trong và ngoài nước, bối cảnh nghiên cứu, nghiên cứu này kế thừa và đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:



Hình 1 Mô hình đề xuất

3 Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn NTU.

Đối tượng khảo sát: học sinh khối 12 các cơ sở giáo dục THPT trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh (TP HCM) và sinh viên năm nhất đang theo học tại NTU.

Phương pháp định tính: tổng hợp các nguồn số liệu thứ cấp liên quan đến vấn đề nghiên cứu, sau đó dựa vào các lý thuyết, kế thừa các nghiên cứu trước đó, từ đó đề xuất mô hình và thang đo phù hợp cho các yếu tố ảnh hưởng.

Phương pháp định lượng: bảng câu hỏi được xây dựng dựa trên mô hình và thang đo, tiếp đến, tiến hành phỏng

vấn thử với 10 sinh viên năm nhất đang theo học tại NTTU để hiệu chỉnh nội dung bảng câu hỏi. Sau đó, tiến hành khảo sát chính thức với đối tượng liên quan thông qua bảng câu hỏi với thang đo Likert 5, dữ liệu thu về được thống kê và phân tích bằng phần mềm Excel và SmartPLS. Kết quả được sử dụng để đánh giá những yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn NTTU của học sinh.

Nghiên cứu sử dụng thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường chọn trường đại học và có điều chỉnh sau khi tiến hành phỏng vấn thử với sinh viên, các thang đo này được kế thừa từ các nghiên cứu ở trong nước [2, 4, 7, 10] và nghiên cứu ngoài nước [1, 3, 6, 8, 11, 12].

Cần 10 lần số biến quan sát của một cấu trúc thang đo dạng nguyên nhân có số biến quan sát lớn nhất là quy tắc để xác định cỡ mẫu tối thiểu [13]. Trong nghiên cứu này, có 6 yếu tố nguyên nhân tác động, trong đó yếu tố truyền thông tuyển sinh (TT) có 6 biến quan sát. Vậy nên, cỡ mẫu tối thiểu cho quan sát là 60 mẫu. Ở đây, phiếu khảo sát được gửi dạng trực tuyến cho 300 học sinh, sinh viên, số phiếu kết quả phản hồi là 266. Như

vậy, với 266 mẫu dữ liệu nghiên cứu là phù hợp để phân tích bằng Smart PLS.

4 Kết quả nghiên cứu

4.1 Thống kê mô tả dữ liệu

Thống kê mô tả dữ liệu mẫu khảo sát cho thấy có 119 học sinh/ sinh viên nam và 147 học sinh/ sinh viên nữ. Đồng thời, đa phần người được khảo sát hiện đang là học sinh THPT (chiếm 53,8 %). Trong quá trình thực hiện khảo sát, đã cố gắng cân bằng tỷ lệ nam nữ để kết quả khảo sát không bị ảnh hưởng bởi giới tính.

Bảng 1 Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Đặc điểm	Mẫu quan sát	
	Số sinh viên	Tỷ lệ (%)
Giới tính		
Nam	119	44,7
Nữ	147	55,3
Hiện đang là		
Học sinh THPT	143	53,8
Sinh viên năm nhất	123	46,2

4.2 Kết quả mô hình và thảo luận

Bảng 2 Bảng tóm tắt kết quả đánh giá tác động của các yếu tố trong mô hình

Biến	Mã hóa	Hệ số tải	Cronbach's Alpha	Độ tin cậy	AVE	R ²
Truyền thông tuyển sinh (TT)	TT1	0,831	0,900	0,923	0,668	
	TT2	0,809				
	TT3	0,851				
	TT4	0,848				
	TT5	0,802				
	TT6	0,757				
Đặc điểm trường (DD)	DD1	0,832	0,886	0,916	0,687	
	DD2	0,877				
	DD3	0,829				
	DD4	0,777				
	DD5	0,827				
Chính sách học phí (HP)	HP1	0,899	0,918	0,942	0,803	
	HP2	0,874				
	HP3	0,893				
	HP4	0,918				
Cơ hội nghề nghiệp (NN)	NN1	0,802	0,830	0,887	0,662	
	NN2	0,778				
	NN3	0,849				
	NN4	0,825				
	XQ1	0,834	0,736	0,851	0,655	0,409

Ảnh hưởng của người xung quanh (XQ)	XQ2	0,818				
	XQ3	0,775				
Ảnh hưởng của gia đình (GD)	GD1	0,830	0,794	0,879	0,708	0,495
	GD2	0,860				
	GD3	0,834				
Quyết định chọn trường (QD)	QD1	0,889	0,858	0,913	0,778	0,212
	QD2	0,885				
	QD3	0,873				

Từ Bảng 2 cho thấy, các biến đều có hệ số tải lớn hơn hoặc bằng 0,7 và được giữ lại trong mô hình. Bên cạnh đó, hệ số Cronbach's Alpha, độ tin cậy của các biến đều lớn hơn 0,7 và hệ số AVE > 0,5. Với kết quả này, mô hình được xem là phù hợp.

Bảng 3 Bảng tổng hợp hệ số f^2

Biến	DD	GD	HP	NN	QD	TT	XQ
Đặc điểm trường (DD)							0,331
Ảnh hưởng của gia đình (GD)					0,038		
Chính sách học phí (HP)		0,075					
Cơ hội nghề nghiệp (NN)		0,333					
Quyết định chọn trường (QD)							
Truyền thông tuyển sinh (TT)					0,029		0,127
Ảnh hưởng của người xung quanh (XQ)					0,019		

Hệ số f^2 dùng để đánh giá tầm quan trọng của các biến độc lập, có thể thấy biến XQ có 2 biến là DD và TT tác động; biến GD có HP và NN tác động vào; biến QD có 3 biến độc lập tác động vào nó là GD, TT, XQ. Kết quả thể hiện các biến đều có tác động đến biến phụ thuộc, trong đó tác động mạnh nhất là NN lên GD, tuy nhiên trái ngược với dự đoán thì biến XQ tác động rất nhỏ lên biến QD.

Bảng 4 Hệ số Heterotrait-Monotrait (HTMT)

Biến	DD	GD	HP	NN	QD	TT	XQ
Đặc điểm trường (DD)	0,829						
Ảnh hưởng của gia đình (GD)	0,224	0,842					
Chính sách học phí (HP)	0,415	0,572	0,896				
Cơ hội nghề nghiệp (NN)	0,276	0,676	0,62	0,814			
Quyết định chọn trường (QD)	0,357	0,395	0,407	0,385	0,882		
Truyền thông tuyển sinh (TT)	0,356	0,615	0,637	0,675	0,403	0,817	
Ảnh hưởng của người xung quanh (XQ)	0,578	0,36	0,442	0,364	0,312	0,462	0,809

Kết quả Bảng 4 cho thấy toàn bộ giá trị HTMT đều nhỏ hơn 0,9, như vậy tính phân biệt được xem là đảm bảo. Tiếp theo để đánh giá mối quan hệ tác động, tiến hành phân tích Bootstrap – kỹ thuật lấy mẫu lặp đi lặp lại để ước tính các kết quả mà thống kê thông thường chưa xử lý được.

Bảng 5 Kết quả phân tích Bootstrap

Giả thuyết	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	P Values	Kết quả
H1: TT -> XQ	0,294	0,294	0,000	Có ý nghĩa
H2: TT -> QD	0,203	0,205	0,023	Có ý nghĩa
H3: DD -> XQ	0,473	0,475	0,000	Có ý nghĩa

H4: HP -> GD	0,248	0,250	0,000	Có ý nghĩa
H5: NN -> GD	0,522	0,524	0,000	Có ý nghĩa
H6: XQ -> QD	0,138	0,140	0,045	Có ý nghĩa
H7: GD -> QD	0,221	0,220	0,006	Có ý nghĩa

Dựa trên kết quả phân tích xử lý dữ liệu ở Bảng 5, các biến đều có ý nghĩa thống kê (với $P - \text{values} < 0,05$) nên chấp nhận các giả thuyết trong mô hình. Như vậy, các yếu tố đều ảnh hưởng đến quyết định chọn trường của học sinh, trong đó yếu tố XQ và yếu tố GD là hai yếu tố trực tiếp tác động đến quyết định. Kết quả này đồng thuận với các nghiên cứu đã được trình bày ở phần giả thuyết nghiên cứu. Cụ thể, NN (cơ hội nghề nghiệp) có tác động mạnh nhất đến gia đình ($H5: \beta = 0,522, p = 0,000, f^2 = 0,333$), khẳng định rằng phụ huynh đặc biệt quan tâm đến triển vọng việc làm sau tốt nghiệp của con em, kết quả này phù hợp với kết quả của nghiên cứu trước [4,12]. Tiếp đến, DD có tác động mạnh đến những người xung quanh ($H3: \beta = 0,473, p = 0,000$), xác nhận vai trò của cơ sở vật chất, uy tín đào tạo, và hợp tác quốc tế trong việc định hình nhận thức của những người xung quanh (giáo viên, bạn bè, tư vấn viên); kết quả này nhất quán với nghiên cứu của [1]. TT có tác động đáng kể đến cả những người xung quanh ($H1: \beta = 0,294, p = 0,000$) và tác động trực tiếp quyết định chọn trường của học sinh ($H2: \beta = 0,203, p = 0,023$), điều này đồng thuận với nghiên cứu của [2, 3]. HP (Chính sách học phí) có tác động đến gia đình ($H4: \beta = 0,248, p = 0,000$), phù hợp với nghiên cứu của [2, 7], tuy nhiên, tác động không quá mạnh ($f^2 = 0,075$). Điều này có thể lý giải do các thông tin về học phí luôn được NTTU công khai minh bạch và cam kết không tăng trong suốt khoá học. Bên cạnh đó, nhiều chương trình học bổng và hỗ trợ tài chính được triển khai cũng được thông tin cụ thể cho người học thông qua các trang thông tin, website; từ đó gia đình có thể chủ động được về kế hoạch tài chính. Ảnh hưởng của gia đình ($H7: \beta = 0,221, p = 0,006$) với $f^2 = 0,038$ có tác động đến QD, kết quả này phù hợp với nghiên cứu của [2, 12], điều này cũng khẳng định rằng gia đình có vai trò quan trọng trong quyết định chọn trường của học sinh. Ảnh hưởng từ người xung quanh ($H6: \beta = 0,138, p = 0,045$) lên quyết định chọn trường được xem là nhỏ với $f^2 = 0,019$. Để giải thích cho điều này, có thể thấy sự phát triển mạnh mẽ của truyền thông ngày nay đã làm cho học sinh dễ dàng và chủ động tiếp cận thông tin,

giảm phụ thuộc vào lời khuyên bạn bè. Thực tế, NTTU chủ động tổ chức nhiều chương trình tư vấn hướng nghiệp trực tiếp tại các trường THPT, ngày hội trải nghiệm tại trường và đẩy mạnh truyền thông qua mạng xã hội, điều này giúp học sinh và gia đình tiếp cận thông tin chính thức, rõ ràng và có chiều sâu – giảm sự lệ thuộc vào thông tin truyền miệng.

Nhìn chung, mô hình giải thích được 21,2 % sự biến thiên của quyết định chọn trường ($R^2 = 0,212$), 40,9 % sự biến thiên của ảnh hưởng người xung quanh ($R^2 = 0,409$), và 49,5 % sự biến thiên của ảnh hưởng gia đình ($R^2 = 0,495$), cho thấy khả năng dự báo khá tốt. Kết quả cho thấy cơ hội nghề nghiệp có tác động gián tiếp mạnh mẽ thông qua gia đình, trong khi chính sách học phí có tác động hạn chế hơn. Đối với yếu tố ảnh hưởng của người xung quanh, mặc dù chịu tác động đáng kể từ các yếu tố truyền thông tuyển sinh và đặc điểm trường, nhưng hệ số f^2 cho thấy yếu tố này chỉ đóng góp rất nhỏ vào việc giải thích sự biến thiên của quyết định chọn trường khi xét đồng thời với các biến khác.

5 Kết luận

Kết quả cho thấy các yếu tố như truyền thông tuyển sinh, đặc điểm trường, cơ hội nghề nghiệp không trực tiếp tác động đến quyết định chọn trường, nhưng lại ảnh hưởng gián tiếp thông qua gia đình và người xung quanh – hai yếu tố trung gian có tác động trực tiếp đến quyết định của học sinh. Dựa trên kết quả, nghiên cứu đề xuất các hàm ý quản trị để nâng cao quyết định của học sinh, đặc biệt là trong kỳ tuyển sinh năm học 2025 tới đây. Cụ thể:

Thứ nhất, do cơ hội nghề nghiệp là yếu tố có tác động mạnh nhất đến gia đình – nhóm ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định của học sinh – nhà trường cần xây dựng các chương trình đào tạo gắn liền với nhu cầu thị trường, mở rộng mạng lưới hợp tác doanh nghiệp, tăng cường hoạt động thực tập và hỗ trợ việc làm. Việc truyền thông rõ ràng và thuyết phục về đầu ra việc làm sẽ củng cố niềm tin của phụ huynh và thúc đẩy quyết định chọn trường. Tuy học phí cũng có ảnh hưởng đến gia đình nhưng mức độ ảnh hưởng thấp hơn cho thấy yếu tố này

không phải rào cản chính khi nhà trường đã có chính sách hỗ trợ. Tuy nhiên, trường vẫn nên tiếp tục duy trì các hình thức học bổng, chính sách trả góp, và truyền thông rõ ràng để xóa bỏ rào cản tâm lý cho phụ huynh và học sinh.

Thứ hai, đặc điểm trường như cơ sở vật chất, uy tín, chương trình học có ảnh hưởng lớn đến người xung quanh. Điều này cho thấy việc đầu tư phát triển cơ sở vật chất, quốc tế hóa chương trình, và xây dựng thương hiệu học thuật mạnh sẽ giúp tạo ấn tượng tích cực lan tỏa thông qua các nhóm tham chiếu – đặc biệt hiệu quả trong môi trường học đường. Tuy nhiên, vì người xung quanh có ảnh hưởng thấp, và truyền thông trực tiếp tác động mạnh hơn đến quyết định chọn trường, do đó, truyền thông cần chú trọng các kênh mà học sinh và phụ huynh sử dụng nhiều như Facebook, TikTok, Zalo, các buổi tư vấn tuyển sinh trực tiếp hoặc trực tuyến, hoặc ngày hội trải nghiệm có thể mời phụ huynh cùng học sinh đến tham dự. Đồng thời, cần quan tâm đến người học tiềm năng tại các khu vực xa, có thể xây dựng thêm tính năng virtual tour trên website để tăng

tính tương tác, giúp họ hình dung được về cơ sở vật chất của trường.

Cuối cùng, nghiên cứu được thực hiện trong thời gian ngắn và có sự hạn chế về nguồn lực thời gian, nhân lực. Cụ thể, nghiên cứu chỉ tập trung khảo sát tại một số điểm trường tại khu vực TP HCM và số lượng ít sinh viên NTTU, điều này dẫn đến sự phản ánh chưa đa dạng về mẫu. Bên cạnh đó, việc tiếp cận hạn chế mẫu khảo sát này cũng dẫn đến việc chưa thể phản ánh được hoàn toàn các nhân tố tác động, đặc biệt là yếu tố truyền thông tuyển sinh, khi chưa tiếp cận được người học tại các khu vực vùng sâu vùng xa. Tuy nhiên hạn chế cũng mở ra hướng nghiên cứu tiếp theo, có thể thực hiện khảo sát mẫu rộng hơn trên các trường THPT ở khu vực toàn miền Nam, từ đó hỗ trợ hoạch định chiến lược trong tương lai của trường.

Lời cảm ơn

Xin cảm ơn Trường Đại học Nguyễn Tất Thành, Thành phố Hồ Chí Minh đã hỗ trợ cho nghiên cứu này.

Tài liệu tham khảo

1. Hasan, M. M., Chowdhury, S. A., & Ahamed, A. (2023). Exploring social influence factors in university choice decisions among college students in Bangladesh: A qualitative study. *Cultural Communication and Socialization Journal*, 4(1), 13-17.
2. Mai Thị Quỳnh Như. (2020). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học của học sinh trung học phổ thông tại thành phố Đà Nẵng. *Tạp chí Công Thương*. Truy cập tại: <https://tapchicongthuong.vn/cac-yeu-to-anh-huong-den-quyet-dinh-chon-truong-dai-hoc-cua-hoc-sinh-trung-hoc-pho-thong-tai-thanh-pho-da-nang-90369.htm>
3. Shamsudin, M. F., Ali, A. M., Ab Wahid, R., & Saidun, Z. (2019). Factors influence undergraduate students' decision making to enroll and social media application as an external factor. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(1), 126-136. <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.7116>
4. Tong Viet Bao Hoang, Le Thi Phuong Thao, Truong Thi Ngoc Anh, Le Thi Phuong Thanh, Hoang Viet Hanh Nguyen. (2021). Factors influencing 12th grade student's decisions to choose the university of economics, Hue University in Thua Thien Hue province. *Hue University Journal of Science: Economics and Development*, 130(5B), 43-53.
5. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
6. Chapman, D. W. (1981). A Model of Student College Choice. *Journal of Higher Education*, 52(5). <http://dx.doi.org/10.2307/1981837>



7. Nguyen Thi Huyen. (2023). Factors affecting students' decision to choose a university: A case study of Vietnam National University, Hanoi. *Journal of Economic and Banking Studies*, 6(6), 52-66.
8. Nor, A. I. (2018). Factors Contributing to the Students' Choice of University : A Case Study of Somali National University. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*, 4(1), 49-55.
9. Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., & Armstrong, G. (2005). *Principles of Marketing* (4th ed.). Pearson Education
10. Nguyễn Duy Thục và Lê Ngọc Minh Khuê. (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học tư thục của sinh viên. *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, 24(1), 56-59.
11. Belasco, A. S. (2013). Creating college opportunity: School counselors and their influence on postsecondary enrollment. *Research in Higher Education*. 54(7), 781-804. <https://doi.org/10.1007/s11162-013-9297-4>
12. Brooks, R. (2003). Young people's higher education choices: the role of family and friends. *British Journal of Sociology of Education*, 24(3), 283-297. <https://doi.org/10.1080/01425690301896>
13. Hair, J., Holling, C. L., Randolph, A., & Chong, A. (2017). An updated and expanded assessment of PLS-SEM in information systems research. *Industrial Management & Data Systems*, 117(3), 442-458. DOI: <https://doi.org/10.1108/IMDS-04-2016-0130>.

Factors influencing the decision to choose a university: a case study at Nguyen Tat Thanh University

Nguyen Ngoc My Huong

NTT Institute of International Education , Nguyen Tat Thanh University, Ho Chi Minh City, Viet Nam
nmmhuong@ntt.edu.vn

Abstract The present study aims to explore the factors influencing students' decisions to choose a university in the context of increasing competition in admissions among higher education institutions. Grounded in the Theory of Planned Behavior (TPB) and Chapman's model, this study proposed six factors, including communication, university characteristics, tuition policy, career opportunities, social influence, and family influence. Using both qualitative and quantitative methods, data were collected from 266 high school students and first-year students in Nguyen Tat Thanh University. The study revealed that career opportunities had the strongest impact on family, while the university characteristics significantly impacted on social influencing, and family influence mainly mediated decision-making. Finally, our study offered insightful implications for the Board of University, thereby suggesting that enhancing these influential factors can serve as a strategic for institutional development and improved student recruitment.

Keywords Influencing factors, student's decision, family influence, social influence.