



ISSN 1859-3666
E-ISSN 2815-5726

Tạp chí KHOA HỌC THƯƠNG MẠI

TẠP CHÍ CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI



Năm thứ 25 - số 215
7/2026



khoa học thương mại

TẠP CHÍ CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI
BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

PHỤ TRÁCH TẠP CHÍ:

NGUYỄN ĐỨC NHUẬN

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP:

TRƯỞNG BAN TRỊ SỰ

NGUYỄN THỊ QUỲNH TRANG

❑ Tòa soạn

Phòng 202 nhà T

Trường Đại học Thương mại

Số 79 đường Hồ Tùng Mậu

Mai Dịch, Cầu Giấy, Hà Nội

❑ Điện thoại: 024.37643219 máy lẻ 2102

❑ Fax: 024.37643228

❑ Email: tckhtm@tmu.edu.vn

❑ Website: tckhtm.tmu.edu.vn

❑ GP hoạt động báo chí:

Số 195/GP-BTTTT ngày 05/6/2023

❑ Chế bản tại: Tòa soạn

Tạp chí Khoa học Thương mại

❑ In tại: Cty TNHH In & TM Hải Nam

❑ Nộp lưu chiểu: 7/2026

HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

Họ tên	Cơ quan công tác	Quốc gia	Nhiệm vụ
Nguyễn Đức Nhuận	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Chủ tịch
Nguyễn Hoàng	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Hoàng Việt	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Bùi Hữu Đức	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Hà Văn Sự	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Trần Thọ Đạt	Đại học Kinh tế Quốc dân	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Đông Phong	Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Quang Thuấn	Viện Hàm lâm KHXH Việt Nam	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Văn Tiến	Học viện Ngân Hàng	Việt Nam	Ủy viên
Lê Quốc Hội	Đại học Kinh tế Quốc dân	Việt Nam	Ủy viên
Trương Bá Thanh	Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng	Việt Nam	Ủy viên
T. Ramayah	Đại học Khoa học Malaysia (USM)	Malaysia	Ủy viên
S. Mostafa Rasoolimanesh	Đại học Edith Cowan (ECU)	Australia	Ủy viên
Jayaraman Krishnaswamy	Đại học Alliance	Ấn Độ	Ủy viên
Hervé B. Boismery	Đại học Reunion	Pháp	Ủy viên
Noor Hazlina Ahmad	Đại học Khoa học Malaysia (USM)	Malaysia	Ủy viên
Imran Mahmud	Đại học Quốc tế Daffodil	Bangladesh	Ủy viên
H. Eric Boutin	Đại học Toulon	Pháp	Ủy viên
Hee Cheol Moon	Trường Đại học Quốc Gia Chungnam	Hàn Quốc	Ủy viên
Nastaran Taghizadeh	Đại học RMIT	Australia	Ủy viên
Nguyễn Việt Cường	Viện Nghiên cứu phát triển Mekong; Đại học Quốc gia Hà Nội	Việt Nam	Ủy viên
Đặng Tùng Lâm	Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng	Việt Nam	Ủy viên
Mai Thanh Lan	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Lê Như Tuyền	Grenoble École de Management	Pháp	Ủy viên
Đỗ Thị Bình	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Vũ Mạnh Chiến	Đại học Québec en Outaouais (UQO)	Canada	Ủy viên
Nguyễn Vũ Hùng	Đại học Kinh tế Quốc dân	Việt Nam	Ủy viên
Phạm Đức Hiếu	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Trần Quang Tuyền	Đại học Quốc gia Hà Nội	Việt Nam	Ủy viên
Trần Văn Trang	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Lê Ba Phong	Đại học Công nghiệp Hà Nội	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Thành Hưng	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Hoàng Xuân Trung	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Vũ Văn Hường	Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội	Việt Nam	Ủy viên
Trịnh Thị Hường	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Thị Uyên	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Nguyễn Thế Ninh	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên
Phạm Minh Đạt	Trường Đại học Thương mại	Việt Nam	Ủy viên

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Đỗ Thị Hoa Liên và Nguyễn Văn Hiếu** - Tác động của thương mại hàng hóa ICT đến cường độ năng lượng và tính bền vững môi trường: bằng chứng từ các quốc gia châu Á. **Mã số: 215.1TrEM.11** 3

The Impact of ICT Goods Trade on Energy Intensity and Environmental Sustainability: Evidence from Asia Countries

- 2. Hoàng Thanh Hiền, Doãn Thị Tường Vy, Ngô Công Minh và Huỳnh Thị Diệu Linh** - Tác động trực tiếp và gián tiếp của hàng không giá rẻ đến cung du lịch quốc tế: bằng chứng từ các nước Asean. **Mã số: 215.1HIEM.11** 15

Direct and Indirect Effects of Low-Cost Carriers on International Tourism Supply: Evidence from ASEAN Countries

- 3. Huỳnh Công Minh** - Chất lượng quản trị địa phương và kinh tế ngầm: bằng chứng thực nghiệm cấp tỉnh từ Việt Nam. **Mã số: 215.1DEco.11** 26

Local governance quality and the shadow economy: Provincial-level empirical evidence from Vietnam

- 4. Phan Thu Trang** - Vai trò trung gian của động lực làm việc trong mối quan hệ giữa đào tạo số, lãnh đạo số và hiệu quả công việc tại các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. **Mã số: 215.1IBMg.11** 37

Mediating Role of Work Motivation in the Relationship Between Digital Training, Digital Leadership, and Work Performance: Evidence from Vietnamese Exporting Enterprises

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 5. Nguyễn Hồ Phương Thảo và Nguyễn Thị Nhật Phương** - Các nhân tố tác động đến hiệu quả hoạt động của các công ty ngành bất động sản niêm yết tại thị trường chứng khoán Việt Nam. **Mã số: 215.2FiBa.21** 48

Determinants of Firm Performance in Listed Real Estate Companies on the Vietnamese Stock Exchange

- 6. Trần Thị Thu Hương, Trần Thành Đạt và Vũ Tiến Đạt** - Nghiên cứu các yếu tố của hệ thống truy xuất nguồn gốc trong chuỗi cung ứng thực phẩm ảnh hưởng đến ý định mua của người tiêu dùng tại Việt Nam. **Mã số: 215.2BAdm.21** 62

Exploring the Factors of Traceability System in Food Supply Chain Impact on Consumers' Purchase Intentions in Vietnam

- 7. Trịnh Thị Hồng Minh, Cao Minh Trí và Bảo Trung** - Tác động của trò chơi hóa đến đồng sáng tạo giá trị: vai trò trung gian của trải nghiệm và tình yêu thương hiệu. **Mã số: 215.2BMkt.21** 79

The Impact of Gamification on Value Co-creation: The Mediating Role of Customer Experience and Brand Love

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 8. Bùi Hữu Đức và Bùi Khánh Linh** - Tác động của minh bạch thông tin đến quyết định lựa chọn cơ sở giáo dục đại học của sinh viên: Nghiên cứu thực nghiệm tại Hà Nội. **Mã số: 215.3OMIs.31** 92

Mediating Role of Trust in the Relationship Between "Three Disclosures" Information Transparency and University Choice Decisions: An Empirical Study in Hanoi

- 9. Nguyễn Việt Dũng, Nguyễn Thị Hân, Đào Hương Giang, Phan Thu Ngân, Nguyễn Thị Hạnh và Dương Xuân Cường** - Ảnh hưởng của marketing đa giác quan đến ý định quay trở lại không gian học tập và làm việc phi chính thức của khách hàng thế hệ Z: Vai trò của sự hứng thú, tính chân thực và sự gắn bó. **Mã số: 215.3BMkt.31** 104

The Impact of Sensory Marketing on the Revisit Intention to Informal Learning and Working Spaces of Generation Z Customers In Vietnam: The Roles of Perceived Enjoyment, Perceived Authenticity, and Place Attachment

TÁC ĐỘNG CỦA MINH BẠCH THÔNG TIN ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN CƠ SỞ GIÁO DỤC ĐẠI HỌC CỦA SINH VIÊN: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM TẠI HÀ NỘI

Bùi Hữu Đức *

Email: buihuuduc@tmu.edu.vn

Bùi Khánh Linh *

Email: linhbk97@tmu.edu.vn

* Trường Đại học Thương mại

Ngày nhận: 21/04/2026

Ngày nhận lại: 19/06/2026

Ngày duyệt đăng: 22/06/2026

Bài viết phân tích tác động của minh bạch thông tin theo cơ chế “ba công khai” đến quyết định lựa chọn cơ sở giáo dục đại học của sinh viên tại Việt Nam. Phân tích mẫu 338 sinh viên năm nhất tại các cơ sở giáo dục đại học trên địa bàn Hà Nội, kết quả cho thấy công khai điều kiện đảm bảo chất lượng giáo dục có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến cả niềm tin và quyết định lựa chọn cơ sở giáo dục đại học; công khai cam kết chất lượng đào tạo và đầu ra không ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định nhưng có tác động gián tiếp thông qua niềm tin; trong khi công khai thu - chi tài chính không có tác động đáng kể. Niềm tin khẳng định vai trò trung tâm và là cơ chế chuyển hóa các tín hiệu minh bạch về cam kết chất lượng và kết quả đầu ra thành hành vi lựa chọn của người học. Nghiên cứu đóng góp bằng chứng thực nghiệm cho lý thuyết tín hiệu và bất cân xứng thông tin trong bối cảnh giáo dục đại học Việt Nam, đồng thời cung cấp hàm ý quản trị cho các cơ sở giáo dục đại học trong việc triển khai hiệu quả cơ chế “ba công khai”.

Từ khóa: Minh bạch thông tin, ba công khai, niềm tin, lựa chọn trường, giáo dục đại học.

Keywords: Information transparency; Three Disclosures; trust; university choice decision; higher education.

JEL Classifications: A22; I25; I21.

DOI: 10.54404/JTS.2026.215V.08

1. Mở đầu

Giáo dục đại học Việt Nam đang chuyển dịch mạnh mẽ theo hướng mở rộng quy mô, đa dạng hóa loại hình cơ sở đào tạo và gia tăng mức độ cạnh tranh trong thu hút người học. Trong bối cảnh đó, quyết định chọn cơ sở giáo dục đại học của sinh viên không chỉ là một lựa chọn học tập đơn thuần mà còn là một quyết định đầu tư dài hạn, gắn với chi phí tài chính đáng kể và kỳ vọng về cơ hội nghề nghiệp tương lai (Nguyễn và cộng sự, 2017; Lê và cộng sự, 2022). Khi thị trường giáo dục đại học vận hành theo cơ chế cạnh tranh ngày càng rõ nét, thông tin trở thành nguồn lực then chốt định hình hành vi lựa

chọn của người học. Tuy nhiên, chất lượng đào tạo và hiệu quả đầu ra của một cơ sở giáo dục là những thuộc tính khó quan sát trực tiếp trước khi nhập học, khiến quá trình ra quyết định của sinh viên đôi mắt với tình trạng bất cân xứng thông tin (Akerlof, 1970). Do đó, mức độ minh bạch thông tin của cơ sở giáo dục đại học trở thành một yếu tố có ý nghĩa quan trọng trong việc giảm thiểu rủi ro cảm nhận và hỗ trợ người học đưa ra lựa chọn phù hợp (Yoshida và Mori, 2025).

Tại Việt Nam, minh bạch thông tin trong giáo dục đại học được thể chế hóa thông qua cơ chế “ba công khai”, bao gồm: (i) công khai điều kiện bảo đảm chất lượng giáo dục;

(ii) công khai thụ - chi tài chính; và (iii) công khai cam kết chất lượng giáo dục (Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2017). Trong bối cảnh đầy mạnh mẽ tự chủ đại học và gia tăng trách nhiệm giải trình của các cơ sở giáo dục đại học, yêu cầu minh bạch hóa thông tin ngày càng trở thành một nội dung quan trọng trong quản trị đại học hiện đại (Phạm Văn Quyet và cộng sự, 2023; Ngo Thi Hieu và Le Duc Niem, 2024). Công khai điều kiện bảo đảm chất lượng giáo dục cung cấp thông tin về đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất, chương trình đào tạo và các điều kiện hỗ trợ học tập; công khai thụ - chi tài chính phản ánh mức độ minh bạch trong sử dụng nguồn lực và mức học phí; trong khi công khai cam kết chất lượng giáo dục thể hiện các chuẩn đầu ra, mục tiêu đào tạo và trách nhiệm của nhà trường đối với kết quả học tập của người học. Cùng với quá trình thực hiện tự chủ đại học, các cơ sở giáo dục ngày càng phải cạnh tranh trong thu hút người học và nâng cao trách nhiệm giải trình trước xã hội. Điều này làm gia tăng vai trò của các thông tin được công khai như một nguồn tham chiếu quan trọng trong quá trình tìm kiếm và đánh giá lựa chọn của người học (Phạm Văn Quyet và cộng sự, 2023; Ngo Thi Hieu và Le Duc Niem, 2024; Vu Hiep Hoang và Ngo Quoc Dung, 2025). Tuy nhiên, mặc dù cơ chế này đã được triển khai trên phạm vi toàn quốc, bằng chứng thực nghiệm về tác động của từng nội dung công khai đến quyết định lựa chọn trường của sinh viên tại Việt Nam vẫn còn hạn chế.

Trên cơ sở đó, nghiên cứu này hướng tới phân tích tác động của minh bạch thông tin theo cơ chế “ba công khai” đến quyết định lựa chọn cơ sở giáo dục đại học của sinh viên tại Việt Nam, đồng thời xem xét vai trò trung gian của niềm tin trong mối quan hệ này. Dựa trên lý thuyết bất cân xứng thông tin (Akerlof, 1970), lý thuyết tín hiệu (Spence, 1973) và lý thuyết cam kết - niềm tin trong marketing quan hệ (Morgan và Hunt, 1994), nghiên cứu kỳ vọng làm rõ cơ chế tác động của minh bạch thông tin đến hành vi lựa chọn của người học, qua đó cung cấp hàm ý chính sách nhằm nâng cao hiệu quả thực hiện “ba công khai” trong bối cảnh tự chủ đại học và cạnh tranh tuyển sinh ngày càng gia tăng tại nước ta hiện nay.

2. Cơ sở lý luận và giả thuyết nghiên cứu

Minh bạch thông tin trong cơ sở giáo dục đại học được hiểu là mức độ mà các trường đại học công bố đầy đủ, chính xác và kịp thời các thông tin liên quan đến chương trình đào tạo, điều kiện bảo đảm chất lượng, học phí, kết quả đầu ra và hiệu quả hoạt động của mình cho các bên liên quan, đặc biệt là người học (Yoshida và Mori, 2025). Về phương diện lý thuyết, minh bạch thông tin gắn với vấn đề bất cân xứng thông tin trong thị trường giáo dục đại học, nơi người học phải đưa ra quyết định đầu tư dài hạn trong điều kiện không thể quan sát trực tiếp chất lượng đào tạo thực tế (Akerlof, 1970). Trong bối cảnh đó, theo lý thuyết tín hiệu, việc công bố thông tin đóng vai trò như một cơ chế truyền tín hiệu (signal) giúp cơ sở giáo dục thể hiện cam kết về chất lượng và trách nhiệm giải trình đối với xã hội (Spence, 1973). Khi các thông tin về chuẩn đầu ra, đội ngũ giảng viên, kiểm định chất lượng hay kết quả việc làm được công khai rõ ràng, chúng không chỉ cung cấp dữ liệu mà còn gửi đi tín hiệu về năng lực và uy tín của tổ chức đào tạo, qua đó làm giảm sự không chắc chắn trong đánh giá của người học.

Từ góc độ hành vi người tiêu dùng và marketing giáo dục, quá trình lựa chọn trường đại học được xem là một quyết định phức hợp chịu ảnh hưởng mạnh mẽ bởi các nguồn thông tin mà người học tiếp cận trong giai đoạn cân nhắc và so sánh các phương án (Maringe, 2006). Trong bối cảnh chuyển đổi số và cạnh tranh tuyển sinh ngày càng gia tăng, người học có xu hướng chủ động khai thác các nguồn thông tin trực tuyến và thông tin công khai của cơ sở giáo dục trước khi đưa ra quyết định lựa chọn trường (Vu Hiep Hoang và Ngo Quoc Dung, 2025). Khi thông tin được công khai minh bạch, chi phí tìm kiếm thông tin và rủi ro cảm nhận của người học giảm xuống, đồng thời mức độ tin tưởng và sự tự tin trong quyết định tăng lên. Theo cách tiếp cận này, minh bạch thông tin không chỉ thực hiện chức năng giải trình mà còn định hình nhận thức về chất lượng, giá trị và mức độ phù hợp của cơ sở giáo dục, từ đó ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định lựa chọn trường của người học (Lê Đình Minh Trí và cộng sự, 2022) thông qua cơ chế giảm bất định và gia tăng niềm tin.

2.1. Minh bạch thông tin qua cơ chế “Ba công khai” và quyết định lựa chọn cơ sở giáo dục của sinh viên

Tại Việt Nam, minh bạch thông tin trong cơ sở giáo dục đại học được thể chế hóa thông qua cơ chế “ba công khai”, yêu cầu các cơ sở đào tạo công bố công khai (i) cam kết chất lượng giáo dục và các điều kiện đảm bảo chất lượng, (ii) tình hình tài chính, và (iii) kết quả đào tạo, bao gồm thông tin về người học và đầu ra. Quy định này được cụ thể hóa trong các văn bản của Bộ Giáo dục và Đào tạo về thực hiện công khai đối với cơ sở giáo dục thuộc hệ thống giáo dục quốc dân (Bộ Giáo dục và Đào tạo, 2017, 2024). Cơ chế ba công khai nhằm tăng cường trách nhiệm giải trình, bảo đảm quyền được tiếp cận thông tin của người học và xã hội, đồng thời tạo môi trường cạnh tranh minh bạch giữa các cơ sở giáo dục đại học. Trong bối cảnh thị trường hóa giáo dục đại học ngày càng rõ nét, việc thể chế hóa nghĩa vụ công khai không chỉ mang ý nghĩa quản lý nhà nước mà còn trở thành một công cụ điều tiết hành vi lựa chọn của người học (Bùi Cẩm Vân và Hà Ngọc Thăng, 2024) thông qua việc giảm bất cân xứng thông tin.

Xét về tác động đến quyết định lựa chọn trường, từng nội dung công khai có cơ chế ảnh hưởng khác nhau nhưng bổ trợ lẫn nhau (Le và cộng sự, 2022; Yoshida và Mori, 2025). Thứ nhất, công khai điều kiện đảm bảo chất lượng đào tạo và nghiên cứu (chuyên môn, đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất...) giúp người học hình thành nhận thức về năng lực đào tạo và giá trị học thuật của trường, từ đó ảnh hưởng đến đánh giá về sự phù hợp và uy tín của cơ sở giáo dục (Maringe, 2006). Thứ hai, công khai thu - chi tài chính, đặc biệt là học phí và các khoản thu liên quan, tác động trực tiếp đến cân nhắc chi phí - lợi ích trong quyết định lựa chọn, vốn được xem là một yếu tố trọng yếu trong hành vi lựa chọn trường đại học (Yoshida và Mori, 2025). Thứ ba, công khai cam kết chất lượng đào tạo và chất lượng thực tế (quy mô và kết quả đào tạo, tỷ lệ tốt nghiệp, có việc làm...) đóng vai trò như một tín hiệu về hiệu quả đầu ra, giúp người học đánh giá khả năng chuyển đổi vốn giáo dục thành cơ hội nghề nghiệp trong tương lai, qua đó giảm thiểu rủi ro cảm nhận khi ra quyết định (Spence,

1973). Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất các giả thuyết nghiên cứu như sau:

Giả thuyết H1: Mức độ công khai điều kiện bảo đảm chất lượng đào tạo và nghiên cứu của cơ sở giáo dục đại học có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường của người học.

Giả thuyết H2: Mức độ công khai thu - chi tài chính của cơ sở giáo dục đại học có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường của người học.

Giả thuyết H3: Mức độ công khai cam kết chất lượng đào tạo và chất lượng thực tế của cơ sở giáo dục đại học có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn trường của người học.

2.2. Vai trò niềm tin của sinh viên đối với các thông tin công bố của cơ sở giáo dục

Niềm tin (trust) là một cấu phần trung tâm trong các mối quan hệ trao đổi, phản ánh mức độ mà một bên sẵn sàng đặt kỳ vọng tích cực vào tính trung thực, nỗ lực và thiện chí của bên còn lại trong điều kiện tồn tại rủi ro (Morgan và Hunt, 1994). Trong nghiên cứu hành vi người tiêu dùng, niềm tin được định nghĩa là sự tin cậy của khách hàng vào khả năng và ý định của tổ chức trong việc thực hiện đúng những cam kết đã công bố. Từ góc độ marketing dịch vụ, niềm tin có vai trò đặc biệt quan trọng trong các quyết định có mức độ bất định cao, nơi người tiêu dùng không thể đánh giá đầy đủ chất lượng trước khi sử dụng (Delgado-Ballester, 2004). Áp dụng vào bối cảnh giáo dục đại học, quyết định lựa chọn trường là một quyết định đầu tư dài hạn, hàm chứa rủi ro về tài chính, thời gian và cơ hội nghề nghiệp. Do đó, niềm tin của người học đối với cơ sở giáo dục - được hình thành thông qua việc tiếp cận thông tin công khai về chất lượng, tài chính và kết quả đào tạo - trở thành cơ chế tâm lý quan trọng giúp họ giảm thiểu rủi ro cảm nhận và củng cố sự chắc chắn trong quyết định lựa chọn trường của mình.

Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất các giả thuyết như sau:

H4-H6: Nội dung công khai (Công khai về điều kiện bảo đảm chất lượng đào tạo và nghiên cứu (H4), Công khai về thu - chi tài chính (H5) và công khai cam kết chất lượng đào tạo và chất lượng thực tế (H6) của cơ sở giáo dục đại học có ảnh hưởng tích cực tới niềm tin của người học

H7. Niềm tin của người học có tác động tích cực đến Quyết định chọn trường

Mặt khác, niềm tin được nhận định có vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa minh bạch thông tin (ba nội dung công khai) và quyết định lựa chọn trường của người học. Theo lý thuyết tín hiệu (Spence, 1973), các thông tin được cộng bổ công khai về điều kiện bảo đảm chất lượng giáo dục, về thu - chi tài chính và về cam kết chất lượng giáo dục đóng vai trò như tín hiệu về năng lực và trách nhiệm của cơ sở giáo dục. Tuy nhiên, tín hiệu chỉ thực sự phát huy tác dụng khi được người học diễn giải và chuyển hóa thành niềm tin đối với tính trung thực và năng lực của nhà trường. Đồng thời, theo lý thuyết cam kết - niềm tin (commitment - trust theory), niềm tin là tiền đề quan trọng dẫn đến ý định hành vi và sự cam kết trong quan hệ trao đổi (Morgan và Hunt, 1994). Điều này hàm ý rằng minh bạch thông tin không tác động đến quyết định lựa chọn một cách trực tiếp và tức thời, mà thông qua việc củng cố niềm tin, từ đó làm gia tăng sự tự tin và mức độ chắc chắn trong quyết định lựa chọn trường của người học. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất các giả thuyết thứ nhự sau:

Giả thuyết H8 (H8a-H8c) : Niềm tin có vai trò trung gian mối quan hệ giữa ba nội dung công khai (Công khai về điều kiện bảo đảm chất lượng đào tạo và nghiên cứu (a), Công khai về thu - chi tài chính (b) và cộng khai cam kết chất lượng đào tạo và chất lượng

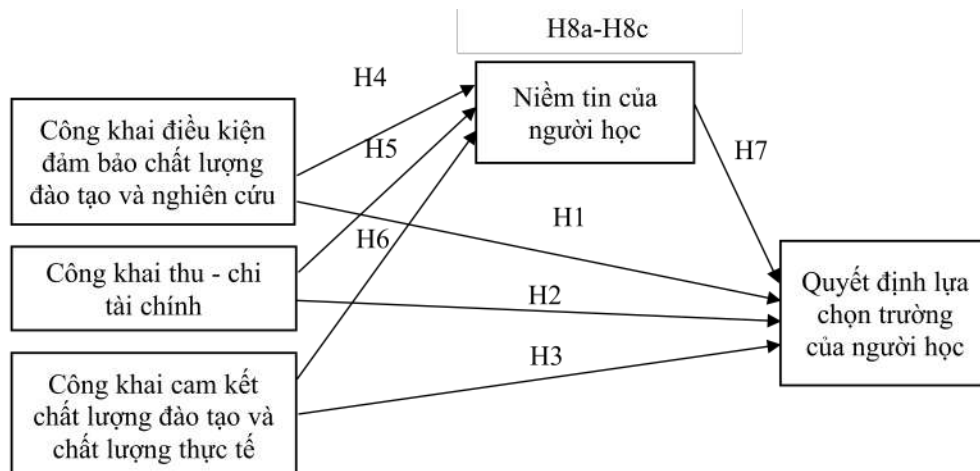
thực tế (c)) của cơ sở giáo dục đại học với quyết định lựa chọn trường của người học.

Từ lập luận trên đây, mô hình nghiên cứu được xây dựng như sau nhằm kiểm định tác động trực tiếp của ba nội dung công khai của cơ sở giáo dục đại học và vai trò trung gian của niềm tin trong quyết định lựa chọn trường của người học:

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Để kiểm định các giả thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất, tiếp cận định lượng được lựa chọn nhằm làm rõ mối quan hệ giữa minh bạch thông tin theo cơ chế “ba công khai”, niềm tin của người học và quyết định lựa chọn trường đại học. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua điều tra bảng hỏi với đối tượng khảo sát được xác định là các sinh viên năm thứ nhất đang theo học tại các trường đại học trên địa bàn thành phố Hà Nội. Lựa chọn đối tượng này được xem là phù hợp về mặt phương pháp luận vì đây là nhóm người học vừa hoàn tất quá trình ra quyết định lựa chọn trường, khả năng hồi tưởng (retrospective recall) về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định nhập học còn tương đối rõ ràng, ít bị sai lệch theo thời gian. Đồng thời, tại thời điểm khảo sát, sinh viên năm nhất đã có trải nghiệm bước đầu với môi trường học tập thực tế, cho phép họ đánh giá lại mức độ ảnh hưởng mà các thông tin được cộng khai trước khi nhập học đã tác động đến quyết định lựa chọn trường hiện



(Nguồn: Tác giả)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu lý thuyết đề xuất

tại. Nói cách khác, nghiên cứu không đo lường ý định giả định trong tương lai, mà thu thập đánh giá hồi cứu về mức độ ảnh hưởng của các nội dung “ba công khai” tại chính thời điểm người học đưa ra quyết định nhập học, qua đó bảo đảm tính phù hợp giữa bối cảnh khảo sát và biên phụ thuộc trong mô hình nghiên cứu.

Bảng hỏi điều tra với bộ thang đo các biến nghiên cứu được xây dựng trên cơ sở kế thừa và điều chỉnh từ các nghiên cứu trước đây về hành vi lựa chọn cơ sở giáo dục đại học và vai trò của thông tin trong quá trình ra quyết định (Yoshida và Mori, 2025; Maringe, 2006). Trên cơ sở kế thừa các cấu trúc khái niệm và chỉ báo đo lường đã được kiểm định trong bối cảnh quốc tế, nghiên cứu này tiến hành điều chỉnh ngữ cảnh và nội dung câu hỏi cho phù hợp với cơ chế “ba công khai” trong hệ thống giáo dục đại học Việt Nam. Quá trình điều chỉnh được thực hiện thông qua tham vấn ý kiến của một số chuyên gia giáo dục đại học và phỏng vấn thử nghiệm (pilot interview) một số sinh viên năm thứ nhất được lựa chọn ngẫu nhiên nhằm bảo đảm tính rõ ràng, dễ hiểu và phù hợp với bối cảnh ra quyết định thực tế tại Việt Nam. Kết quả hình thành bộ thang đo chính thức cho các biến nghiên cứu như sau:

- *Biên phụ thuộc* là mức độ mà sinh viên cảm nhận các thông tin công khai đã tác động đến quyết định chọn trường (QDCT), gồm 5 biến quan sát, đo lường bằng thang đo Likert 5 mức, xây dựng có chọn lọc điều chỉnh dựa theo các thang đo của Yoshida và Mori (2025), Bùi Cẩm Vân và Hà Ngọc Thăng (2024) và Le và cộng sự (2022).

- *Ba biến độc lập* tương ứng với “ba công khai”, với các quan sát, được xây dựng có chọn lọc điều chỉnh theo các nghiên cứu của Yoshida và Mori (2025), Le và cộng sự (2022) và Maringe (2006), và đều đo lường bằng thang đo Likert 5 mức. Thứ nhất là công khai điều kiện đảm bảo chất lượng (CKCL), có 5 quan sát, thể hiện mức độ công bố thông tin liên quan đến chuẩn đầu ra, chương trình đào tạo, đội ngũ giảng viên và cơ sở vật chất của trường. Thứ hai là công khai tài chính (CKTC), có 4 quan sát, phản ánh mức độ công bố minh bạch về học phí, lộ trình tăng học phí và các khoản thụ khác của trường. Thứ ba là công khai cam kết chất

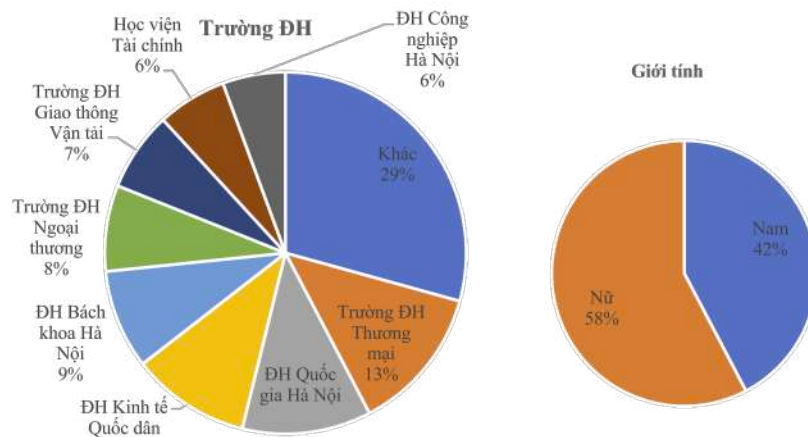
lượng đào tạo và kết quả đầu ra thực tế (KQDR), có 4 quan sát, thể hiện mức độ công bố thông tin về kết quả tốt nghiệp, tỷ lệ việc làm và chất lượng đầu ra của trường.

- *Biên trung gian niềm tin (NTIN)*, có 4 quan sát theo thang đo Likert 5 mức, xây dựng có chọn lọc điều chỉnh dựa theo nghiên cứu của Delgado-Ballester (2004) và Lewicka (2022), thể hiện mức độ tin tưởng của sinh viên đối với trường hình thành trên cơ sở các thông tin được công bố công khai minh bạch về trường.

3.2. Thu thập, xử lý dữ liệu và mẫu nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập trong tháng 9 - 10 năm 2025 thông qua khảo sát bảng hỏi trực tuyến đối với sinh viên năm thứ nhất đang theo học tại các trường đại học trên địa bàn thành phố Hà Nội. Sau khi hoàn tất, tác giả tiến hành kiểm tra, mã hóa và làm sạch dữ liệu nhằm bảo đảm độ tin cậy cho phân tích định lượng. Các bảng hỏi không đầy đủ thông tin đối với các biến nghiên cứu chính (bao gồm các biến thuộc ba nội dung công khai, niềm tin và quyết định lựa chọn trường) hoặc có dấu hiệu trả lời thiếu nhất quán đã bị loại bỏ khỏi mẫu phân tích. Sau quá trình sàng lọc và xử lý dữ liệu, nghiên cứu thu được 338 bảng hỏi hợp lệ để đưa vào phân tích. Theo khuyến nghị của Hair và cộng sự (2010), với 22 biến quan sát, cỡ mẫu tối thiểu cần đạt từ 110 đến 220 quan sát; đồng thời, theo công thức của Tabachnick và Fidell (2007), $N \geq 50 + 8 \cdot m$ với 4 biến dự báo, cỡ mẫu tối thiểu là 82 quan sát. Do đó, quy mô mẫu 338 quan sát vượt đáng kể các ngưỡng yêu cầu, bảo đảm độ tin cậy thống kê và tính đại diện tương đối của nghiên cứu.

Về đặc điểm mẫu nghiên cứu, trong tổng số 338 sinh viên năm nhất tham gia khảo sát, nữ giới chiếm tỷ lệ 57,69% (195 sinh viên), nam giới chiếm 42,31% (143 sinh viên), cho thấy cơ cấu giới tính tương đối cân bằng. Xét theo cơ sở đào tạo, sinh viên đến từ nhiều trường đại học khác nhau trên địa bàn Hà Nội, phản ánh tính đa dạng của mẫu nghiên cứu. Cụ thể, đến từ Trường Đại học Thương mại chiếm tỷ trọng lớn nhất (13,02%), tiếp theo đến Đại học Quốc gia Hà Nội (11,54%), Đại học Kinh tế Quốc dân (10,65%), Đại học Bách khoa Hà Nội (8,88%), Trường Đại học Ngoại thương (7,69%), Trường Đại học Giao



(Nguồn: Tổng hợp theo số liệu điều tra)

Hình 2: Đặc điểm mẫu nghiên cứu

thông Vận tải (7,10%), Học viện Tài chính (6,21%) và Trường Đại học Công nghiệp Hà Nội (5,62%). Phân bố này cho thấy mẫu khảo sát bao phủ cả các trường đại học công lập trọng điểm và các cơ sở đào tạo khác trên địa bàn, qua đó góp phần nâng cao tính đại diện tương đối của dữ liệu đối với bối cảnh nghiên cứu tại Hà Nội.

3.3. Phương pháp phân tích định lượng

Dữ liệu được phân tích bằng phương pháp mô hình cấu trúc tuyến tính bình phương tối thiểu từng phân (PLS-SEM) thông qua phần mềm chuyên dụng. PLS-SEM được lựa chọn vì phù hợp với mục tiêu kiểm định mô hình lý thuyết có biến trung gian, đồng thời không đòi hỏi giả định nghiêm ngặt về phân phối chuẩn của dữ liệu và thích hợp với nghiên cứu mang tính dự báo (Hair và cộng sự, 2022). Bên cạnh đó, phương pháp này cho phép ước lượng đồng thời mô hình đo lường và mô hình cấu trúc, phù hợp với các cấu trúc tiềm ẩn được đo lường bằng nhiều biến quan sát trong nghiên cứu.

Quy trình phân tích được thực hiện theo hai bước. Thứ nhất, đánh giá thang đo (measurement model) nhằm kiểm định độ tin cậy và giá trị của thang đo thông qua các chỉ số như hệ số tải ngoài (outer loadings), độ tin cậy tổng hợp (CR - Composite Reliability), phương sai trích (AVE - Average Variance Extracted) và giá trị phân biệt. Thứ hai, đánh giá mô hình cấu trúc thông qua hệ số đường dẫn (path coefficients), hệ số xác định (R^2) và kiểm định ý nghĩa thông kê bằng phương pháp bootstrapping (Hair và cộng sự, 2022).

Quy trình này bảo đảm việc kiểm định các giả thuyết nghiên cứu được thực hiện một cách hệ thống và nhất quán với thông lệ nghiên cứu định lượng hiện nay.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Kết quả đánh giá thang đo và mô hình cấu trúc

Theo kết quả phân tích mô hình đo lường (Bảng 1 và Bảng 2), thang đo các biến nghiên cứu đều đạt độ tin cậy và giá trị hội tụ ở mức tốt. Cụ thể, hệ số tải của các biến quan sát đều lớn hơn 0,70 (dạ động từ 0,775 đến 0,892), cho thấy các biến quan sát phản ánh tốt khái niệm tiềm ẩn tương ứng. Đồng thời, chỉ số VIF của các biến quan sát đều nhỏ hơn 5, cho thấy không tồn tại hiện tượng đa cộng tuyến đáng kể trong mô hình đo lường (Hair và cộng sự, 2022).

Mặc dù một số biến quan sát thuộc các khái niệm CKCL, KQDR và NTIN có nội dung liên quan đến chất lượng đào tạo và kết quả hoạt động của cơ sở giáo dục, các thang đo này được thiết kế theo những cấp độ khái niệm khác nhau nhằm hạn chế sự chồng lấn về ngữ nghĩa. Cụ thể, CKCL phản ánh các điều kiện đầu vào và năng lực bảo đảm chất lượng của cơ sở đào tạo (chuẩn đầu ra, chương trình đào tạo, đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất và kiểm định chất lượng); KQDR phản ánh các kết quả đầu ra và thành quả đào tạo được công bố (tỷ lệ tốt nghiệp, việc làm và thu nhập sau tốt nghiệp); trong khi NTIN đo lường mức độ tin tưởng của người học đối với các thông tin được công bố và đối với nhà trường. Trong bảng hỏi, các nhóm

Bảng 1: Bộ thang đo nghiên cứu và hệ số tải các quan sát

Biến nghiên cứu		Hệ số tải (loading)	VIF	Tác giả
CKCL	Công khai điều kiện đảm bảo chất lượng đào tạo, nghiên cứu			
CKCL1	Công bố chuẩn đầu ra	0,855	2,460	Maringe (2006); Le và cộng sự (2022); Yoshida và Mori (2025)
CKCL2	Thông tin chương trình đào tạo	0,882	2,824	
CKCL3	Thông tin và trình độ đội ngũ giảng viên	0,892	3,120	
CKCL4	Cơ sở vật chất học tập và nghiên cứu	0,835	2,310	
CKCL5	Kết quả kiểm định, đảm bảo chất lượng	0,818	2,216	
CKTC	Công khai tài chính			
CKTC1	Học phí và lộ trình tăng học phí	0,791	1,775	Maringe (2006); Le và cộng sự (2022); Yoshida và Mori (2025)
CKTC2	Các khoản thu ngoài học phí	0,775	1,851	
CKTC3	Học bổng và hỗ trợ tài chính	0,821	1,714	
CKTC4	Thông tin tài chính của trường	0,840	1,673	
KQDR	Công khai cam kết chất lượng đào tạo và chất lượng thực tế			
KQDR1	Kết quả tuyển sinh và quy mô đào tạo	0,865	2,322	Maringe (2006); Le và cộng sự (2022); Yoshida và Mori (2025)
KQDR2	Kết quả đào tạo và tỷ lệ tốt nghiệp	0,829	1,912	
KQDR3	Tỷ lệ có việc làm sau tốt nghiệp	0,870	2,468	
KQDR4	Thu nhập, vị trí việc làm sau tốt nghiệp	0,800	1,775	
NTIN	Niềm tin hình thành từ các thông tin được công bố công khai minh bạch			
NTIN1	Tin vào các thông tin trường công bố	0,837	2,055	Delgado-Ballester (2004); Lewicka (2022)
NTIN2	Tin trường hoạt động minh bạch và có trách nhiệm	0,833	2,040	
NTIN3	Đủ thông tin và yên tâm khi chọn trường	0,835	1,977	
NTIN4	Tin các cam kết của trường	0,824	1,872	
QDCT	Mức độ ảnh hưởng cảm nhận đến quyết định lựa chọn trường			
QDCT1	Chọn trường trên cơ sở thông tin công khai minh bạch	0,790	1,951	Le và cộng sự (2022); Bùi Cẩm Vân và Hà Ngọc Thắng (2024); Yoshida và Mori (2025)
QDCT2	Công khai minh bạch cung cấp đủ thông tin để ra quyết định chọn trường	0,854	2,464	
QDCT3	Ảnh hưởng của công khai minh bạch đến quyết định chọn trường	0,816	2,430	
QDCT4	Tầm quan trọng của công khai minh bạch đối với quyết định chọn trường	0,861	2,683	
QDCT5	Tự tin ra quyết định chọn trường nhờ công khai minh bạch	0,812	1,921	

(Nguồn: Phân tích dữ liệu)

câu hỏi này được trình bày theo từng phần riêng biệt kèm theo mô tả khái niệm tương ứng để giúp người trả lời phân biệt giữa điều kiện bảo đảm chất lượng, kết quả đào tạo và niềm tin hình thành từ các thông tin được công bố.

Hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo nằm trong khoảng từ 0,826 đến 0,909 và hệ số tin cậy tổng hợp CR (Composite Reliability) dao động từ 0,882 đến 0,932, đều vượt ngưỡng 0,70, khẳng định tính nhất quán nội tại cao của thang đo. Đồng thời, giá trị phương sai trích trung bình (AVE) của tất cả các biến đều lớn hơn 0,50 (từ 0,652 đến 0,734), chứng tỏ các thang đo đạt giá trị hội tụ tốt. Đồng thời, kiểm định giá trị phân biệt

thông qua chỉ số HTMT cho thấy tất cả các cặp biến đều có giá trị nhỏ hơn 0,85, đáp ứng ngưỡng khuyến nghị và khẳng định các khái niệm nghiên cứu có sự phân biệt rõ ràng về mặt thống kê (Hair và cộng sự, 2022).

Đối với mô hình cấu trúc, hệ số xác định R^2 đạt 0,314 đối với biến Niềm tin và 0,463 đối với biến Quyết định lựa chọn trường, cho thấy mô hình có khả năng giải thích ở mức trung bình đến khá theo tiêu chuẩn PLS-SEM. Các giá trị kích thước ảnh hưởng (f^2) cho thấy biến Niềm tin có tác động mạnh đến Quyết định lựa chọn trường, trong khi các biến còn lại có mức ảnh hưởng từ nhỏ đến trung bình. Bên cạnh đó, theo kết quả Bảng 3, chỉ số SRMR đạt 0,051 ($< 0,08$) và

Bảng 2: Độ tin cậy, giá trị hội tụ và phân biệt (HTMT) của thang đo

Biến	CKCL	CKTC	KQDR	NTIN	QDCT	Cronbach's Alpha	CR	AVE	R ²	f ²
CKCL	-					0,909	0,932	0,734		0,195
CKTC	0,300	-				0,826	0,882	0,652		0,109
KQDR	0,366	0,426	-			0,862	0,907	0,709		0,170
NTIN	0,558	0,319	0,466	-		0,852	0,900	0,693	0,314	0,323
QDCT	0,579	0,202	0,316	0,727	-	0,884	0,915	0,684	0,463	

(Nguồn: Phân tích dữ liệu)

NFI đạt 0,871 cho thấy mô hình có mức độ phù hợp tổng thể tốt. thông kê den cả niềm tin (biên NTIN), với $\beta = 0,392$; $p = 0,000 < 0,001$, cho thấy giả

Bảng 3: Kết quả phân tích mô hình cấu trúc

Đường dẫn	Hệ số β	Độ lệch chuẩn	t	p	Giả thuyết
Mô hình cấu trúc (SRMR = 0,051; NFI = 0,871)					
CKCL → QDCT	0,286***	0,067	4,302	0,000	Ứng hộ H1
CKTC → QDCT	-0,024	0,046	0,511	0,609	Không ứng hộ H2
KQDR → QDCT	-0,008	0,062	0,134	0,894	Không ứng hộ H3
CKCL → NTIN	0,392***	0,052	7,555	0,000	Ứng hộ H4
CKTC → NTIN	0,085	0,051	1,666	0,096	Ứng hộ H5
KQDR → NTIN	0,243***	0,060	4,030	0,000	Ứng hộ H6
NTIN → QDCT	0,503***	0,069	7,264	0,000	Ứng Hộ H7
Tác động gián tiếp cụ thể					
CKCL → NTIN → QDCT	0,197***	0,043	4,556	0,000	Ứng hộ H8a
CKTC → NTIN → QDCT	0,043	0,027	1,601	0,110	Không ứng hộ H8b
KQDR → NTIN → QDCT	0,122***	0,032	3,828	0,000	Ứng hộ H8c

* $p < 0.05$; ** $p < 0.01$; *** $p < 0.001$

(Nguồn: Phân tích dữ liệu)

Như vậy, các kết quả phân tích trên xác nhận mô hình nghiên cứu đạt độ tin cậy, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt và mức độ phù hợp cần thiết để tiếp tục diễn giải các mối quan hệ nhân quả trong mô hình. Kết quả này cho phép đánh giá các giả thuyết nghiên cứu và thảo luận chi tiết hơn trong các phần tiếp theo đây.

4.2. Phân tích và thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích mô hình cấu trúc ở Bảng 3 cho thấy công khai điều kiện đảm bảo chất lượng đào tạo và nghiên cứu (biên CKCL) có tác động tích cực và có ý nghĩa

thuyết H4 được ứng hộ và quyết định lựa chọn trường (biên QDCT) (với $\beta = 0,286$; $p = 0,000 < 0,001$), qua đó *ứng hộ giả thuyết H1*. Như vậy, trong bối cảnh Việt Nam, công khai điều kiện đảm bảo chất lượng giáo dục không chỉ góp phần củng cố niềm tin của người học đối với cơ sở đào tạo mà còn trực tiếp định hình mức độ ảnh hưởng cảm nhận trong quyết định lựa chọn trường. Điều này hàm ý rằng khi các trường đại học minh bạch hóa các chuẩn đầu ra, trình độ đội ngũ giảng viên và chất lượng cơ sở vật chất, sinh viên có xu hướng đánh giá cao mức độ đáng tin cậy và uy tín của cơ sở giáo dục, từ đó gia

tăng sự chắc chắn trong lựa chọn nhập học. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ sinh viên năm nhất sau khi đã hoàn tất quá trình tuyển sinh và nhập học. Do đó, nhận thức hiện tại của người học về các thông tin công khai có thể chịu ảnh hưởng từ trải nghiệm thực tế tại trường, khiến mức độ tác động được cảm nhận có thể phản ánh đồng thời cả thông tin tiếp nhận trước khi lựa chọn trường và những đánh giá được hình thành sau khi nhập học.

Theo kết quả Bảng 3, công khai tài chính (CKTC) không có tác động có ý nghĩa thống kê đến cả niềm tin (NTIN) (với $\beta = 0,085$; $p = 0,096 > 0,05$), H5 không được ủng hộ và quyết định lựa chọn trường (QDCT) (với $\beta = -0,024$; $p = 0,609 > 0,05$), do đó *H2 không được ủng hộ*. Điều này có thể được lý giải trong bối cảnh giáo dục đại học Việt Nam, khi thông tin tài chính tuy góp phần bảo đảm tính minh bạch của cơ sở đào tạo nhưng chưa chắc là loại thông tin được người học ưu tiên sử dụng trong quá trình lựa chọn trường. So với các thông tin về chất lượng đào tạo, đội ngũ giảng viên hoặc cơ hội việc làm sau tốt nghiệp - những yếu tố gắn trực tiếp với lợi ích học tập và nghề nghiệp trong tương lai - thông tin về thu chi tài chính thường mang tính kỹ thuật và khó chuyên hóa thành kỳ vọng cụ thể đối với người học. Bên cạnh đó, yếu tố tài chính có thể đã được cân nhắc từ sớm thông qua khả năng chi trả và sự hỗ trợ của gia đình, khiến học phí hoặc chi phí học tập đóng vai trò như một điều kiện sàng lọc ban đầu hơn là tiêu chí quyết định cuối cùng giữa các trường. Trong bối cảnh phần lớn sinh viên trong mẫu nghiên cứu đang theo học tại các trường công lập có mức học phí tương đối thấp và ít biến động giữa các cơ sở đào tạo, mức độ khác biệt về thông tin tài chính càng khó tạo ra ảnh hưởng rõ rệt đến niềm tin và hành vi lựa chọn. Đồng thời, người học có thể quan tâm nhiều hơn đến chi phí thực tế phải chi trả hơn là các thông tin công khai về cơ cấu thu - chi của nhà trường. Vì vậy, kết quả nghiên cứu cho thấy minh bạch tài chính có thể chưa phải là động lực chính ảnh hưởng đến niềm tin và quyết định lựa chọn trường của sinh viên trong bối cảnh Việt Nam hiện nay.

Cũng theo kết quả Bảng 3, công khai cam kết chất lượng đào tạo và kết quả đầu ra

(KQDR) tác động tích cực đến niềm tin (NTIN) (với $\beta = 0,243$; $p = 0,000 < 0,001$), H6 được ủng hộ, nhưng không ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định lựa chọn trường (QDCT) (với $\beta = -0,008$; $p = 0,894 > 0,05$), như vậy *giả thuyết H3 không được ủng hộ* và hàm ý mối quan hệ này có thể mang tính gián tiếp. Thực tế, trong bối cảnh giáo dục đại học tại Việt Nam hiện nay, thông tin về chất lượng đào tạo và kết quả đào tạo và đầu ra thường mang tính tổng hợp, khó kiểm chứng và ít được cá nhân hóa theo ngành học cụ thể, do đó có thể chưa đủ mạnh để tạo ra tác động trực tiếp đến hành vi lựa chọn. Thay vào đó, các thông tin này nhiều khả năng đóng vai trò củng cố nhận thức về uy tín và độ tin cậy của nhà trường, từ đó gia tăng niềm tin và chính niềm tin mới là yếu tố trung gian thúc đẩy quyết định lựa chọn. Điều này cho thấy ảnh hưởng của công khai kết quả đào tạo có thể vận hành thông qua cơ chế tâm lý trung gian hơn là tác động trực tiếp đến hành vi.

Về vai trò của niềm tin (NTIN), trước tiên, kết quả mô hình cấu trúc cho thấy niềm tin (NTIN) có ảnh hưởng mạnh và tích cực đến quyết định lựa chọn trường (QDCT) của sinh viên (với $\beta = 0,503$; $p = 0,000 < 0,001$), H7 được ủng hộ, khẳng định vai trò trung tâm của biến này trong mô hình nghiên cứu.

Đồng thời, phân tích tác động gián tiếp cụ thể cho thấy niềm tin đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa cam kết chất lượng (CKCL) và quyết định lựa chọn trường (QDCT) của sinh viên (với β gián tiếp = $0,197$; $p = 0,000 < 0,001$), và trong mối quan hệ giữa cam kết kết quả đầu ra (KQDR) và quyết định lựa chọn trường (QDCT) của sinh viên (với $\beta = 0,122$; $p = 0,000 < 0,001$), do đó *giả thuyết H8a và H8c được ủng hộ*. Trong khi đó, không tìm thấy bằng chứng về vai trò trung gian của niềm tin trong mối quan hệ giữa công khai tài chính (CKTC) và quyết định lựa chọn trường (với $\beta = 0,043$; $p = 0,110 > 0,05$), do đó *giả thuyết H8b không được ủng hộ*. Như vậy các yếu tố minh bạch liên quan đến cam kết chất lượng và kết quả đào tạo có ý nghĩa hơn trong việc hình thành niềm tin và tác động đến hành vi lựa chọn trường của sinh viên, trong khi minh bạch tài chính không có vai trò đáng kể trong bối cảnh nghiên cứu. Phát hiện này củng cố lập

luận rằng trong bối cảnh bất cân xứng thông tin, các thông tin liên quan đến chất lượng và đầu ra cần được “chuyên hóa” thành niềm tin thì mới có khả năng định hình quyết định của người học, qua đó khẳng định vai trò trung tâm và mang tính trung gian của niềm tin trong mô hình nghiên cứu.

5. Hàm ý quản trị và giải pháp

Từ các kết quả nghiên cứu, trước hết có thể khẳng định rằng công khai điều kiện đảm bảo chất lượng đào tạo và nghiên cứu là yếu tố quan trọng, tác động trực tiếp và gián tiếp đến quyết định lựa chọn trường của sinh viên thông qua niềm tin được tạo dựng từ công khai minh bạch thông tin. Do đó, các cơ sở giáo dục đại học cần xem nội dung này không chỉ là yêu cầu tuân thủ quy định mà là một công cụ quản trị chiến lược trong tuyển sinh và xây dựng thương hiệu. Cụ thể, nhà trường cần công bố rõ ràng chuẩn đầu ra theo từng ngành đào tạo, mục tiêu chương trình, chuẩn năng lực, chất lượng đội ngũ giảng viên và cơ sở vật chất. Hoạt động truyền thông về các điều kiện đảm bảo chất lượng giáo dục cần được thực hiện một cách hệ thống, dễ tiếp cận và minh chứng bằng số liệu cụ thể nhằm củng cố niềm tin của người học ngay từ giai đoạn tìm hiểu thông tin.

Thứ hai, kết quả cho thấy công khai cam kết chất lượng đào tạo kết quả đầu ra không tác động trực tiếp đến quyết định lựa chọn trường, nhưng có ảnh hưởng gián tiếp thông qua niềm tin được hình thành của sinh viên. Điều này hàm ý rằng thông tin về tỷ lệ việc làm, mức thu nhập sau tốt nghiệp hay kết nối doanh nghiệp chỉ thực sự phát huy hiệu quả khi được trình bày theo cách tạo dựng sự tin cậy. Do đó, các trường cần nâng cao độ minh bạch và khả năng kiểm chứng của dữ liệu đầu ra, ví dụ như công bố phương pháp khảo sát việc làm, tỷ lệ phản hồi, phân tách theo ngành hoặc công bố báo cáo kiểm định độc lập. Khi thông tin đầu ra được chuẩn hóa, cập nhật định kỳ và có căn cứ xác thực, nó sẽ góp phần củng cố niềm tin và gián tiếp thúc đẩy quyết định lựa chọn trường của sinh viên.

Thứ ba, mặc dù công khai thu - chi tài chính không tác động đáng kể đến niềm tin và quyết định lựa chọn trường, nhưng không đồng nghĩa với việc yếu tố tài chính không quan trọng, mà cho thấy trong điều kiện học phí giữa các trường công lập chưa có sự

chênh lệch lớn, nội dung công khai tài chính chưa trở thành yếu tố phân biệt trong hành vi lựa chọn. Do đó, thay vì chỉ công bố số liệu thu - chi theo yêu cầu hành chính, các trường có thể tích hợp thông tin tài chính với các nội dung giá trị gia tăng như chính sách học bổng, hỗ trợ tài chính, lộ trình học phí ổn định và minh bạch trong sử dụng nguồn lực để nâng cao chất lượng đào tạo. Cách tiếp cận này có thể giúp chuyên hóa thông tin tài chính từ vai trò tuân thủ sang vai trò hỗ trợ chiến lược trong thu hút người học.

Cuối cùng, với vai trò trung tâm của niềm tin trong mô hình nghiên cứu, các giải pháp quản trị cần hướng tới xây dựng và duy trì niềm tin như một tài sản vô hình của nhà trường. Điều này đòi hỏi sự nhất quán giữa thông tin công khai và trải nghiệm thực tế của sinh viên, giữa cam kết và kết quả thực hiện. Các hoạt động kiểm định chất lượng, công bố báo cáo thường niên, minh bạch hóa dữ liệu và tăng cường đối thoại với người học cần được triển khai như một chiến lược dài hạn nhằm củng cố niềm tin. Khi niềm tin được hình thành và duy trì bền vững, các nội dung minh bạch thông tin theo cơ chế “ba công khai” sẽ không chỉ dừng lại ở chức năng giải trình, mà trở thành động lực quan trọng thúc đẩy quyết định lựa chọn và sự gắn bó của sinh viên đối với cơ sở giáo dục đại học.

6. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy minh bạch thông tin theo cơ chế “ba công khai” có mức độ tác động khác nhau đến quyết định lựa chọn trường đại học của sinh viên tại Hà Nội. Cụ thể, công khai cam kết chất lượng giáo dục có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến cả niềm tin và quyết định lựa chọn trường, đồng thời tôn tại hiệu ứng gián tiếp thông qua niềm tin. Công khai kết quả đào tạo và đầu ra không ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định lựa chọn, nhưng tác động gián tiếp thông qua niềm tin, cho thấy cơ chế ảnh hưởng mang tính trung gian. Ngược lại, công khai thu - chi tài chính không có tác động đáng kể đến niềm tin và quyết định lựa chọn trường trọng bối cảnh nghiên cứu. Đáng chú ý, niềm tin của sinh viên khẳng định vai trò trung tâm trong mô hình khi có ảnh hưởng mạnh mẽ và tích cực đến quyết định lựa chọn trường.

Nghiên cứu có một số đóng góp. Trước tiên, nghiên cứu bổ sung bằng chứng thực nghiệm cho lý thuyết bất cân xứng thông tin và lý thuyết tín hiệu trong bối cảnh giáo dục đại học Việt Nam, qua đó làm rõ cơ chế mà minh bạch thông tin ảnh hưởng đến hành vi lựa chọn của người học. Khác với các nghiên cứu trước thường tiếp cận minh bạch thông tin như một cấu phần tổng thể hoặc tập trung vào danh tiếng và chất lượng cảm nhận, nghiên cứu này phân tách cơ chế “ba công khai” thành các thành phần cụ thể và chỉ ra rằng các loại thông tin không tạo ra tác động đồng nhất đến hành vi lựa chọn trường. Kết quả cho thấy thông tin liên quan đến điều kiện bảo đảm chất lượng và kết quả đầu ra có khả năng tác động thông qua việc hình thành niềm tin, trong khi minh bạch tài chính chưa cho thấy vai trò đáng kể. Qua đó, nghiên cứu góp phần mở rộng cách tiếp cận của lý thuyết tín hiệu khi chỉ ra rằng hiệu quả của tín hiệu phụ thuộc vào mức độ liên quan và khả năng chuyên hóa thành niềm tin của người tiếp nhận. Đồng thời, việc xác lập vai trò trung gian của niềm tin giúp mở rộng nghiên cứu về hành vi lựa chọn trường theo hướng nhân mạnh yếu tố tâm lý trung gian trong quá trình chuyên hóa thông tin thành quyết định. Về hàm ý quản trị, kết quả nghiên cứu gợi ý rằng các cơ sở giáo dục đại học không nên chỉ tập trung công khai thông tin để đáp ứng yêu cầu quản lý mà cần ưu tiên chất lượng và khả năng tiếp cận của nội dung công bố. Cụ thể, các trường nên tăng cường công khai các thông tin về chuẩn đầu ra, chương trình đào tạo, đội ngũ giảng viên, kết quả kiểm định, tỷ lệ việc làm và kết quả đầu ra theo hướng dễ hiểu, có thể kiểm chứng và gắn với nhu cầu ra quyết định của người học; đồng thời kết hợp truyền thông minh bạch với các hoạt động xây dựng niềm tin nhằm nâng cao hiệu quả thu hút và tuyển sinh.

Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế. Thứ nhất, mẫu khảo sát tập trung vào sinh viên năm nhất tại các trường đại học trên địa bàn Hà Nội, do đó khả năng khái quát hóa cho các địa phương khác còn hạn chế. Thứ hai, dữ liệu được thu thập từ sinh viên năm nhất sau khi đã hoàn tất quá trình xét tuyển và nhập học, nên các đánh giá về vai trò của thông tin “Ba công khai” đối với quyết định lựa chọn trường có thể chịu ảnh

hưởng của hiện tượng thiên lệch hồi tưởng (hindsight bias), khi nhận thức hiện tại của người học được định hình một phần bởi trải nghiệm thực tế tại trường. Vì vậy, các kết quả cần được diễn giải thận trọng khi xem xét mối quan hệ giữa minh bạch thông tin, niềm tin và quyết định lựa chọn trường. Thứ ba, mô hình nghiên cứu chưa xem xét các yếu tố bối cảnh khác như ảnh hưởng của gia đình, truyền thông xã hội hoặc danh tiếng thương hiệu trường. Trong các nghiên cứu tiếp theo, có thể mở rộng phạm vi khảo sát sang nhiều vùng miền, so sánh giữa trường công lập và tư thục, đồng thời thực hiện khảo sát theo chiều dọc hoặc thu thập dữ liệu từ học sinh trước thời điểm đăng ký nguyện vọng nhằm hạn chế ảnh hưởng của thiên lệch hồi tưởng, cũng như tích hợp thêm các biến điều tiết hoặc so sánh đa nhóm để làm rõ hơn cơ chế tác động của minh bạch thông tin đến hành vi lựa chọn cơ sở giáo dục đại học của người học.

Tài liệu tham khảo:

Akerlof G.A. (1970), The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism, *Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488-500. <https://doi.org/10.2307/1879431>.

Bộ Giáo dục và Đào tạo (2017), *Thông tư số 36/2017/TT-BGDĐT: Quy chế thực hiện công khai đối với cơ sở giáo dục và đào tạo thuộc hệ thống giáo dục quốc dân*. Hà Nội.

Bộ Giáo dục và Đào tạo (2024), *Thông tư số 09/2024/TT-BGDĐT: Quy định về công khai trong hoạt động của các cơ sở giáo dục thuộc hệ thống giáo dục quốc dân*. Hà Nội.

Bùi Cẩm Vân, Hà Ngọc Thăng (2024), Các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn trường đại học của sinh viên các trường đại học trên địa bàn Thành phố Hà Nội, *Tạp chí Giáo dục*, 1 - 24 - 2354-0753.

Delgado-Ballester E. (2004), Applicability of a brand trust scale across product categories, *European Journal of Marketing*, 38(5/6), 573-592. <https://doi.org/10.1108/03090560410529222>.

Hair J.F., Hult G.T.M., Ringle C.M., Sarstedt M. (2022), *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, (3rd ed.). Sage Publications.

Le T.D., Le N.V., Nguyen T.T., Tran K.T., Hoang H.Q. (2022), Choice factors when Vietnamese high school students consider universities: A mixed method approach, *Education Sciences*, 12(11), 779. <https://doi.org/10.3390/educsci12110779>.

Lewicka Dagmara (2022), Building and rebuilding trust in higher education institutions (HEIs). Student's perspective, *Journal of Organizational Change Management*, 35 (6), 887-915. <https://doi.org/10.1108/JOCM-02-2022-0037>

Lê Đình Minh Trí, Lê Võ Uyên Nhi, Nguyễn Thanh Tân, Trần Tiến Khoa (2022), Các yếu tố chọn trường đại học của học sinh Việt Nam: Nghiên cứu khám phá định tính qua góc nhìn khách hàng, *Phát triển Khoa học & Công nghệ: Khoa học - Kinh tế - Luật và Khoa học Quản lý* (ĐHQG TP. Hồ Chí Minh) - 1 - 2588-1051.

Maringe F. (2006), University and course choice: Implications for positioning, recruitment and marketing, *International Journal of Educational Management*, 20(6), 466-479. <https://doi.org/10.1108/09513540610683711>.

Morgan R.M., Hunt S.D. (1994), The commitment-trust theory of relationship marketing, *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38. <https://doi.org/10.2307/1252308>.

Ngo Thi Hieu, Le Duc Niem (2024), Autonomy Acquisition and Performance within Higher Education in Vietnam - Road to a Sustainable Future?, *Sustainability*, 16(3), 1336. <https://doi.org/10.3390/su16031336>.

Nguyen H.C., Evers C., Marshall S. (2017), Accreditation of Viet Nam's higher education institutions: Achievements and challenges after a dozen years of development", *Quality in Higher Education*, 25 (4): 475-488. <https://doi.org/10.1108/QAE-11-2016-0075>.

Pham Van Quyet, Le Hieu Hoc, Pham Thi Thanh Hai (2023), Autonomy Governance Transformation in the Higher Education Institutions Towards the Typical Models in Vietnam, *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 23(20). <https://doi.org/10.33423/jhetp.v23i20.6685>.

Spence M. (1973), Job market signaling, *Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355-374. <https://doi.org/10.2307/1882010>.

Vu Hiep Hoang, Ngo Quoc Dung (2025), Embracing the digital frontier: Unveiling the moderating role of personal innovativeness on university choice decisions in Vietnam, *SAGE Open*, 15(1). <https://doi.org/10.1177/21582440251329600>.

Yoshida N., Mori R. (2025), Effects and limitations of university information disclosure on university choice, *International Journal of Institutional Research and Management*, Vol. 9, No. 1. <https://doi.org/10.52731/ijirm.v9.i1.880>.

Summary

This study examines the impact of information transparency under the “Three Disclosures” mechanism on students’ university choice decisions in Vietnam, while investigating the mediating role of trust. Analyzing primary data collected from 338 first-year students enrolled in universities in Hanoi, the findings indicate that disclosure of educational condition commitments has a significant positive effect on both trust and university choice decisions. Disclosure of educational outcomes and graduate outputs does not directly influence choice decisions but exerts an indirect effect through trust. In contrast, financial disclosure shows no significant impact. Trust emerges as a central mechanism that translates transparency signals into students’ enrollment decisions. The findings provide empirical support for signaling theory and information asymmetry theory in the context of Vietnamese higher education and offer managerial implications for universities in effectively implementing the “Three Disclosures” policy.