

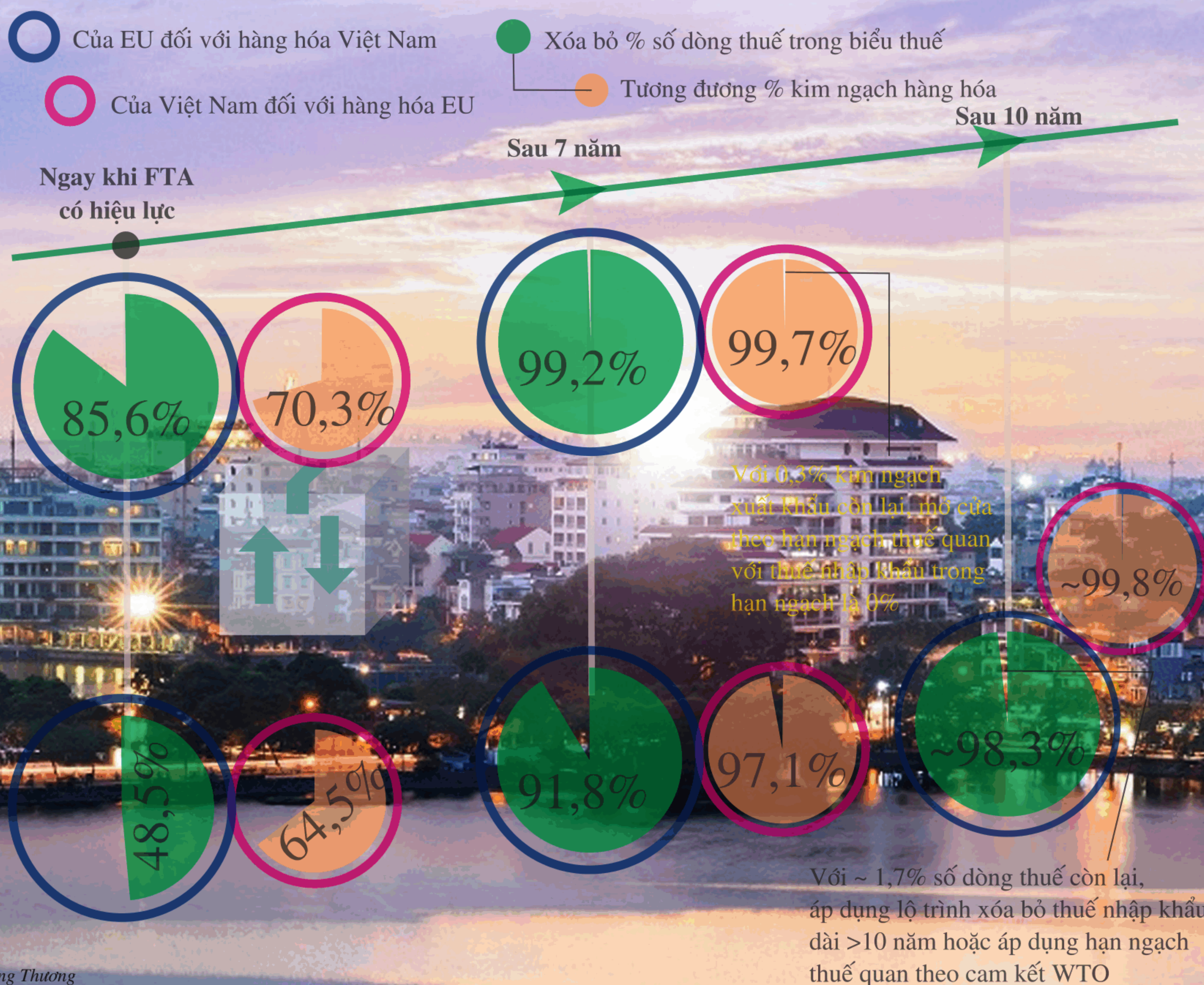


ISSN 1859-3666

Tạp chí KHOA HỌC THƯƠNG MẠI

TẠP CHÍ CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI

Lộ trình thực hiện EVFTA giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu



Năm thứ 18 - số 132
8/2019



khoa học thương mại

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

TỔNG BIÊN TẬP:

NGUYỄN BÁCH KHOA

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP:

ĐINH VĂN SƠN

THƯ KÝ TÒA SOẠN

PHẠM MINH ĐẠT

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: 04.37643219 máy lẻ 2102

Fax: 04.37643228

Email: tckhtm@tmu.edu.vn

Website: tckhtm.tmu.edu.vn

GP hoạt động báo chí:

Số 1480/GP-BTTTT ngày 20/8/2012

Chế bản tại: Tòa soạn

Tạp chí Khoa học Thương mại

In tại: Cty TNHH In & TM Hải Nam

Nộp lưu chiểu: 8/2019

HỘI ĐỒNG KHOA HỌC BIÊN TẬP

Đinh Văn Sơn - Đại học Thương mại (Chủ tịch)

Phạm Vũ Luận - Đại học Thương mại (Phó Chủ tịch)

Nguyễn Bách Khoa - Đại học Thương mại (Phó chủ tịch)

Phạm Minh Đạt - Đại học Thương mại (Ủy viên thư ký)

Các ủy viên

- **Vũ Thành Tự Anh** - ĐH Fulbright Việt Nam (Hoa Kỳ)

- **Lê Xuân Bá** - Viện QLKT TW

- **Hervé B. Boismery** - Đại học Reunion (Pháp)

- **H. Eric Boutin** - Đại học Toulon Var (Pháp)

- **Nguyễn Thị Doan** - Hội Khuyến học Việt Nam

- **Haasis Hans** - Đại học Bremenr (Đức)

- **Lê Quốc Hội** - Đại học Kinh tế quốc dân

- **Nguyễn Thị Bích Loan** - Đại học Thương mại

- **Nguyễn Hoàng Long** - Đại học Thương mại

- **Nguyễn Mai** - Chuyên gia kinh tế độc lập

- **Dương Thị Bình Minh** - ĐH Kinh tế Tp Hồ Chí Minh

- **Hee Cheon Moon** - Hội Nghiên cứu TM Hàn Quốc

- **Bùi Xuân Nhàn** - Đại học Thương mại

- **Lương Xuân Quỳ** - Hội Khoa học kinh tế Việt Nam

- **Nguyễn Văn Song** - Học viện Nông nghiệp Việt Nam

- **Nguyễn Thanh Tâm** - Đại học California (Hoa Kỳ)

- **Trương Bá Thanh** - ĐH Kinh tế - Đại học Đà Nẵng

- **Đinh Văn Thành** - Viện Nghiên cứu thương mại

- **Đỗ Minh Thành** - Đại học Thương mại

- **Lê Đình Thắng** - Đại học Québec (Canada)

- **Trần Đình Thiên** - Viện Kinh tế Việt Nam

- **Nguyễn Quang Thuấn** - Viện Hàn lâm KHXH Việt Nam

- **Washio Tomoharu** - ĐH Kwansey Gakuin (Nhật Bản)

- **Lê Như Tuyền** - Grenoble École de Managment (Pháp)

- **Zhang Yujie** - Đại học Tsinghua (Trung Quốc)

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Phạm Minh Đạt, Nguyễn Văn Tường và Nguyễn Minh Tuấn** - Phân tích năng lực kinh doanh thương mại của đơn vị sản xuất - kinh doanh nông phẩm trên địa bàn tỉnh Điện Biên. **Mã số: 132.1SMET.11** 2
Analyzing Business Capacity of Agricultural Production and Trading Units in Dien Bien Province
- 2. Nguyễn Hoàng Việt, Nguyễn Thị Mỹ Nguyệt và Lê Trâm Anh** - Thu hút và sử dụng đầu tư nước ngoài tại Việt Nam: thực trạng và một số khuyến nghị. **Mã số: 132.1TrEM.11** 14
Attracting and Using Foreign Investments in Vietnam: Reality and Proposals
- 3. Nguyễn Phúc Hiền, Hoàng Thanh Hà** – Tác động của kiều hối đến tăng trưởng GDP của Việt Nam. **Mã số: 132.1HIEM.11** 24
Impacts of Remittance on Vietnam's GDP Growth

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 4. Lê Xuân Thái và Trương Đông Lộc** – Ảnh hưởng của mức độ minh bạch và công bố thông tin đến hiệu quả tài chính của công ty niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam. **Mã số: 132.2Fiba.21** 30
Impacts of Information Transparency and Publication on Financial Efficiency of Listed Companies in Vietnam Stock Market
- 5. Đặng Thị Thu Trang và Trương Thị Hiếu Hạnh** – Ảnh hưởng của tích hợp kênh lên ý định mua lặp lại của người tiêu dùng trong bán lẻ chéo kênh: trường hợp nghiên cứu cho ngành hàng thời trang tại Đà Nẵng. **Mã số: 132.2BMkt.21** 41
Impact of Channel Integration on Repeated Buying Intention of Consumer in Cross-Channel Retailing: Case Study of Fashion in Danang City

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 6. Nguyễn Thị Dung, Nguyễn Quang Hà và Mai Lan Phương** – Nghiên cứu hiện trạng phân bổ đất nông nghiệp tại tỉnh Bắc Giang. **Mã số: 132.3OMIs.32** 51
Study on Situation of Agricultural Land Allotment in Bắc Giang Province
- 7. Phan Hồng Mai, Nguyễn Thị Ngọc Dung và Nguyễn Quỳnh Mai** – Bất cân xứng thông tin trong đào tạo đại học tại Việt Nam. **Mã số: 132.3OMIs.31** 61
Information Asymmetry in Tertiary Education in Vietnam

BẤT CÂN XÚNG THÔNG TIN TRONG ĐÀO TẠO ĐẠI HỌC TẠI VIỆT NAM

Phan Hồng Mai

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: hongmaiktqd@yahoo.com

Nguyễn Thị Ngọc Dung

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: ngocdung.nguyen.77@gmail.com

Nguyễn Quỳnh Mai

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: mainq80@gmail.com

Ngày nhận: 15/07/2019

Ngày nhận lại: 13/08/2019

Ngày duyệt đăng: 20/08/2019

Bài viết này tập trung làm rõ tình trạng bất cân xứng thông tin giữa trường đại học (ĐH) tại Việt Nam với nhóm sinh viên (SV) hệ chính quy, cũng như những hệ lụy của việc này. Dựa trên dữ liệu từ 927 bảng hỏi đối với SV tại 5 trường ĐH, áp dụng kỹ thuật hỏi quy thứ bậc, phân tích nhân tố và hỏi quy nhị phân, nhóm tác giả nhận thấy những biểu hiện nổi bật của tình trạng bất cân xứng thông tin giữa trường ĐH với SV là: (1) trường ĐH chưa chủ động cung cấp một số thông tin mà SV quan tâm; (2) Nhiều thông tin SV quan tâm, trường ĐH đã cung cấp nhưng “không đến đích” nên SV vẫn không biết đến; Từ đó, một bộ phận SV không hài lòng và không trung thành với trường ĐH.

Từ khóa: bất cân xứng thông tin, trường đại học, sinh viên.

1. Giới thiệu nghiên cứu

“Bất cân xứng thông tin” được hiểu là trạng thái xảy ra khi một bên của giao dịch có nhiều thông tin hơn phía còn lại (Akerlof, 1970). Tại Việt Nam, theo Phạm Phụ (2016), thị trường đào tạo đại học (ĐH) có đặc thù là bất cân xứng thông tin, là “thị trường của niềm tin”. Trong bối cảnh đó, vai trò chủ động “phát tín hiệu” của trường ĐH vô cùng quan trọng, là cầu nối giữa các bên sử dụng dịch vụ và kết quả đào tạo. Tuy nhiên, năng lực quản trị thông tin tại các trường ĐH ở Việt Nam còn nhiều hạn chế (Nguyễn Thanh Tuấn, 2014), góp phần vào việc nhiều sinh viên (SV) thiếu thông tin nên chọn sai trường, sai ngành học, nảy sinh tâm lý chán nản, thậm chí bỏ học (Trần Huỳnh, Hải Quân, 2016). Số

khác tiếp tục theo học vì không muốn (hoặc không thể) thay đổi nhưng sau khi tốt nghiệp ĐH lại thất nghiệp hoặc phải đào tạo bổ sung. Cho đến nay, các nghiên cứu về bất cân xứng thông tin tại Việt Nam chủ yếu tập trung vào lĩnh vực thực phẩm (Huỳnh Thị Kim Quyên, 2006), bảo hiểm y tế (Nguyễn Thị Minh và Hoàng Bích Phương, 2012), thị trường chứng khoán (Nguyễn Thị Minh và cộng sự, 2018)... Còn các nghiên cứu về hệ thống thông tin chỉ thực hiện tại từng cơ sở đào tạo đơn lẻ nhằm phục vụ quá trình tác nghiệp cụ thể (Nguyễn Quỳnh Mai và cộng sự, 2016; Nguyễn Thanh Tuấn, 2014), chưa có nghiên cứu chuyên sâu về tình trạng thông tin bất cân xứng trong đào tạo ĐH tại Việt Nam. Tất cả những lý do nêu trên thể hiện sự cần thiết của bài

viết này, hướng tới mục tiêu trả lời câu hỏi: (i) Sự bất cân xứng thông tin giữa trường ĐH và SV tại Việt Nam hiện nay như thế nào? Và (ii) Ảnh hưởng của tình trạng bất cân xứng thông tin tới sự hài lòng và trung thành của SV đối với trường ĐH?

2. Cơ sở lý luận của nghiên cứu

2.1. Nhu cầu tìm hiểu thông tin về trường ĐH

Trong một loạt nghiên cứu về quyết định chọn trường ĐH, các tác giả Chapman (1981), Burns (2006), Joseph (2010) đều nhất trí rằng quyết định chọn trường ĐH của SV chịu ảnh hưởng bởi “Nhóm yếu tố về đặc điểm cố định của trường ĐH” gồm: vị trí địa lý, chương trình đào tạo, danh tiếng, đội ngũ giảng viên, cơ sở vật chất, chi phí học tập và hỗ trợ tài chính, cơ hội việc làm... Trong đó, SV đặc biệt quan tâm đến sự phù hợp, tính linh hoạt của chương trình đào tạo (Ford và cộng sự, 1999), thứ hạng của trường ĐH trong các bảng xếp hạng uy tín (Keling và cộng sự, 2007), chuyên môn tốt và khả năng định hướng nghề nghiệp của đội ngũ giảng viên (Ismail, 2009), sự đầy đủ, hiện đại của các trang bị tại phòng học, phòng thí nghiệm, thư viện (Absher & Crawford, 1996), mức học phí và cơ hội nhận hỗ trợ tài chính khác (Yusof và cộng sự, 2008), kết quả việc làm, mức độ thành công của các SV đã tốt nghiệp từ trường ĐH (Sevier, 1998). Khi một trường ĐH có những yếu tố nêu trên ở mức độ tích cực, SV sẽ có xu hướng lựa chọn trường ĐH đó. Ngoài ra, các nghiên cứu trên cũng chỉ ra rằng nếu trường ĐH nỗ lực “giao tiếp”, truyền thông tới người học, khả năng được lựa chọn cũng tăng lên (Chapman, 1981; Burns, 2006; Joseph, 2010). Như vậy, quá trình ra quyết định theo học tại một trường ĐH của SV phải bắt đầu từ việc thu thập, tìm kiếm nhiều thông tin khác nhau về trường ĐH. Hiểu được vấn đề đó, các trường ĐH cần chú trọng truyền thông để tăng cơ hội được lựa chọn.

2.2. Bất cân xứng thông tin trong đào tạo ĐH

Dù thông tin có ảnh hưởng đáng kể tới quyết định chọn trường của SV (Chapman, 1981) nhưng đa số các nhà nghiên cứu về đào tạo ĐH đều tán

thành rằng trên thị trường này, thông tin không được cung cấp cân đối giữa các bên tham gia. Trong đó, trường ĐH - đóng vai trò người bán - luôn biết rõ hơn về đặc tính, chất lượng dịch vụ đào tạo của mình so với các đối tượng bên ngoài (Swagler, 1978). Khi thông tin về trường ĐH không được cung cấp đầy đủ, chính xác, kịp thời và tới đúng đối tượng, có thể gây nên cả hai hệ quả Lựa chọn nghịch và Rủi ro đạo đức (McPherson và cộng sự, 1993). Cụ thể về lựa chọn nghịch: vì không nắm bắt đầy đủ, rõ ràng các thông tin về quá trình đào tạo ĐH, SV lựa chọn trường, ngành không phù hợp với nhu cầu của bản thân (về nội dung, hình thức, chất lượng, chi phí...) dẫn tới lãng phí nguồn lực, thời gian, “kết quả đầu ra” không như mong muốn. Thậm chí, SV phải chuyển sang trường khác. Một số SV tiếp tục theo học nhưng không hài lòng về việc cung cấp các thông tin của nhà trường sẽ không giới thiệu cho người khác. Đây đều là biểu hiện của sự không trung thành. Về lâu dài, các SV “tiềm năng” có xu hướng e ngại, đánh giá thấp chất lượng của trường ĐH, dẫn tới việc tuyển sinh trở nên khó khăn. Rủi ro đạo đức: vấn đề này xảy ra khi trường ĐH có nhiều thông tin hơn các đối tượng bên ngoài, làm nảy sinh tâm lý ỷ lại, tập trung vào quảng bá, “đánh bóng” hình ảnh hơn là đổi mới thực chất. Trường sẽ không nỗ lực nâng cấp chất lượng, công bố thông tin đầy đủ, nhanh chóng chừng nào việc tuyển sinh còn thuận lợi hoặc việc đánh giá/xếp hạng của cơ quan chủ quản còn dễ dãi... Để khắc phục tình trạng bất cân xứng thông tin, trường ĐH cần chủ động “phát tín hiệu” trung thực, đầy đủ, nhanh chóng (Spence, 1973) dưới sự giám sát của Chính phủ (Franck và Schönfelder, 2000). Sau đó, SV tự “sàng lọc” một lần nữa để thu về những thông tin phù hợp ra quyết định (Stiglitz, 1975).

3. Phương pháp nghiên cứu

Cách tiếp cận nghiên cứu

Dựa trên cơ sở lý luận đã nêu tại mục 2, nhóm tác giả tiếp cận nghiên cứu tình trạng bất cân xứng thông tin trong đào tạo ĐH tại Việt Nam theo hướng

đổi chiều giữa nhu cầu tìm hiểu thông tin của SV với hiện trạng cung cấp thông tin của trường ĐH để xác định “khoảng cách”. Từ đó, xem xét ảnh hưởng của tình trạng thông tin không cân xứng tới sự hài lòng và lòng trung thành của SV.

Mẫu nghiên cứu và cách thu thập dữ liệu

Dữ liệu nghiên cứu được chất lọc từ 927 bản khảo sát (trên tổng số 1.000 bản phát ra) đối với SV hệ chính quy đang theo học tại 5 trường ĐH tại Việt Nam (ĐH Kinh tế Quốc dân, ĐH Bách Khoa Hà Nội, ĐH Thái Nguyên, ĐH Đà Nẵng, ĐH Kinh tế TP Hồ Chí Minh). Thời gian khảo sát từ tháng 8/2018 - 12/2018. Cách thức chọn SV khảo sát là ngẫu nhiên. Bảng khảo sát sử dụng thang đo Likert 5 với nội dung gồm 3 phần: (i) Thông tin của SV, (ii) Sự cần thiết và nhận thức thực tế của SV đối với các thông tin do trường ĐH cung cấp, (iii) Sự hài lòng của SV đối với việc cung cấp thông tin của trường ĐH và lòng trung thành của SV đối với trường ĐH.

Kỹ thuật xử lý dữ liệu

Để xử lý dữ liệu, nhóm tác giả sử dụng phần mềm SPSS với các kỹ thuật: thống kê mô tả, phân tích nhân tố và hồi quy nhị phân.

Biến số của nghiên cứu

Cơ sở lý luận để lựa chọn biến số là các kết quả nghiên cứu về nhân tố ảnh hưởng tới quyết định

chọn trường ĐH của SV (đã nêu tại mục 2.1). Theo đó, SV rất quan tâm đến thông tin về trường ĐH, gồm: vị trí; chương trình đào tạo; danh tiếng; cơ sở vật chất; chi phí học tập; hỗ trợ tài chính; cơ hội việc làm... Ngoài ra, để phù hợp với tình huống nghiên cứu tại Việt Nam, nhóm tác giả còn lựa chọn biến số dựa trên quy định hiện hành về yêu cầu công khai thông tin của các trường ĐH tại Việt Nam (Thông tư số 09/2009/TT-BGD&ĐT và Thông tư số 36/2017/TT-BGD&ĐT), tập trung vào 3 “trụ cột” là: Cam kết chất lượng giáo dục và Chất lượng giáo dục thực tế; Điều kiện đảm bảo chất lượng giáo dục; Thu chi tài chính.

Từ đó, các nội dung thông tin mà SV quan tâm và trường ĐH cần cung cấp (chính là các biến số của nghiên cứu) được xác định gồm 5 nhóm sau: (1) *Chương trình đào tạo: chuẩn đầu ra, nội dung đào tạo, điều kiện dự thi, tốt nghiệp...*; (2) *Cơ sở vật chất: quy hoạch, hạ tầng, trang thiết bị ở từng bộ phận...*; (3) *Đội ngũ CBGV, nhà khoa học: số lượng, lý lịch từng CBGV, nhà khoa học...*; (4) *Kết quả đào tạo và NCKH: tỷ lệ tốt nghiệp, tỷ lệ có việc làm, số công trình NCKH, kết quả kiểm định...* và (5) *Kinh phí và hỗ trợ khác: học phí, học bổng, chương trình hỗ trợ...* Danh sách chi tiết của 45 thang đo cho 5 nhóm biến được trình bày tại bảng 1.

Bảng 1: Danh sách thang đo dự kiến về nhu cầu thông tin của SV

| Nhóm biến | Ký hiệu | Cách xác định biến |
|----------------------|---------|---|
| Chương trình đào tạo | CT1 | Thông tin về chuẩn đầu ra của từng chuyên ngành |
| | CT2 | Thông tin về số lượng và tên học phần trong cả chương trình đào tạo |
| | CT3 | Thông tin về số lượng và tên học phần bắt buộc, tự chọn trong từng kỳ |
| | CT4 | Thông tin mô tả tóm tắt về từng học phần |
| | CT5 | Thông tin mô tả chi tiết về từng học phần |
| | CT6 | Thông tin slide bài giảng của từng học phần |
| | CT7 | Thông tin về cách thức, điều kiện đăng ký của từng học phần |
| | CT8 | Thông tin chi tiết về việc thi kết thúc học phần |
| | CT9 | Thông tin chi tiết về việc xét tốt nghiệp Đại học |
| | CT10 | Thông tin chi tiết về các hệ đào tạo khác của trường |

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

| | | |
|--|--------|---|
| Cơ sở vật chất | CSVC1 | Thông tin chi tiết về quy hoạch tổng thể của nhà trường |
| | CSVC2 | Thông tin chi tiết về hạ tầng công nghệ của nhà trường |
| | CSVC3 | Thông tin chi tiết về số lượng, diện tích, trang bị tại phòng học chính |
| | CSVC4 | Thông tin chi tiết về số lượng, diện tích, trang bị tại phòng tự học |
| | CSVC5 | Thông tin chi tiết về số lượng, diện tích, trang bị tại phòng thực hành |
| | CSVC6 | Thông tin chi tiết về số lượng, diện tích, trang bị tại khu vực vệ sinh |
| | CSVC7 | Thông tin chi tiết về số lượng, diện tích, trang bị tại nhà thể chất |
| | CSVC8 | Thông tin chi tiết về số lượng, diện tích, trang bị để đào tạo quốc phòng |
| | CSVC9 | Thông tin chi tiết về số lượng, diện tích, trang bị tại nhà để xe |
| | CSVC10 | Thông tin chi tiết về số lượng, diện tích, trang bị tại thư viện |
| | CSVC11 | Thông tin chi tiết về số lượng, diện tích, trang bị tại hội trường |
| | CSVC12 | Thông tin chi tiết về số lượng, diện tích, trang bị tại phòng ở kí túc xá |
| | CSVC13 | Thông tin chi tiết về số lượng, diện tích, trang bị, dịch vụ tại canteen |
| | CSVC14 | Thông tin chi tiết về số lượng, diện tích, dịch vụ tại cửa hàng sách |
| | CSVC15 | Thông tin chi tiết về số lượng, diện tích, trang bị tại phòng y tế |
| | CSVC16 | Thông tin chi tiết về website, fanpage, group học tập chính thức |
| Đội ngũ cán bộ, giảng viên | CB1 | Thông tin chung về đội ngũ giảng viên, nhà khoa học của trường |
| | CB2 | Thông tin chi tiết về lý lịch của từng giảng viên |
| | CB3 | Thông tin chi tiết về lý lịch của từng nhà khoa học |
| | CB4 | Thông tin chi tiết về chức năng/nhiệm vụ, thông tin liên hệ của từng cán bộ chuyên trách tại các phòng/ban và khối hỗ trợ đào tạo |
| Kết quả đào tạo và nghiên cứu khoa học | KQ1 | Thông tin chung về kết quả đào tạo của nhà trường |
| | KQ2 | Thông tin chi tiết về kết quả đào tạo riêng của từng hình thức/loại hình đào tạo của mỗi chuyên ngành theo từng năm học/khóa học |
| | KQ3 | Thông tin chi tiết về kết quả việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp |
| | KQ4 | Thông tin chi tiết về hoạt động của mạng lưới cựu sinh viên |
| | KQ5 | Thông tin chi tiết về kết quả đào tạo theo đặt hàng của đơn vị bên ngoài |
| | KQ6 | Thông tin chi tiết về kết quả NCKH của trường |
| | KQ7 | Thông tin chi tiết về kết quả NCKH theo đặt hàng của đơn vị bên ngoài |
| | KQ8 | Thông tin chi tiết về kết quả kiểm định/xếp hạng đối với trường |
| | KQ9 | Thông tin chi tiết về kết quả kiểm định từng chương trình đào tạo |
| Kinh phí và hỗ trợ khác | KP1 | Thông tin chi tiết về học phí, kinh phí đào tạo của từng chuyên ngành |
| | KP2 | Thông tin chi tiết về giá thuê phòng ở và các dịch vụ khác tại ký túc xá |
| | KP3 | Thông tin chi tiết về chương trình ưu đãi/trợ cấp/học bổng |
| | KP4 | Thông tin chi tiết về chương trình hỗ trợ học tập, sinh hoạt khác |
| | KP5 | Thông tin chi tiết về hoạt động của Đoàn, Hội, Câu lạc bộ... của SV |
| | KP6 | Thông tin chung về hoạt động hàng ngày của trường |

Nguồn: Nghiên cứu của nhóm tác giả

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả nghiên cứu bước 1

Từ kết quả trả lời khảo sát của SV, nhóm tác giả thống kê điểm cần thiết/ coi trọng trung bình của SV đối với từng loại thông tin do trường ĐH cung cấp (xem bảng 2).

việc xét tốt nghiệp ĐH (CT9), việc thi kết thúc học phần (CT8), học phí/kinh phí đào tạo (KP1), chương trình ưu đãi/trợ cấp/học bổng (KP3) và cách thức, điều kiện đăng ký học phần (CT7). Các thông tin này đều thuộc 2 nhóm thông tin về Chương trình đào tạo và Kinh phí/hỗ trợ khác của

Bảng 2: Điểm cần thiết trung bình của từng loại thông tin do trường ĐH cung cấp

| Nhóm biến | Ký hiệu biến | Điểm TB | | Nhóm biến | Ký hiệu biến | Điểm TB | | Nhóm biến | Ký hiệu biến | Điểm TB |
|----------------------|--------------|-------------|--|----------------|--------------|---------|-------------------------|-------------------------|--------------|---------|
| Chương trình đào tạo | CT1 | 4,45 | | Cơ sở vật chất | CSVC1 | 3,17 | | Kết quả đào tạo và NCKH | KQ1 | 3,67 |
| | CT2 | 4,19 | | | CSVC2 | 3,48 | | | KQ2 | 3,79 |
| | CT3 | 4,14 | | | CSVC3 | 3,29 | | | KQ3 | 4,08 |
| | CT4 | 3,89 | | | CSVC4 | 3,36 | | | KQ4 | 3,56 |
| | CT5 | 4,01 | | | CSVC5 | 3,15 | | | KQ5 | 3,43 |
| | CT6 | 4,01 | | | CSVC6 | 3,15 | | | KQ6 | 3,39 |
| | CT7 | 4,22 | | | CSVC7 | 3,32 | | | KQ7 | 3,19 |
| | CT8 | 4,29 | | | CSVC8 | 3,11 | | | KQ8 | 3,55 |
| | CT9 | 4,41 | | | CSVC9 | 3,19 | | | KQ9 | 3,65 |
| | CT10 | 3,59 | | | CSVC10 | 3,61 | | | | |
| Đội ngũ CB, GV | CB1 | 3,69 | | CSVC11 | 3,08 | | Kinh phí và hỗ trợ khác | KP1 | 4,38 | |
| | CB2 | 3,46 | | CSVC12 | 3,23 | | | KP2 | 3,60 | |
| | CB3 | 3,25 | | CSVC13 | 3,27 | | | KP3 | 4,22 | |
| | CB4 | 3,45 | | CSVC14 | 3,35 | | | KP4 | 4,16 | |
| | | | | CSVC15 | 3,49 | | | KP5 | 3,72 | |
| | | | | CSVC16 | 4,14 | | | KP6 | 3,48 | |

Nguồn: Nghiên cứu của nhóm tác giả

Giá trị trung bình xoay quanh ngưỡng 3 và trên 4 chứng tỏ tất cả các thông tin khảo sát đều được phần lớn SV đánh giá là cần thiết. Số lượt chọn đáp án 1 và 2 (tương đương Hoàn toàn không cần thiết và Ít cần thiết) chỉ chiếm 6,92% trong tổng số 166.860 phương án chọn. Còn số lượt chọn đáp án 4 và 5 (tương đương Rất cần thiết và Hoàn toàn cần thiết) chiếm tới 26,49%. Điều này một mặt khẳng định tính phù hợp của nội dung khảo sát, mặt khác cung cấp cho trường ĐH các căn cứ hữu ích để thực hiện “phát tín hiệu” đáp ứng nhu cầu quan tâm của người học. Đặc biệt trong số đó có 6/45 loại thông tin được SV đánh giá là rất cần thiết (điểm trung bình từ 4,21 trở lên) bao gồm: chuẩn đầu ra (CT1),

trường. Điều này cho thấy sự quan tâm đặc biệt của SV đến nội dung, cách thức tổ chức và kinh phí đào tạo của trường ĐH. Có 24/45 loại thông tin được cho là cần thiết (điểm trung bình từ 3,41 đến 4,21) và 15/45 thông tin còn lại (điểm trung bình dưới 3,41) được SV đánh giá cần thiết ở mức độ bình thường, vừa phải.

4.2. Kết quả nghiên cứu bước 2

Mục đích nghiên cứu ở bước 2 là tìm hiểu mức độ nắm bắt thông tin hiện tại của SV các trường. Kết quả trình bày tại bảng 3.

Theo số liệu tại bảng 3, ở tất cả các loại thông tin đều có một bộ phận SV trả lời là không biết. Trong đó, 19/42 loại thông tin có tỷ lệ không biết lớn hơn

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

Bảng 3: Kết quả khảo sát mức độ biết đến của SV đối với các loại thông tin về trường ĐH

| Ký hiệu biến | Tỷ lệ không biết | Tỷ lệ đã biết | Ký hiệu biến | Tỷ lệ không biết | Tỷ lệ đã biết | Ký hiệu biến | Tỷ lệ không biết | Tỷ lệ đã biết |
|--------------|------------------|---------------|--------------|------------------|---------------|--------------|------------------|---------------|
| CT1 | 26,84% | 73,16% | CSVC1 | 54,21% | 45,79% | KQ2 | 27,37% | 72,63% |
| CT2 | 1,58% | 98,42% | CSVC2 | 57,37% | 42,63% | KQ3 | 59,47% | 40,53% |
| CT3 | 1,58% | 98,42% | CSVC3 | 63,68% | 36,32% | KQ4 | 48,42% | 51,58% |
| CT4 | 7,37% | 92,63% | CSVC4 | 62,63% | 37,37% | KQ5 | 72,11% | 27,89% |
| CT5 | 16,32% | 83,68% | CSVC5 | 72,11% | 27,89% | KQ6 | 26,84% | 73,16% |
| CT6 | 11,58% | 88,42% | CSVC6 | 71,05% | 28,95% | KQ7 | 62,11% | 37,89% |
| CT7 | 1,58% | 98,42% | CSVC7 | 62,63% | 37,37% | KQ8 | 42,11% | 57,89% |
| CT8 | 6,84% | 93,16% | CSVC8 | 66,84% | 33,16% | KQ9 | 47,37% | 52,63% |
| CT9 | 26,84% | 73,16% | CSVC9 | 71,58% | 28,42% | | | |
| CT10 | 15,26% | 84,74% | CSVC10 | 56,84% | 43,16% | KP1 | 2,63% | 97,37% |
| | | | CSVC11 | 69,47% | 30,53% | KP2 | 41,58% | 58,42% |
| CB1 | 18,42% | 81,58% | CSVC12 | 67,89% | 32,11% | KP3 | 7,37% | 92,63% |
| CB2 | 27,37% | 72,63% | CSVC13 | 73,16% | 26,84% | KP4 | 15,26% | 84,74% |
| CB4 | 60,00% | 40,00% | CSVC14 | 72,63% | 27,37% | KP5 | 11,58% | 88,42% |
| | | | CSVC15 | 75,26% | 24,74% | | | |
| | | | CSVC16 | 22,63% | 77,37% | | | |

Nguồn: nghiên cứu của nhóm tác giả

50%, bao gồm toàn bộ nhóm thông tin về Cơ sở vật chất (ngoại trừ trang Web/FB/Group học tập - CSVC16), Nhiệm vụ/chức năng/liên hệ của cán bộ phòng ban (CB4), Việc làm của SV sau khi tốt nghiệp (KQ3) và Kết quả đào tạo/NCKH theo đơn đặt hàng bên ngoài (KQ5, KQ7). Những loại thông tin có tỷ lệ đã biết trên 90% là Chương trình đào tạo toàn khóa và từng kỳ (CT2, CT3), Đăng ký học phần (CT7), Học phí (KP1), Thi kết thúc học phần (CT8), Học bổng/hỗ trợ khác (KP3) và Mô tả tóm tắt học phần (CT4). 16 loại thông tin còn lại có tỷ lệ không biết dao động từ 11,58% đến 48,42%.

4.3. Kết quả nghiên cứu bước 3

Như đã phân tích ở bước 1, tất cả các thông tin nêu trên đều được SV đánh giá là cần thiết (ở mức 3 trở lên) nhưng hiện tại có nhiều thông tin không được biết đến. Vậy lý do là trường ĐH không cung cấp thông tin hay đã cung cấp mà chưa tới được từng SV, đồng nghĩa quá trình “phát tin hiệu” không đến đích. Để giải đáp cho câu hỏi này, nhóm tác giả

tiếp tục thực hiện bước 3, khảo sát hiện trạng cung cấp thông tin của từng trường ĐH trong mẫu nghiên cứu. Hiện tại, các trường ĐH đều chủ yếu cung cấp thông tin trên internet qua website chính thức, hệ thống email nội bộ, tài khoản cá nhân của người học (account) và trang mạng xã hội Facebook, Youtube... Dù website của từng trường được thiết kế giao diện và cấu trúc khác nhau nhưng đều có sự liên kết với web cấp 2, cấp 3 của các trường thành viên, Khoa/Viện/Trung tâm/Phòng ban/Đoàn thể trực thuộc. Mỗi trang này lại cung cấp thông tin về tình hình và kết quả hoạt động của từng bộ phận ở những mức độ nhất định. Đặc biệt, ngay trên trang chủ website của trường ĐH đều có mục Ba công khai (hoặc Quy chế công khai) để đăng tải báo cáo ba công khai của từng năm học theo quy định của Bộ GD&ĐT tại TT09/2009/TT-BGD&ĐT và TT36/2017/TT-BGD&ĐT. Nhưng một mặt, các trường đều chưa thực hiện công khai 100% các nội dung yêu cầu theo quy định. Mặt khác, đa phần SV

và đối tượng bên ngoài trường không truy cập, tìm kiếm thông tin trong mục Ba công khai. Điều này góp phần làm gia tăng khoảng cách về thông tin giữa trường ĐH và SV.

Nhóm thông tin về Cơ sở vật chất: Trái ngược với nhóm thông tin về chương trình đào tạo, đa phần thông tin về cơ sở vật chất không được các trường ĐH công bố chi tiết. Chỉ có 2/16 thông tin mà các

Bảng 4: Tóm tắt hiện trạng cung cấp thông tin của trường ĐH trong mẫu nghiên cứu

| Nhóm thông tin | Kinh tế Quốc dân | Bách Khoa Hà Nội | Thái Nguyên | Đà Nẵng | Kinh tế TP HCM |
|-----------------------|------------------|------------------|-------------|-------------|----------------|
| Chương trình đào tạo | Đủ | Thiếu 1/10 | Thiếu 1/10 | Thiếu 1/10 | Thiếu 1/10 |
| Cơ sở vật chất | Thiếu 14/16 | Thiếu 13/16 | Thiếu 14/16 | Thiếu 10/16 | Thiếu 10/16 |
| Đội ngũ CBGV | Đủ | Đủ | Đủ | Đủ | Đủ |
| KQ đào tạo, NCKH | Đủ | Đủ | Thiếu 4/8 | Đủ | Đủ |
| Kinh phí/ hỗ trợ khác | Thiếu 1/5 | Thiếu 1/5 | Thiếu 1/5 | Đủ | Đủ |

Nguồn: nghiên cứu của nhóm tác giả

Trong đó, tình hình cung cấp cụ thể của từng trường như sau:

Nhóm thông tin về Chương trình đào tạo: đa số thông tin thuộc nhóm này đều được các trường ĐH công bố trên website của trường (thuộc mục Đào tạo) hoặc tại trang web cấp 2 của phòng đào tạo, khoa/viện/trung tâm liên quan, cổng thông tin đào tạo hay account của SV. Riêng thông tin về chuẩn đầu ra từng ngành/chương trình đào tạo của trường ĐH Kinh tế Quốc dân, ĐH Thái Nguyên được công bố ở mục Ba công khai (thuộc biểu 17). Điều này cũng gây cản trở nhất định cho SV, đối tượng bên ngoài trường. Thông tin duy nhất mà 4/5 trường ĐH không công bố là slide bài giảng học phần. Tài liệu này sẽ do giảng viên trực tiếp cung cấp cho SV của mỗi lớp, được thiết kế riêng phù hợp với cách thức truyền đạt kiến thức của giảng viên đó. Hiện tại, chỉ có ĐH Kinh tế Quốc dân công bố slide chuẩn môn học (do bộ môn biên soạn) trên web cấp 2 của phòng Quản lý đào tạo nhưng muốn truy cập phải có account học viên và thường xuyên bị lỗi đường truyền. Việc không thể xem trước slide bài giảng có thể khiến SV lựa chọn môn học tự chọn không phù hợp với sở thích, nhu cầu, năng lực của bản thân. Các “SV tiềm năng”, không có account truy cập, chỉ nắm bắt được mô tả tóm tắt về môn học, thường rất chung chung, không hoàn toàn tương xứng với nội dung chi tiết.

trường đều làm rõ là trang thiết bị tại Thư viện (CSVC10) và giới thiệu Website/FB/Group học tập chính thức (CSVC16). Tại báo cáo Ba công khai của trường có thêm thông tin về diện tích sàn, số lượng phòng của từng bộ phận phòng thực hành, xưởng thực tập, nhà tập đa năng, hội trường, phòng học (biểu 19). Ngoài những điểm chung nêu trên, ĐH Bách Khoa Hà Nội bổ sung thông tin về trang bị tại phòng học (CSVC3) tại mục Ba công khai. Riêng ĐH Đà Nẵng và ĐH Kinh tế TP HCM công bố đầy đủ, chi tiết trang thiết bị tại bộ phận hỗ trợ SV gồm nhà để xe (CSVC9), Kí túc xá (CSVC12), Canteen SV (CSVC13), Cửa hàng bán sách và dụng cụ học tập (CSVC14) tại mục Dịch vụ hỗ trợ và web của Trung tâm hỗ trợ SV. Ngoài kênh chính thức, trên mạng xã hội Youtube, 4/5 trường đều đăng tải clip giới thiệu về trường, do trường thực hiện phục vụ công tác tuyển sinh và kỉ niệm thành lập trường. Tuy vậy, các clip này mang tính tổng hợp tất cả các nội dung về chương trình đào tạo, đội ngũ, kết quả... trong khoảng thời gian ngắn từ 5 đến 15 phút. Hình ảnh trong clip chỉ tập trung vào không gian chung và 1 số công trình tiêu biểu, không thể hiện đầy đủ trang bị vật chất tại từng bộ phận phục vụ đào tạo và hỗ trợ. Bên cạnh đó, trên Youtube còn có rất nhiều clip về mỗi trường nhưng do SV tự thực hiện theo các mục đích, nội dung, cách thức thể hiện khác nhau. Trên Facebook cá nhân của SV, giảng viên

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

cũng đăng rất nhiều ảnh, clip về trường. Song, đa phần các clip, tranh ảnh này đều lỏng suy nghĩ, đánh giá của cá nhân nên không hoàn toàn khách quan và toàn diện. Hình ảnh còn được dàn dựng, chỉnh sửa, có thể khiến người xem hiểu nhầm. Việc thiếu thông tin chính thức từ phía nhà trường nhưng thừa thông tin từ phía cá nhân làm tăng nguy cơ đánh giá và lựa chọn sai lệch của SV và các đối tượng liên quan.

Nhóm thông tin về Đội ngũ cán bộ, giảng viên: Đây là nhóm thông tin duy nhất mà các trường ĐH trong mẫu nghiên cứu đều công bố đầy đủ. Trong đó, thông tin chi tiết về số lượng, tên, tuổi, giới tính, trình độ, đơn vị... của CBGV nhà trường (CB1) được báo cáo trong Ba công khai (biểu 20) của 4/5 trường theo từng năm học. ĐH Bách Khoa Hà Nội chỉ công bố tổng số CBGV và cơ cấu theo trình độ của năm gần nhất (2018). Thông tin chi tiết về lý lịch từng CBGV (CB2, CB4) được công bố trên website của đơn vị mà cán bộ đang công tác (thường ở mục Cơ cấu tổ chức hoặc giới thiệu cán bộ/giảng viên). Tuy vậy, vẫn có những trường hợp không cung cấp đủ lý lịch KH hoặc số điện thoại liên hệ. Về nguyên tắc, SV cần biết đầy đủ thông tin về năng lực giảng dạy, nghiên cứu của giảng viên để đăng ký lớp tín chỉ phù hợp, lựa chọn giảng viên hướng dẫn và đề tài nghiên cứu tương xứng với sở thích, sở trường của cả thầy và trò. Địa chỉ liên hệ là thông tin hữu ích để SV chủ động trao đổi với cán bộ giảng viên về những vấn đề quan tâm mà chưa cần phải đăng ký vào một lớp học phần cụ thể.

Nhóm thông tin về Kết quả đào tạo: Là nhóm thông tin trọng yếu thể hiện chất lượng đào tạo của trường ĐH nên 4/5 trường đều cung cấp đầy đủ 9 loại thông tin trong mục hoặc báo cáo Ba công khai (biểu 18). Nhưng trong đó, chỉ có thông tin về kết quả đào tạo theo từng chuyên ngành (KQ2), mạng lưới cựu SV (KQ4), kết quả NCKH (KQ6, KQ7), kiểm định trường (KQ8) là được công bố đồng thời trên trang chủ website trường và các web cấp 2 của phòng Đào tạo, quản lý Khoa học, Khảo thí và đảm bảo chất lượng. Như đã phân tích ở trên, đa phần các

SV không tìm kiếm tài liệu trong Ba công khai nên dẫn đến tình trạng SV không biết về thông tin của trường. ĐH Thái Nguyên là trường cung cấp ít thông tin về kết quả đào tạo nhất và không đồng đều giữa các trường thành viên. 5/9 loại thông tin bị thiếu là: Hoạt động của mạng lưới cựu SV (KQ4), Kết quả đào tạo và NCKH theo đơn đặt hàng (KQ5, KQ7) và Kết quả kiểm định trường, Chương trình đào tạo (KQ8, KQ9). Những thông tin khác có đăng tải nhưng chỉ ở trong mục Ba công khai.

Nhóm thông tin về Kinh phí/hỗ trợ khác: Các thông tin chung về học phí, kinh phí đào tạo, chương trình học bổng, hỗ trợ học tập, hoạt động Đoàn thể (KP1, KP3, KP4, KP5) đều được công bố, cập nhật liên tục trên website trường ĐH và các khoa/viện/phòng ban liên quan. Ngoài ra, mức học phí riêng của từng SV theo kỳ được thông báo vào account SV. Các thông tin ước tính về học phí theo năm học của từng hệ đào tạo cũng được trình bày tại báo cáo Ba công khai. Duy nhất chỉ có thông tin về dịch vụ tại kí túc xá hiện không công bố rộng rãi, SV của 3 trường ĐH Kinh tế Quốc dân, Bách Khoa Hà Nội, Thái Nguyên sẽ phải liên hệ trực tiếp với bộ phận quản lý kí túc xá (hoặc trung tâm dịch vụ/hỗ trợ). Ngược lại, SV nội trú tại kí túc xá của ĐH Đà Nẵng, ĐH Kinh tế TP HCM dễ dàng tra cứu nội dung và bảng giá của tất cả các dịch vụ tại mục Dịch vụ hỗ trợ hoặc trên web của Trung tâm hỗ trợ SV.

Đối chiếu kết quả nghiên cứu của bước 2 và bước 3, nhóm tác giả xác định tình trạng bất cân xứng thông tin giữa trường ĐH và SV biểu hiện như sau:

Một số thông tin SV quan tâm, thấy cần thiết nhưng đa số trường ĐH không cung cấp một cách chính thức, rõ ràng, gồm: Slide bài giảng (CT6); Quy hoạch tổng thể của trường (CSV1), Hạ tầng công nghệ (CSV2); Trang thiết bị tại phòng học chuyên môn, phòng tự học, phòng thực hành, khu vệ sinh, nhà thể chất, khu đào tạo giáo dục quốc phòng, nhà để xe, nhà văn hóa, kí túc xá, canteen, nhà sách, phòng y tế (CSV3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14,

15); Giá dịch vụ kí túc xá (KP2). Đây là biểu hiện của tình trạng cung cấp thông tin về sản phẩm không đủ theo nhu cầu của người tiêu dùng. Theo Stiglitz (1975) điều này sẽ dẫn tới khả năng khách hàng (là SV) không nhận được sản phẩm (dịch vụ giáo dục) phù hợp. Ngược lại, người bán (trường ĐH) cũng không đưa được sản phẩm (dịch vụ giáo dục) tới đúng đối tượng cần thiết.

Nhiều thông tin SV quan tâm, trường ĐH đã cung cấp nhưng SV vẫn không biết đến. 27/42 thông tin trong bảng 3 đã được nhà trường cung cấp nhưng tỷ lệ không biết đến vẫn từ 1,58% đến 72,11%. Trong đó có nhiều thông tin được SV đánh giá là rất cần thiết và cần thiết (đối chiếu bảng 2). Nguyên nhân chính là do thông tin được trình bày tại các đầu mục mà SV và đối tượng bên ngoài không chú ý như Ba công khai hoặc tại web cấp 2, cấp 3 của đơn vị hay trên trang mạng xã hội không chính thức Youtube. Đây là biểu hiện rõ nét của việc truyền thông không hiệu quả, “phát tin hiệu không đến đích”. Điều này gây ảnh hưởng không tốt tới cả 2 phía: làm gia tăng chi phí tìm kiếm thông tin của người học, đồng thời, lãng phí nguồn lực của nhà trường.

4.4. Kết quả nghiên cứu bước 4

Tại bước này, nhóm tác giả khảo sát mức độ hài lòng của SV đối với việc cung cấp thông tin của trường ĐH. Điểm trung bình của cả mẫu nghiên cứu bằng 3,58 ($> 3,41$) tương đương “hài lòng”. Tuy vậy, có 79/927 SV (chiếm 8,52%) lựa chọn mức 1 hoặc 2 - rất không hài lòng và không hài lòng. Tiếp theo, nhóm tác giả đo lòng trung thành của SV với trường ĐH để nhận diện bước đầu ảnh hưởng của bất cân xứng thông tin tới quyết định của người học. Thang đo lòng trung thành được lựa chọn là SV vừa tiếp tục theo học tại trường, vừa giới thiệu cho người khác. Kết quả có 199/927 SV (chiếm 21,46%) không trung thành với trường ĐH. Trong số 199 SV đó lại có 46 SV (chiếm 23,12%) rất không hài lòng và không hài lòng với việc cung cấp thông tin của trường ĐH. Nếu xét trên cả mẫu

nghiên cứu, tỷ lệ không hài lòng về công bố thông tin dẫn đến không trung thành là 4,96%. Như thế, có dấu hiệu ban đầu cho thấy việc cung cấp thông tin không tương xứng với nhu cầu, mong đợi của SV có ảnh hưởng tới lòng trung thành của đối tượng này đối với trường ĐH.

4.5. Kết quả nghiên cứu bước 5 và bước 6

Dựa trên dấu hiệu ban đầu ở bước 4, nhóm tác giả làm rõ ảnh hưởng của nhu cầu thông tin tới lòng trung thành của SV với trường ĐH một cách tin cậy hơn bằng mô hình kiểm định. Trước tiên, cần áp dụng kỹ thuật phân tích nhân tố (EFA) để đánh giá độ tin cậy của 45 thang đo về nhu cầu thông tin của SV, loại trừ những thang đo không phù hợp. Số quan sát là 927, gấp 20,6 lần số biến tiềm ẩn nên thỏa mãn tiêu chuẩn thống kê về cỡ mẫu. Hệ số KMO = 0,943 ($> 0,5$), giá trị sig. của kiểm định Bartlett's = 0,000 ($< 0,05$) chứng tỏ phân tích nhân tố được áp dụng là phù hợp, các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể. Từ 45 thang đo dự kiến trong 5 nhóm nhân tố ban đầu, loại trừ 4 thang đo (CT10, KQ4, CSV16 và KP6), 41 nhân tố còn lại phân chia thành 6 nhóm nhân tố mới. Các thang đo trong cùng nhóm đều phản ánh chung một nội dung thông tin. Duy chỉ có nhóm thông tin về cơ sở vật chất được tách thành 2 nhóm là cơ sở vật chất phục vụ trực tiếp cho hoạt động đào tạo và cơ sở vật chất hỗ trợ, phục vụ đời sống văn hóa, thể thao, xã hội của SV. Giá trị tổng phương sai trích bằng 60,2% ($> 50\%$) cho thấy 6 nhóm nhân tố mới bảo tồn được 60,2% sự thay đổi của tất cả các nhân tố ban đầu. Hệ số Cronbach's Alpha của mỗi nhóm lần lượt bằng 0,868; 0,869; 0,902; 0,871; 0,755; 0,818 (đều $> 0,6$) cho thấy sự phù hợp của thang đo. Hệ số tải (Factor loading) của từng biến tối thiểu bằng 0,506 ($> 0,5$) chứng tỏ nhân tố được chọn có ý nghĩa thực tiễn. Sáu nhóm nhân tố mới được sử dụng tiếp cho bước sau là FAC 1, FAC 2, FAC 3, FAC 4, FAC 5 và FAC 6, tập hợp trong bảng 5.

Tiếp theo, tại bước 6, nhóm tác giả thực hiện hồi quy các FAC1 đến FAC6 với biến phụ thuộc là lòng

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

Bảng 5: Danh sách nhóm nhân tố và thang đo thành phần về nhu cầu thông tin của SV

| Ký hiệu nhóm | Thang đo thành phần | Nội dung phản ánh |
|--------------|--|---|
| FAC 1 | CT1, CT2, CT3, CT4, CT5, CT6, CT7, CT8, CT9 | Chương trình đào tạo |
| FAC 2 | KQ1, KQ2, KQ3, KQ4, KQ5, KQ6, KQ7, KQ8, KQ9 | Kết quả đào tạo, NCKH |
| FAC 3 | CSVC1, CSVC2, CSVC3, CSVC4, CSVC5, CSVC6, CSVC7, CSVC8 | CSVC phục vụ đào tạo |
| FAC 4 | CSVC9, CSVC10, CSVC11, CSVC12, CSVC13, CSVC14, CSVC15 | CSVC phục vụ đời sống văn hóa, thể thao |
| FAC 5 | KP1, KP2, KP3, KP4 | Học phí, kinh phí, hỗ trợ khác |
| FAC 6 | CB1, CB2, CB3, CB4 | Đội ngũ CBGV |

Nguồn: Nghiên cứu của nhóm tác giả

trung thành. Các giá trị -2 Loglikelihood, Cox & Snell R square và Nagelkerke R square đều cho thấy mô hình hợp lý, thỏa mãn các tiêu chuẩn thống kê. Kết quả ước lượng trình bày tại bảng 6.

các nhóm còn lại đều tương quan dương với lòng trung thành, cho thấy khi nhu cầu tìm hiểu thông tin về Chương trình đào tạo, Kết quả đào tạo và NCKH, Cơ sở vật chất phục vụ đời sống, Kinh phí và hỗ trợ

Bảng 6: Kết quả kiểm định ảnh hưởng của nhu cầu thông tin tới lòng trung thành của SV

| Nhóm nhân tố | B | S.E. | Wald | Df | Sig. | Exp(B) |
|--------------|--------|-------|---------|----|-------|--------|
| FAC1 | 0,226 | 0,077 | 8,699 | 1 | 0,003 | 1,253 |
| FAC2 | 0,182 | 0,080 | 5,129 | 1 | 0,024 | 1,200 |
| FAC3 | -0,084 | 0,081 | 1,053 | 1 | 0,305 | 0,920 |
| FAC4 | 0,183 | 0,081 | 5,178 | 1 | 0,023 | 1,201 |
| FAC5 | 0,058 | 0,078 | 0,554 | 1 | 0,057 | 1,060 |
| FAC6 | 0,170 | 0,081 | 4,432 | 1 | 0,035 | 1,185 |
| Hằng số | 1,340 | 0,083 | 261,380 | 1 | 0,000 | 3,821 |

Nguồn: Nghiên cứu của nhóm tác giả

Ngoại trừ nhóm nhân tố thứ ba về cơ sở vật chất trực tiếp phục vụ đào tạo không có ý nghĩa thống kê,

khác, Đội ngũ CBGV được đáp ứng, các SV có xu hướng trung thành hơn với trường ĐH. Điều này

phù hợp với logic lý thuyết về “phát tín hiệu” của Spence (1973) và các kết quả ghi nhận tác dụng tích cực của hoạt động truyền thông tại trường ĐH (Chapman, 1981; Burns, 2006; Joseph, 2010).

5. Kết luận

Tổng hợp kết quả nghiên cứu từ bước 1 đến bước 6, nhóm tác giả nhận thấy đang tồn tại tình trạng bất cân xứng thông tin giữa các trường ĐH tại Việt Nam với SV - nhóm đối tượng phục vụ chính của nhà trường. Biểu hiện nổi bật là: (1) trường ĐH chưa chủ động cung cấp một số thông tin mà SV quan tâm; (2) Nhiều thông tin SV quan tâm, trường ĐH đã cung cấp nhưng “không đến đích” nên SV vẫn không biết đến. Từ đó, một bộ phận SV không hài lòng và không trung thành với trường ĐH.

Để khắc phục tình trạng đó, trường ĐH tại Việt Nam nên thực hiện đồng bộ một số giải pháp sau: (1) Quan tâm đúng mức, nhìn nhận một cách nghiêm túc về việc cung cấp thông tin tới thị trường, nên coi SV hiện tại là “khách hàng” tiềm năng trong tương lai, là “sứ giả” để quảng bá, giới thiệu cho các đối tượng khác, từ đó cung cấp thông tin phong phú hơn, “trúng đích” hơn, theo sát nhu cầu của SV. (2) Căn cứ vào điều kiện nguồn lực cụ thể của trường để thiết lập thứ tự ưu tiên và cách thức truyền tin phù hợp. Trong đó, cần lưu ý nhấn mạnh, làm rõ về chuẩn đầu ra; Nội dung chi tiết các môn học trong chương trình; Cách thức tổ chức đánh giá kết quả từng kỳ và toàn khóa. Công khai các khoản học phí, kinh phí đào tạo, dịch vụ hỗ trợ khác. Quảng bá về kết quả việc làm sau khi tốt nghiệp, kết quả đào tạo chi tiết với từng ngành/hệ. Thông tin rộng rãi, đầy đủ về đội ngũ cán bộ, giảng viên, đặc biệt là năng lực, sở trường của mỗi người. Cuối cùng, truyền thông đầy đủ về cơ sở vật chất phục vụ trực tiếp cho học tập và các khu vực hỗ trợ khác như thư viện, phòng y tế, cửa hàng sách, canteen, phòng tự học, kí túc xá. (3) Thành lập phòng/ban chuyên trách về truyền thông và quản lý website để phụ trách việc tập hợp và truyền tin

chính thức của trường. Hình thành đội ngũ cán bộ quản lý các kênh thông tin trên internet của đơn vị (website, Facebook, email...) để đảm bảo việc cung cấp thông tin đầy đủ, nhanh chóng. Trong đó, tích cực khai thác thông tin đã có trong Ba công khai và các báo cáo tổng kết khác để cập nhật lên website cấp 2, Facebook đơn vị, bản tin nội bộ, email, account của SV... đồng thời tăng cường sự tương tác, trao đổi, giải đáp với SV nhằm mục tiêu “truyền tin tới đích”. (4) Điều chỉnh website theo hướng thân thiện, dễ tra cứu. Tích hợp cơ sở dữ liệu dùng chung giữa các đơn vị, phòng/ban. Hình thành hệ thống email theo tên miền của trường ĐH cho học viên, cán bộ giảng viên, từ đó tạo các group lớp, khóa, hệ... dựa trên nền tảng office 365 và khai thác triệt để hệ thống đó trong việc truyền tin chính thức của nhà trường, đơn vị, giảng viên... Đặc biệt, với account của SV cần thiết kể các mục thông tin, các bộ văn bản/dữ liệu “cứng” cần thiết cho SV trong cả một khóa học cùng với các mục thông tin cập nhật theo thời gian thực để tăng tính chủ động, tiếp cận thông tin đủ/đúng của SV, đồng thời giảm nhân lực tư vấn, giải đáp thông tin.◆

Tài liệu tham khảo:

1. Absher, K. & Crawford, G. (1996), *Marketing the community college starts with understanding students' perspectives*, Community College Review, 23(4), 59-67.
2. Akerlof (1970), *The market for 'lemons': Qualitative uncertainty and the market mechanism*, Quarterly Journal of Economics, 84, 488-500.
3. Burns, M. J. (2006), *Factors influencing the college choice of african-american students admitted to the college of agriculture, food and natural resources*, A Thesis presented to the Faculty of the Graduate School. University of Missouri-Columbia.
4. Chapman, D. W. (1981), *A model of student college choice*, The Journal of Higher Education, 52(5), 490-505.

5. Ford, J. B, Joseph, M. & Joseph, B. (1999), *Importance-performance analysis as a strategic tool for service marketers: The case of service quality perceptions of business students in New Zealand and the USA*, The Journal of Services Marketing, 13(2), 171-186.

6. Franck, E., & Schönfelder, B. (2000), *On the role of competition in higher education - Uses and abuses of the economic metaphor*, Schmalenbach Business Review, 52(3), 214-237.

7. Huỳnh Thị Kim Quyên (2006), *Các yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng bột dinh dưỡng trẻ em*, Luận văn Thạc sĩ, Đại học Bách Khoa Tp. HCM.

8. Ismail, N. (2009), *Mediating effect of information satisfaction on college choice*, Paper presented in Oxford Business & Economics Conference Program. UK.

9. Keling, S. B. A. Krishnan, A. Nurtjahja, O. (2007), *Evaluative criteria for selection of private universities and colleges in Malaysia*, Journal of International Management Studies, 2(1), 1-11.

10. McPherson, M. S., Schapiro, M. O., & Winston, G. C. (1993), *Productivity, incentives, and financing in U.S. higher education*, Paying the piper, 3-13.

11. Joseph, S. K. M. (2010), *Institutional Factors Influencing Students' College Choice Decision in Malaysia: A Conceptual Framework*. International Journal of Business and Social Science, Vol. 1(3), 53 - 58.

12. Nguyễn Thị Minh, Hoàng Bích Phương (2012), *The impact of asymmetric information in Vietnam's health insurance*, Journal of Economics & Development, 14 (3), 5-21.

13. Nguyễn Thị Minh, Trịnh Trọng Anh, Nguyễn Hồng Nhật, Vũ Thị Bích Ngọc và Lâm Văn Sơn (2014), *Tác động của sở hữu nhà nước lên thông tin*

bất đối xứng trên tại các công ty niêm yết. Trường hợp sàn giao dịch chứng khoán Hồ Chí Minh, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, số 202, 60-67.

14. Nguyễn Quỳnh Mai và cộng sự (2016), *Xây dựng phần mềm quản lý hoạt động nghiên cứu khoa học của giảng viên các trường đại học khối kinh tế và quản trị kinh doanh*. Áp dụng tại ĐH KTQD, Đề tài cấp trường, mã số KTQD/V16.42.

15. Nguyễn Thanh Tuấn (2014), *Nghiên cứu xây dựng mô hình quản lý toàn diện trường đại học URP, ứng dụng trong các trường đại học tại Việt Nam, thử nghiệm tại trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế*, Luận án tiến sĩ kinh tế, ĐH Kinh tế Quốc dân.

Summary

The paper focuses on analyzing the information asymmetry between universities in Vietnam and the regular university students and its consequences. Basing on data collected from 927 questionnaires for students in five universities and applying MMR (Moderated Multiple Regression), element analysis, and Binary Logistic, the researchers noticed the outstanding features of the information asymmetry between the universities and the students including (1) The universities have yet provided the information in which the students are interested; (2) The universities have provided some information of student interest which does not reach the goal; as a result, students are not aware of this information, and one part of students are not satisfied and loyal to the universities.