

## GIÁ TRỊ CẢM NHẬN & CHẤT LƯỢNG SỐNG SINH VIÊN. NGHIÊN CỨU SINH VIÊN CHUYÊN NGÀNH KINH TẾ TẠI TP HCM.

ThS. Lê Thị Thanh Hà

*Trường ĐH Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM*

### TÓM TẮT

Bài viết này nghiên cứu về chất lượng cuộc sống sinh viên đại học chính quy ngành Kinh tế tại TP. HCM. Nghiên cứu này tập trung vào mối quan hệ giữa giá trị cảm nhận và chất lượng sống sinh viên ngành kinh tế, khám phá các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng sống sinh viên, từ đó đưa ra hàm ý chính sách cho các nhà quản trị giáo dục. Với thu gom mẫu thuận tiện 684 sinh viên từ 5 trường Đại học tại TP. HCM, kết quả phân tích cho thấy các yếu tố giá trị hình ảnh, giá trị xã hội, giá trị chức năng và giá trị tri thức có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng sống sinh viên.

**Từ khóa:** Giá trị cảm nhận, chất lượng cuộc sống, sinh viên ngành Kinh Tế

### ABSTRACT

In this article, the author examines Quality of College life among business students in Ho Chi Minh City. Drawing upon relevant literature, we developed a succinct research model that identifies key stimuli and inhibitors of Quality of students life. This study gathered survey data from a convenience sample of 684 business students in Ho Chi Minh City, and then validated measures of 6 constructs: Quality of College Life, Functional Value, Epistemic Value, Image, Emotional Value and Social Value. The relationships among the constructs were estimated by SPSS software. The results demonstrate that Image, Social Value, Epistemic Value and Functional Value have statistically significant positive impacts on students' perceived Quality of College Life. These findings suggest that universities could enhance the Quality of College Life.

### 1. GIỚI THIỆU

Theo Hiệp định GATS ngày 01-01-2009 là thời điểm Việt Nam bắt đầu mở cửa hoàn toàn cho các cơ sở giáo dục đại học có 100% vốn nước ngoài hoạt động trong nước, đánh dấu một cột mốc trong quá trình hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng trên mọi lĩnh vực của Việt Nam. Cơ hội đang mở ra rất lớn cho nền giáo dục đại học nước nhà. Tuy nhiên, song song với cơ hội là những thách thức không nhỏ.

Với chủ trương xã hội hóa giáo dục-đào tạo của Nhà Nước, tính cạnh tranh của môi trường giáo dục đại học vì thế ngày càng gay gắt. Nếu các trường đại học xem sinh viên là đối tượng phục vụ được cung cấp một dịch vụ đặc biệt là dịch vụ đào tạo thì sinh viên là khách hàng mà ban quản trị các trường đại học cần lắng nghe sự cảm nhận của sinh. Việc xem sinh viên như là một khách hàng góp phần giúp sinh viên quan tâm đến việc học của mình, có thể dẫn tới những nỗ lực học tập, gia tăng sự tập trung nghe giảng (Barnett 2011), từ đó nâng cao chất lượng đầu ra sinh viên. Chất lượng sống sinh viên xem như thành tích cá nhân đạt được trong một môi trường cụ thể (Gerson 1976, theo Elizabeth 1996) nghĩa là nếu xác định được chất lượng sống sinh viên có thể tiết lộ liệu họ có đạt được những mục tiêu trong môi trường hiện tại hay không?

Trong môi trường cạnh tranh hiện nay, việc cung cấp sản phẩm/dịch vụ có giá trị gia tăng đã trở thành một yếu tố quan trọng của sự thành công, khi mà giá trị cảm nhận là một yếu tố giữ chân khách hàng (Gassen-Heimer & ctg 1998, theo LeBlanc & Nguyen). Nghiên cứu của LeBlanc & Nguyen (1999) cho thấy giá trị cảm nhận của sinh viên về dịch vụ đào tạo là quan trọng cho các nhà quản trị của các trường đại học. Những kiến thức, kinh nghiệm học tập, giá trị học tập, học phí, xã hội, tính thiết thực của bằng tốt nghiệp là những cảm nhận của sinh viên phần nào ảnh hưởng đến chất lượng sống của sinh viên. Với sinh viên, 4 năm theo học tại trường họ sẽ như một

khách hàng thường xuyên mua dịch vụ từ nhà trường. Điều họ mong đợi chính là khi ra trường, với tấm bằng trên tay họ sẽ tìm được công việc tốt và những cơ hội thăng tiến nghề nghiệp. Bản khoăn, lo lắng và trăn trở cho tương lai của mình, mỗi sinh viên sẽ gặp không ít nhiều những khó khăn khi theo học tại trường. Sirgy & ctg (2007) đã xây dựng thang đo chất lượng sống cho các sinh viên. Với sinh viên có chất lượng sống càng cao, họ cảm thấy tự tin hơn khi xác định bản thân, hình ảnh họ (Bhattacharya & Sen 2003; Brewer 1991, theo Hassan 2011), nghĩa là với sinh viên có chất lượng sống cao, họ sẽ tự tin vào bản thân mình hơn, từ đó giúp họ vững bước vào cuộc sống, gạt hái nhiều thành công hơn.

## 2. PHƯƠNG PHÁP VÀ DỮ LIỆU NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết của nghiên cứu này dựa vào lý thuyết về giá trị cảm nhận, mối quan hệ giữa giá trị cảm nhận và chất lượng cuộc sống, tác động của giá trị cảm nhận đến chất lượng cuộc sống của sinh viên và các mô hình nghiên cứu chất lượng cuộc sống của sinh viên. Trong đó, tác giả tập trung vào mô hình giá trị cảm nhận của LeBlanc & Nguyen (1999) và chất lượng cuộc sống sinh viên của Nguyễn & ctg (2011). Đây cũng là cơ sở lý luận chính mà tác giả đã áp dụng thực hiện nghiên cứu này. Từ mô hình dự kiến của đề tài, tác giả xây dựng phương trình hồi quy dự kiến của nghiên cứu như sau:

$$QOCL = \beta_0 + \beta_1 * FVS + \beta_2 * EPS + \beta_3 * IMV + \beta_4 * EMV + \beta_5 * FVP + \beta_6 * SOV + \varepsilon_i \quad (1)$$

Trong đó, QOCL là chất lượng sống của sinh viên; FVS là Giá trị chức năng (tính thiết thực của bằng cấp); EPS là Giá trị tri thức; IMV là Giá trị hình ảnh; EMV là Giá trị cảm xúc; FVP là Giá trị chức năng (chi phí/chất lượng); SOV là Giá trị xã hội;  $\beta_0$  là hằng số hồi quy;  $\varepsilon_i$  là sai số thống kê.

Nghiên cứu được tiến hành thông qua 2 giai đoạn chính: (1) Nghiên cứu định tính nhằm xây dựng bảng câu hỏi khảo sát; (2) Nghiên cứu định lượng nhằm thu thập và phân tích dữ liệu khảo sát, kiểm định mô hình nghiên cứu. Sau nhiều lần hiệu chỉnh bảng câu hỏi tác giả đưa bảng câu hỏi chính thức vào khảo sát định lượng với các tiêu chí như sau:

**Bảng 1: Các tiêu chí khảo sát chính thức**

TT	Mã hóa	Các tiêu chí	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Trung lập	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1	FVS1	Tìm được việc làm có mức lương cao	1	2	3	4	5
2	FVS2	Đạt những mục tiêu nghề nghiệp	1	2	3	4	5
3	FVS3	Giúp thăng tiến trong nghề nghiệp	1	2	3	4	5
4	FVS4	Sự đầu tư hiệu quả cho nghề nghiệp tương lai	1	2	3	4	5
5	EPS1	GV cung cấp kiến thức hữu ích	1	2	3	4	5
6	EPS2	Chương trình học sát với thực tế	1	2	3	4	5
7	EPS3	Chương trình học mở rộng vốn kiến thức	1	2	3	4	5
8	EPS4	Các phong trào học tập giúp nâng vốn kiến thức	1	2	3	4	5
9	EPS5	Những chỉ dẫn từ GV có ảnh hưởng đến kiến thức mà tôi nhận được	1	2	3	4	5
10	EPS6	Học được nhiều điều mới lạ từ chương trình học	1	2	3	4	5
11	IMV1	Nghe rất nhiều thông tin tích cực về trường X	1	2	3	4	5
12	IMV2	Danh tiếng của trường X giúp nâng cao giá	1	2	3	4	5

		trị bằng tốt nghiệp					
13	IMV3	Thương hiệu của trường ảnh hưởng đến giá trị bằng tốt nghiệp	1	2	3	4	5
14	IMV4	SV trường X được đánh giá cao khi xin việc	1	2	3	4	5
15	IMV5	Hình ảnh tốt đẹp của trường X giúp SV dễ dàng tiếp cận nhà tuyển dụng	1	2	3	4	5
16	IMV6	Các DN luôn ưu tiên tuyển dụng SV trường X	1	2	3	4	5
17	EMV1	Tự hào về trường X	1	2	3	4	5
18	EMV2	Rất vui vì đã chọn ngành kinh tế của trường X	1	2	3	4	5
19	EMV3	Những trải nghiệm tại trường X rất thú vị	1	2	3	4	5
20	FVP1	Chi phí học tập tương xứng với dịch vụ đào tạo	1	2	3	4	5
21	FVP2	Tỷ lệ học phí/chất lượng là cân đối	1	2	3	4	5
22	FVP3	Trường X có chất lượng đào tạo tốt	1	2	3	4	5
23	SOV1	Rất vui vì có nhiều bạn bè trong lớp	1	2	3	4	5
24	SOV2	Khóa học thú vị vì có nhiều bạn bè từ các vùng miền khác nhau	1	2	3	4	5
25	SOV3	Học tập nhóm giúp nâng cao kỹ năng làm việc nhóm	1	2	3	4	5
26	SOV4	Các hoạt động xã hội giúp SV vui	1	2	3	4	5
27	QOCL1	Hoàn toàn hài lòng với việc học tại trường X	1	2	3	4	5
28	QOCL2	Được học tại trường X là một trải nghiệm tuyệt vời	1	2	3	4	5
29	QOCL3	Chất lượng sống SV trường X là rất cao	1	2	3	4	5

*Nguồn: Tác giả phân tích sau khi nghiên cứu định tính.*

800 bảng câu hỏi được phát đến các sinh viên tại 5 trường đại học: Kinh Tế TP HCM, Ngoại Thương TP HCM, Ngân Hàng, Công Nghiệp và Hàng Không. Sau khi thu về hơn 700 bảng, loại bỏ những bảng không đạt yêu cầu, tác giả có được mẫu là 684. Tác giả sử dụng SPSS 13.0 để phân tích dữ liệu.

### 3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

#### 3.1. Kết quả thống kê mô tả

Trong 684 sinh viên trả lời hợp lệ này, tỷ lệ:

- Về giới tính: có sự chênh lệch khá lớn giữa tỷ lệ nam và nữ, trong mẫu có nữ là 490 chiếm 71,6%, nam là 194 chiếm 28,4%.
- Về trường đại học: nhiều nhất là sinh viên trường Ngoại Thương TP HCM với 203 sinh viên chiếm tỷ lệ 29,7%, kế tiếp là trường Kinh Tế TP HCM với 181 sinh viên chiếm tỷ lệ 26,5%, tiếp theo là 2 trường Học viên Hàng Không (132, chiếm 19,3%) và Công Nghiệp (102, tỷ lệ 14,9%) là gần tương đương nhau, thấp nhất là đại học Ngân Hàng có 66 chiếm 9,6%.
- Về năm học: sinh viên năm thứ nhất chiếm tỷ lệ cao nhất 35,7% tương đương 244 sinh viên, tiếp theo là sinh viên năm 3 chiếm 29,1% tương đương 199 sinh viên, sinh viên năm thứ 2 (111 sinh viên, chiếm 16,2%) và năm cuối (130 sinh viên, chiếm 19%) tỷ lệ chênh lệch khá thấp.
- Về ngành học: ngành quản trị kinh doanh (250 sinh viên, chiếm 36,5%) và kinh tế đối ngoại (203 sinh viên chiếm 29,7%) là 2 ngành chiếm tỷ lệ cao trong mẫu khảo sát, kế tiếp là ngành ngân hàng với 108 sinh viên tương đương 15,8%, 3 ngành còn lại chiếm tỷ lệ khá thấp

là kế toán-kiểm toán 8,2% tương đương 56 sinh viên, kinh doanh quốc tế 39 sinh viên chiếm 5,7%, còn lại là tài chính doanh nghiệp 28 sinh viên chiếm 4,1%.

### 3.2. Phân tích hồi quy

Sau khi phân tích Cronbach's Alpha và EFA, năm nhân tố của thang đo giá trị cảm nhận được đưa vào xem xét sự ảnh hưởng đến chất lượng sống sinh viên ngành kinh tế tại các trường đại học trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh bằng phương pháp Enter. Kết quả hồi quy cho thấy R2 hiệu chỉnh bằng 0,42 (mô hình giải thích được 42% của biến chất lượng sống sinh viên) và mô hình phù hợp với dữ liệu ở độ tin cậy 95% .

**Bảng 4: Kết quả phân tích hồi quy các nhân tố tác động đến chất lượng sống SV**

Biến (nhân tố)	β	t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
Hằng số		-.325	.745		
IMV	,273	7,990	,000	,726	1,377
EPS	,099	2,597	,010	,580	1,725
SOV	,202	5,933	,000	,730	1,370
FVP	,271	8,335	,000	,802	1,247
FVS	,094	2,658	,008	,675	1,482

*Nguồn: Kết quả tính toán của của tác giả.*

Qua bảng 4 khi xét giá trị Sig. của giá trị hình ảnh IMV, giá trị tri thức EPS, giá trị xã hội SOV, giá trị chức năng (tính thiết thực của bằng cấp) FVS và giá trị chức năng (chi phí và chất lượng) FVP cho thấy tất cả đều tác động dương đến chất lượng sống sinh viên. Hệ số phóng đại phương sai VIF (Variance Inflation Factor) của các biến độc lập đều nhỏ hơn 2 nên không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra. Phương trình hồi quy tuyến tính được thể hiện như sau:

$$QOL = 0.273IMV + 0.099EPS + 0.202SOV + 0.271FVP + 0.094FVS$$

Trong năm nhân tố giá trị cảm nhận, ba nhân tố có tác động mạnh đến chất lượng sống là giá trị hình ảnh, giá trị xã hội và giá trị chức năng (chi phí/chất lượng). Nghĩa là cảm nhận của sinh viên về hình ảnh trường tăng, về giá trị xã hội trường mang đến tăng hay giá trị chức năng tăng thì chất lượng sống sinh viên tăng (khi xét sự thay đổi của 1 yếu tố thì các yếu tố khác được tác giả định là không đổi). Như vậy giả thuyết được chấp nhận, 5 nhân tố giá trị cảm nhận đều ảnh hưởng dương đến chất lượng sống sinh viên.

### 4. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu cũng đóng góp một phần có ý nghĩa việc áp dụng mô hình giá trị cảm nhận ảnh hưởng đến chất lượng sống của sinh viên ngành kinh tế tại Việt Nam. Từ kết quả nghiên cứu, các nhà quản trị giáo dục sử dụng để nâng cao chất lượng sống sinh viên thông qua giá trị cảm nhận.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

- [1]. LeBlanc & Nguyen (1999), *Listening to the customers voice: examining perceived service value among bussiness college students*, The International Journal of Educational Management, 13(4), pp 187-198.3.
- [2]. Nguyen et al. (2011): Psychological Hardiness in Learning and Quality of College Life of Business Students: Evidence from Vietnam, Journal of Happiness Studies (20 November 2011), pp.13.