

Các yếu tố ảnh hưởng quyết định của sinh viên chọn ngành quản trị khách sạn Trường Cao đẳng Kinh tế Đối ngoại

NGUYỄN TẤN DANH *

Trường Cao đẳng Kinh tế Đối ngoại

Nhận bài: 12/07/2022 - Duyệt đăng: 15/10/2022

(*) Liên hệ: ntdanh@cofer.edu.vn; ĐT: 0907.972.667

Tóm tắt:

Mục tiêu chính của nghiên cứu nhằm phân tích, đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn ngành học Quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường Cao đẳng Kinh tế Đối ngoại (Trường CDKTĐN). Nghiên cứu được thực hiện bằng phương pháp khảo sát trực tiếp 350 sinh viên đang học ngành quản trị khách sạn tại Trường CDKTĐN thông qua bảng câu hỏi, vận dụng phương pháp kiểm tra độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích mô hình hồi quy tuyến tính thông qua phần mềm phân tích dữ liệu SPSS 20.0. Kết quả nghiên cứu cho thấy ba yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn ngành học Quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CDKTĐN là Đặc điểm Trường CDKTĐN; Đặc điểm cá nhân và Đặc điểm nghề nghiệp. Trong đó, yếu tố Đặc điểm Trường CDKTĐN ảnh hưởng nhiều nhất và yếu tố Đặc điểm nghề nghiệp ảnh hưởng ít nhất. Từ đó, nghiên cứu đề xuất các giải pháp cần thực hiện để nhà trường thu hút người học cũng như sắp xếp lại ngành nghề đào tạo cho phù hợp.

Từ khóa: Quyết định chọn ngành học, ngành quản trị khách sạn, Trường Cao đẳng Kinh tế Đối ngoại.

Abstract:

The main objective of the study was to measure the factors affecting the choice of hospitality management major of students at the College of Foreign Economic Relations (COFER). 350 students of COFER were interviewed directly by questionnaires. The Cronbach's Alpha reliability test, the Exploratory Factor Analysis (EFA), and the multiple regression model were applied in the article through the statistical analysis software SPSS 20.0. The results showed that there are three main components influencing the choice of hospitality management major of students at COFER, arranged by the descending importance including "COFER characteristics", "Personal characteristics", and "Occupational characteristics". Thence, propose solutions to be implemented for the school to attract learners as well as rearrange the training profession accordingly.

Keywords: Decided to choose a major, hospitality management major, College of Foreign Economic Relations.

1. Đặt vấn đề

Ngành quản trị khách sạn là ngành học không còn mới mẻ ở VN và với tốc độ phát triển nhanh chóng của ngành du lịch hiện nay cùng với việc xuất hiện ngày càng nhiều các khách sạn, khu nghỉ dưỡng tại các vùng du

lich trọng điểm hứa hẹn sẽ mang đến nhiều cơ hội việc làm hấp dẫn cho sinh viên ngành quản trị khách sạn khi ra trường. Tuy nhiên, sự hiểu biết của người học về ngành này còn tương đối thấp và nhiều sinh viên còn không biết thực sự học ngành này thì

khi ra trường sẽ làm công việc cụ thể gì, ở những tổ chức nào, bản chất của ngành học này ra sao... Chính vì vậy mà các cơ sở giáo dục phải có những hoạt động cụ thể nhằm gia tăng nhận thức về ngành cũng như tư vấn nghề nghiệp để người học lựa

chọn ngành học phù hợp.

Nghiên cứu này với mục đích phân tích, đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn ngành quản trị khách sạn của sinh viên Trường CĐKTĐN và đề xuất các giải pháp cần thực hiện để nhà trường thu hút người học cũng như sắp xếp lại ngành nghề đào tạo cho phù hợp trong thời gian tới.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Lý thuyết lựa chọn

Lý thuyết lựa chọn hay quyết định lựa chọn có thể được tiếp cận theo các quan điểm khác nhau. Tùy theo quan điểm của các nhà kinh tế, xã hội học, hay tâm lý học mà có cách biện luận riêng, có thể tóm tắt ngắn gọn như sau:

Thứ nhất, theo quan điểm của các nhà kinh tế học, hành vi lựa chọn của con người nói chung bị ảnh hưởng bởi “động cơ đồng tiền” (Crossman, 2010). Điều này có nghĩa là họ luôn quan tâm đến các cơ hội để gia tăng lợi nhuận, luôn cân nhắc để so sánh chi phí và lợi ích trước mỗi quyết định lựa chọn. Vì nguồn lực là khan hiếm, do vậy cơ người cần sử dụng nguồn lực đó để sản xuất, phân phối và sử dụng hàng hóa, dịch vụ thật hiệu quả.

Theo lý thuyết này, mỗi cá nhân là nhà đầu tư. Họ đầu tư vào giáo dục đại học để tìm kiếm, hy vọng được lợi ích cao hơn sau những năm học tập. Theo Becker (1993), sự đầu tư vào con người bao gồm đào tạo phổ cập trong nhà trường và đào tạo chuyên môn trong quá trình làm việc. Lý thuyết đầu tư con người dựa trên lý thuyết mong đợi và lựa chọn hợp lý. Mỗi cá nhân khi lựa chọn giáo dục đại học đều dựa trên

những so sánh về lợi ích mong đợi và chi phí học tập ở bậc đại học (Baker, 1962). Như vậy, các yếu tố liên quan đến chi phí thực sự là vấn đề họ quan tâm nhất khi quyết định lựa chọn trường đại học.

Thứ hai, theo quan điểm của các nhà xã hội học, Friedman và Hechter (1988) cho rằng: Các cá nhân khi quyết định đều có chủ ý và mục đích riêng, họ luôn cân nhắc để thu được lợi ích cao nhất. Hành vi ra quyết định lựa chọn của một cá nhân nào đó xảy ra khi họ quan tâm đến hai yếu tố là “chi phí” và “thưởng”. Giá trị của giải thưởng đóng vai trò quan trọng trong việc có hay không thực hiện hành vi. Nếu cá nhân cảm nhận được hành vi sẽ được khen thưởng, ủng hộ hoặc đồng hành thì họ sẽ có xu hướng hành động. Ngược lại, sự xử phạt không mang lại hiệu quả và có giá trị tác động âm.

Bourdieu (1986) đã đề cập đến khái niệm “vốn văn hóa” được hiểu là kiến thức, hành vi và nhân cách của một cá nhân, có thể được thừa kế từ bố mẹ hoặc thông qua học hỏi, sau đó dần dần hình thành đặc điểm riêng của mỗi người và phát triển hình thành nên thói quen hay tập tính của mỗi người. Vốn xã hội là một “mạng lưới lâu bền bao gồm các mối quan hệ quen biết nhau và nhận ra nhau, ít nhiều đã định chế hóa” và “khối lượng vốn xã hội của một tác nhân cụ thể nào đó phụ thuộc vào mức độ liên hệ rộng hay hẹp mà cá nhân có thể huy động được trong thực tế, và dựa vào khối lượng vốn của từng người mà cá nhân có tương tác”. Nghĩa là khi quyết định lựa chọn, con người thường

chịu ảnh hưởng của các tác nhân xung quanh hoặc đặc điểm riêng của mỗi người. Vì mỗi người có mạng lưới xã hội riêng (rộng hay hẹp) hay mức độ tác động nhiều hay ít, do vậy các quyết định có thể xảy ra hay không, quyết định cũng có thể đúng hoặc sai nhưng đều thể hiện khát vọng và nhận thức riêng về môi trường xung quanh mà họ tự đánh giá và lựa chọn (Bourdieu & Passeron, 1990). Như vậy, quyết định lựa chọn trường đại học của mỗi cá nhân sẽ được dựa trên những nhận thức riêng của mỗi người như đặc điểm vốn có của họ (sở thích, khả năng, phong cách, năng lực,...) và những tác động từ mạng lưới quan hệ xung quanh của cá nhân như: lời khuyên của bố mẹ, ông bà, sự ủng hộ tán dương của những người xung quanh quan trọng,...

Lý thuyết về sự lựa chọn hợp lý (Blau, 1964 & Coleman, 1973) là lý thuyết xây dựng dựa trên cả quan điểm kinh tế học và xã hội học. Với giả định rằng một cá nhân hoặc tổ chức có các lựa chọn thay thế có sẵn cho phép họ lựa chọn một lựa chọn được coi là tối ưu nhất. Có thể mô hình hóa như sau:

$$\text{Utility} = U(a_1, a_2, a_3, \dots, a_j)$$

Trong đó: Utility là lợi ích.

$a_1, a_2, a_3, \dots, a_j$ là các phương án có thể lựa chọn thay thế lẫn nhau.

Phương án tối ưu được lựa chọn trên cơ sở giả định cá nhân có đầy đủ thông tin và họ cũng ưu tiên những phương án họ “thích” hoặc phù hợp hơn với nhu cầu của họ. Homans (1961) cũng đã diễn đạt theo kiểu toán học như sau: khi lựa chọn trong số các hành động có thể có, cá

nhân sẽ lựa chọn cách nào sao cho tích của xác suất thành công của hành động đó với giá trị mà phần thưởng của hành động đó là lớn nhất ($C = [P * V] = \text{Max}$).

Thứ ba, theo quan điểm của các nhà tâm lý học thì cho rằng con người dường như có những nhu cầu giống nhau, và mỗi cá nhân có nhiều cách khác nhau để thỏa mãn những nhu cầu đó. Ngay từ khi mới sinh ra đời, con người đã có những hoàn cảnh đặc biệt, có thể là đau buồn hoặc hạnh phúc. Do có những khác biệt đó, nên họ phải tìm cách để thỏa mãn các nhu cầu cá nhân. Vì những khác biệt trong nhận thức và kinh nghiệm nên mỗi người lại có những ý tưởng, kiến thức và hành động khác nhau để thỏa mãn những nhu cầu đó của mình. Những hành vi nhằm thỏa mãn nhu cầu rất đa dạng và phong phú nhằm phù hợp với hoàn cảnh của mỗi người, chẳng hạn có những cá nhân sống rất tích cực và luôn hài lòng với mọi thứ, biết cách để làm cho cuộc sống tốt đẹp hơn và dường như kiểm soát được hầu hết các giai đoạn quan trọng của cuộc đời. Những nhận thức đó được phát triển thành hành vi về sự lựa chọn và mỗi cá nhân sẽ dựa vào học thuyết này để tìm ra các lựa chọn khác nhau để thỏa mãn những nhu cầu khác nhau.

Glasser (1998) là người phát triển lý thuyết lựa chọn trong lĩnh vực giáo dục. Ông khẳng định mọi hành vi đều có mục đích. Đó là nỗ lực tốt nhất vào từng thời điểm với những kiến thức và kỹ năng hiện tại để đáp ứng một hoặc nhiều hơn các nhu cầu cơ bản của con người. Những nhu cầu có thể tăng lên theo thời gian. Những nhu cầu này là động

lực chung để thúc đẩy mọi người hoạt động. Năm nhu cầu cơ bản của người học cần được các trường học đáp ứng gồm:

- + Sinh tồn (Physiological): nhu cầu sinh lý, trong đó bao gồm các nhu cầu thức ăn, chỗ ở, an toàn,...

- + Nhu cầu được giao lưu tình cảm (Love/ Belonging): nhu cầu được che chở, được tham gia vào nhóm cộng đồng nào đó, có bạn bè thân hữu, cần thiết lập các mối quan hệ thân thiết, kết nối xã hội.

- + Quyền lực (Power): nhu cầu được công nhận về thành tựu, được lắng nghe, được quý trọng.

- + Tự do (Freedom): nhu cầu được tự chủ, độc lập, tự quyết về mọi công việc.

- + Vui vẻ (Fun): nhu cầu được hưởng thụ bầu không khí vui vẻ, được chơi, được cười. Nhu cầu được vui để học tập, chơi cũng để học tập, học cũng để chơi.

Như vậy, quyết định lựa chọn ngành học của sinh viên thực chất là để thỏa mãn nhu cầu được học tập, sinh hoạt và trải nghiệm ở một trường đào tạo nào đó. Trường nào đáp ứng được càng nhiều nhu cầu của người học thì mức độ lựa chọn càng cao.

2.2. Lý thuyết về hành vi lựa chọn của người tiêu dùng và hành vi lựa chọn ngành học của sinh viên

Hành vi lựa chọn/ mua của người tiêu dùng đã trở thành đề tài nghiên cứu phổ biến trong nhiều lĩnh vực. Hành vi lựa chọn của người tiêu dùng được khai thác ở nhiều khía cạnh bao gồm các nghiên cứu về thái độ, hành động, phản ứng. Salomon và cộng sự (1995) cùng nhiều nhà nghiên cứu khác đồng quan

điểm khi cho rằng quyết định lựa chọn của người tiêu dùng là một quá trình lựa chọn, mua, sử dụng và đánh giá các sản phẩm (hàng hóa và dịch vụ) của cá nhân hoặc một nhóm người nhằm thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của họ. Theo tác giả Trần Minh Đạo (2012), hành vi mua của người tiêu dùng là toàn bộ hành động mà người tiêu dùng bộc lộ trong quá trình trao đổi sản phẩm. Nói cách khác, hành vi của người tiêu dùng là một quá trình ra quyết định từ việc nhận biết nhu cầu, đến tìm kiếm thông tin, đánh giá các phương án, quyết định mua và đánh giá sau khi mua.

Trong nghiên cứu về hành vi người tiêu dùng nói chung có 3 nhóm mô hình nghiên cứu gồm: mô hình kinh tế vi mô, mô hình cấu trúc và mô hình tiến trình hành vi. Mô hình kinh tế vi mô giả thuyết rằng người tiêu dùng sẽ tối đa lợi ích dựa trên các thuộc tính và các yếu tố liên quan ràng buộc như thời gian, tài chính,... Mô hình kinh tế vi mô dựa vào các lý thuyết cổ điển, những lý thuyết này chỉ áp dụng cho những sản phẩm đơn giản, khó áp dụng cho các sản phẩm tổng hợp như du lịch, giáo dục. Mô hình cấu trúc kiểm tra mối quan hệ giữa các yếu tố đầu vào (biến kích thích) và yếu tố đầu ra (kết quả phản ứng). Còn mô hình tiến trình hành vi thì kiểm tra các quyết định của mỗi cá nhân, tập trung vào quá trình nhận thức trước khi ra quyết định cuối cùng của người tiêu dùng. Comegys và cộng sự (2006) đã mô tả quá trình mua được chia thành 5 giai đoạn: nhận biết nhu cầu, tìm kiếm thông tin, đánh giá các phương án lựa chọn, quyết định

mua và đánh giá sau mua. Đây là mô hình thiên về nhận thức (Dubois, 2000), nghĩa là các giai đoạn của quyết định lựa chọn của người tiêu dùng chủ yếu diễn ra trong nhận thức.

Lý thuyết về hành vi lựa chọn của người tiêu dùng được vận dụng linh hoạt trong các tình huống nghiên cứu sau: hành vi chọn/ sử dụng một sản phẩm cụ thể; hành vi lựa chọn một doanh nghiệp, tổ chức (nhà cung cấp) hoặc một thương hiệu; hành vi lựa chọn điểm đến (theo học, làm việc, du lịch,...). Các hướng nghiên cứu về hành vi lựa chọn của người tiêu dùng hiện nay không chỉ giới hạn tìm hiểu về các hoạt động riêng lẻ, cụ thể của người tiêu dùng trong suốt quá trình quyết định lựa chọn mà còn mở rộng theo hướng tìm hiểu thái độ lựa chọn của người tiêu dùng (Roger, Paul, James, 1993). Ngày nay, ý định chọn của người tiêu dùng là một hướng nghiên cứu phổ biến và hữu ích trong việc dự đoán chính xác hành vi lựa chọn thực tế của người tiêu dùng.

Có nhiều cách hiểu khác nhau về ý định chọn của người tiêu dùng. Ý định chọn được mô tả là sự sẵn sàng của người tiêu dùng trong việc mua sản phẩm hay chỉ khả năng người đó có thể mua sản phẩm (Dodds và cộng sự, 1991); là thứ mà bạn muốn mua trong tương lai (Long và Ching, 2010); là một tình huống mà người tiêu dùng có xu hướng mua một sản phẩm nào đó trong một số điều kiện nhất định (Morinez và cộng sự, 2007). Ajzen (2002) cho rằng ý định hành động (lựa chọn) là hành động của con người được hướng dẫn với việc cân nhắc

ba yếu tố: niềm tin vào hành vi, niềm tin vào chuẩn mực và niềm tin vào sự kiểm soát. Các niềm tin này càng mạnh thì ý định hành động (lựa chọn) được hiểu là khả năng hay dự định thực hiện một hành động nào đó của con người.

Ajzen (1991) định nghĩa ý định là dấu hiệu cho thấy cách mọi người sẵn sàng để thử, hoặc làm thế nào để người tiêu dùng nỗ lực để phát huy kế hoạch, để thực hiện một hành vi. Ramayah (2010) cho rằng ý định là một quyết tâm hành động của một người theo một cách nhất định. Samin và cộng sự (2012) cho rằng: ý định tồn tại trong ý thức của mỗi người để thực hiện hành vi. Người ta tin rằng ý định chọn mạnh hơn dự định, nhiều khả năng các hành vi sẽ được thực hiện. Ý định lựa chọn là những nhân tố khuyến khích, ảnh hưởng đến hành vi, nó chỉ ra những nỗ lực mà con người muốn cố gắng, những nỗ lực đó thường có kế hoạch và hướng đến hành vi.

Như vậy, ý định lựa chọn của người tiêu dùng được xem xét dưới hai góc độ chính. Một là, ý định là sự sẵn sàng trong việc lựa chọn sản phẩm hoặc lựa chọn một tổ chức cung ứng. Hai là, ý định là khả năng hay dự định thực hiện một hành động nào đó của con người đến hành vi thực tế trong tương lai.

Có thể nói, sự lựa chọn của người tiêu dùng là một phần của ý định hành vi của họ và để hiểu về sự lựa chọn của sinh viên với tư cách là người tiêu dùng của các trường đào tạo thì có thể xem xét dựa trên lý thuyết ý định hành vi. Theo đó, quyết định lựa chọn ngành học của

sinh viên được hiểu là quá trình phức tạp và có nhiều giai đoạn trong đó một cá nhân phát triển từ nguyện vọng tiếp tục theo học ở bậc cao hơn sau khi tốt nghiệp THPT, cuối cùng là quyết định được xác lập bằng hành động cụ thể hướng đến chọn một ngành nghề tại một trường đào tạo nào đó để theo học (Hossler, Braxton & Coopersmith, 1989).

Cơ bản quyết định lựa chọn ngành nghề của sinh viên tại một cơ sở đào tạo có các đặc điểm sau đây:

+ Quyết định lựa chọn trường của sinh viên bắt nguồn từ rất sớm. Moogan và Baron (2003) cho rằng giai đoạn đầu tiên (nhận thức nhu cầu lựa chọn) có thể được bắt đầu từ ngưỡng năm cuối cấp THCS và kéo dài hết cả khoảng thời gian học THPT đến khi đăng ký dự tuyển vào một trường đại học cụ thể nào đó.

+ Quyết định của sinh viên không phải chỉ phản ánh hình ảnh cá nhân của họ tại thời điểm hiện tại mà còn cả tương lai liên quan đến nghề nghiệp, nơi cư trú và sự hài lòng cuộc sống.

+ Chi phí của quyết định liên quan đến cả hai chỉ tiêu của cá nhân và xã hội. Phần lớn các sinh viên đều không thể trang trải được chi phí học tập trung bình 3 đến 5 năm ở các trường đại học, cao đẳng. Mỗi gia đình thường phải dành khoản tiền tiết kiệm để chu toàn việc học cho con cái, đây thực chất là một khoản đầu tư.

+ Rủi ro mà cá nhân và xã hội khi đưa ra quyết định sai lầm là rất lớn. Thực tế, việc lựa chọn ngành nghề tại trường đại học, cao đẳng gặp nhiều rủi ro. Có không ít trường hợp sinh viên

chán nản ngay khi nhập học, cũng có thể là sau khi tốt nghiệp. Điều này gây lãng phí lớn và phải trả giá về nhiều mặt: thời gian, tiền bạc, tuổi trẻ, cơ hội nghề nghiệp, tương lai,...

+ Chịu áp lực của “nhóm tham khảo” rất mạnh vì vậy sinh viên phải nỗ lực để đáp ứng sự mong đợi của nhóm tham khảo. Sự kỳ vọng của ba mẹ, những người thân trong gia đình, bạn bè,... ảnh hưởng rất lớn đến quyết định lựa chọn ngành nghề của sinh viên. Trong nhiều trường hợp, nhóm tham khảo vẫn sẽ đưa ra các lời khuyên, thông tin, tư vấn, định hướng,...

Như vậy, quá trình lựa chọn sản phẩm hay tổ chức cung ứng dịch vụ tương đồng với quá trình lựa chọn ngành nghề tại một trường đại học, cao đẳng nói chung. Quá trình này diễn trong nhận thức và hành động. Phần diễn ra trong nhận thức là những ý định của quyết định. Thực tế là quyết định lựa chọn ngành nghề là một quá trình phức tạp, bao gồm nhiều giai đoạn. ở mỗi giai đoạn, người lựa chọn đóng các vai trò khác nhau từ sinh viên tiềm năng, sinh viên chính thức và tương ứng với các quyết định như quyết định có hay không đi học ở bậc cao hơn với ngành nghề đã lựa chọn, quyết định có đăng ký hồ sơ, nộp hồ sơ dự tuyển, nhập học hay không,...

Tóm lại, quyết định lựa chọn ngành nghề của sinh viên được hiểu là khả năng hay dự định thực hiện quyết định lựa chọn một ngành nghề nào đó tại một trường cao đẳng, đại học thể theo học, được nghiên cứu ở khía cạnh là ý định chọn một ngành nghề cụ thể tại một trường cao

đẳng, đại học để nộp hồ sơ dự tuyển và nhập học. Cụ thể trong nghiên cứu này là quyết định lựa chọn ngành quản trị khách sạn tại Trường CĐKTĐN của sinh viên.

2.3. Tổng quan nghiên cứu

Chapman (2008) đề xuất mô hình tổng quát gồm nhóm yếu tố: đặc điểm của gia đình và cá nhân, đặc điểm cố định của trường và nỗ lực giao tiếp của trường với học sinh. Đặc điểm cố định của trường bao gồm những yếu tố như học phí, vị trí, địa lý, chính sách hỗ trợ về học phí, môi trường ký túc xá. Trong nỗ lực giao tiếp của nhà trường đến học sinh, có sự cải thiện hình ảnh của trường thông qua các hoạt động giới thiệu, quảng bá hình ảnh đến học sinh, phát triển các chiến lược thu hút học sinh để lôi kéo sự quan tâm của họ.

Các nghiên cứu trong nước có liên quan đến đề tài nghiên cứu, Nguyễn Đình Sang (2020) xây dựng mô hình nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn ngành quản trị khách sạn của sinh viên Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang gồm: (1) Đặc điểm của bản thân sinh viên, (2) Đặc điểm của trường và ngành học, (3) Công tác tuyển sinh của trường, (4) Vị trí của trường, (5) cơ hội việc làm trong tương lai,

và (6) danh tiếng của trường.

Nghiên cứu của Trương Trí Thông (2019) xây dựng mô hình nghiên cứu về Đánh giá của sinh viên về các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định học ngành quản trị khách sạn Trường Cao đẳng Kiên Giang cho thấy có 04 nhân tố ảnh hưởng đến quyết định học ngành quản trị Khách sạn của sinh viên theo thứ tự giảm dần là: (1) Sở thích, năng lực cá nhân và cơ hội việc làm; (2) Danh tiếng trường học; (3) Lợi ích học tập; và (4) Chính sách hỗ trợ và cơ hội liên thông.

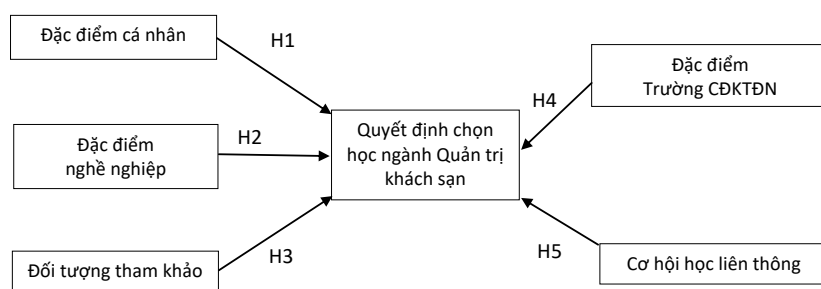
Từ các nghiên cứu trên, tác giả nhận thấy các mô hình nghiên cứu, phương pháp, nội dung, kết quả nghiên cứu trong các công trình đã đề cập đến lựa chọn trường học của sinh viên nói chung và lựa chọn ngành học nói riêng với nhiều yếu tố ảnh hưởng. Tuy nhiên, hiện tại vẫn chưa nghiên cứu nào phân tích đánh giá lựa chọn ngành học Quản trị khách sạn.

3. Mô hình nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

3.1. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên tham khảo cơ sở lý thuyết về Lý thuyết lựa chọn và Lý thuyết về hành vi lựa chọn ngành học của sinh viên và các công trình nghiên cứu có liên quan cũng như mục tiêu nghiên cứu của đề tài, tác giả đề xuất mô hình nghiên

Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên của Trường CĐKTĐN như Hình 1.

Các giả thuyết đặt ra cho mô hình nghiên cứu đề xuất cần được kiểm định:

H1: Đặc điểm cá nhân của người học có ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn tại Trường CĐKTĐN.

H2: Đặc điểm nghề nghiệp của ngành quản trị khách sạn có ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của người học tại Trường CĐKTĐN.

H3: Đối tượng tham khảo có ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của người học tại Trường CĐKTĐN.

H4: Đặc điểm của Trường CĐKTĐN có ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của người học tại Trường CĐKTĐN.

H5: Cơ hội học liên thông của người học có ảnh hưởng cùng chiều đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn tại Trường CĐKTĐN.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu phối hợp định tính và định lượng: nghiên cứu định tính bằng kỹ thuật thảo luận nhóm, kết quả làm cơ sở cho việc thiết kế bảng câu hỏi. Nghiên cứu định lượng qua hai bước: (1) Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện bằng kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp các người quản lý và các chuyên gia thông qua bảng câu hỏi chi tiết, kết quả dùng để sàng lọc các biến quan sát đo lường các khái niệm thành phần của quyết định chọn ngành của người học; (2) Nghiên

Bảng 1. Thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn ngành học Quản trị khách sạn tại Trường CĐKTĐN

STT	Các thang đo	Ký hiệu
I Đặc điểm cá nhân (CN)		
1	Tôi thích làm việc trong lĩnh vực khách sạn	CN1
2	Tính cách của tôi năng động, thích giao tiếp, cẩn thận, hoạt bát,...	CN2
3	Tôi thích phục vụ người khác	CN3
4	Tôi thích học ngành quản trị khách sạn	CN4
5	Tôi thích học bậc cao đẳng	CN5
II Đặc điểm nghề nghiệp (NN)		
6	Nhu cầu việc làm trong lĩnh vực khách sạn cao	NN1
7	Môi trường làm việc năng động, chuyên nghiệp	NN2
8	Có cơ hội phát triển chuyên môn và thăng tiến	NN3
9	Phù hợp với tính cách của tôi	NN4
10	Sự hấp dẫn của ngành quản trị khách sạn	NN5
III Đối tượng tham khảo (TK)		
11	Gia đình, người thân khuyên tôi chọn học ngành này	TK1
12	Thầy, cô ở trường THPT khuyên tôi chọn học ngành này	TK2
13	Bạn bè, cựu sinh viên, sinh viên đang học ngành này khuyên tôi học ngành này	TK3
14	Tác động của công tác tư vấn tuyển sinh	TK4
IV Đặc điểm Trường CĐKTĐN (TR)		
15	Điểm trúng tuyển phù hợp với năng lực	TR1
16	Chất lượng đào tạo được xã hội đánh giá cao	TR2
17	Danh tiếng của trường tốt	TR3
18	Học phí, chính sách phù hợp	TR4
19	Cơ sở vật chất của trường đảm bảo học tốt ngành này	TR5
20	Công tác tư vấn tuyển sinh tốt	TR6
V Cơ hội học liên thông (LT)		
21	Có nhiều cơ hội học liên thông lên đại học	LT1
22	Có nhiều trường đại học để lựa chọn học liên thông	LT2
23	Học liên thông lên đại học ngay sau khi tốt nghiệp	LT3
24	Học liên thông lên đại học sau khi đi làm một thời gian	LT4
VI Quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn (QĐ)		
25	Tôi hài lòng khi chọn học ngành này	QĐ1
26	Tôi hài lòng khi chọn học ngành này tại COFER	QĐ2
27	Tôi tin rằng học ngành này tại COFER giúp tôi có việc làm tốt	QĐ3

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả

cứu chính thức cũng dùng kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp sinh viên đang theo học ngành quản trị khách sạn tại Trường CĐKTĐN, phương pháp chọn mẫu thuận tiện, dữ liệu thu thập được mã hóa và phân tích Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố EFA, phân tích hồi quy tuyến tính được sử dụng để kiểm định

mô hình nghiên cứu.

Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 điểm, với 1 là hoàn toàn không đồng ý, 2 là không đồng ý, 3 là không có ý kiến, 4 là đồng ý và 5 là hoàn toàn đồng ý. Mô hình sử dụng thang đo gồm 33 biến quan sát được chia thành 8 phần như Bảng 1.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thông tin khảo sát

Cuộc khảo sát được thực hiện trong tháng 12/2021, 380 bảng câu hỏi được phát ra cho các sinh viên đang theo học ngành quản trị khách sạn tại Trường CĐKTĐN. Kết quả thu về 380 phiếu hợp lệ và sau khi làm sạch dữ liệu có 350 phiếu đạt yêu cầu đưa vào phân tích. Đặc điểm mẫu nghiên cứu được trình bày trong Bảng 2.

4.2. Kiểm định thang đo và mô hình đo lường

Để đánh giá tính nhất quán nội tại của các khái niệm nghiên cứu, phương pháp hệ số tin cậy Cronbach's Alpha và phương pháp phân tích nhân tố EFA được thực hiện thông qua phần mềm SPSS (Phiên bản 20.0). Điều kiện đảm bảo để phân tích khi các thang đo có hệ số tương quan biến – tổng > 0,3 và đạt tiêu chuẩn chọn thang đo khi hệ số Cronbach's Alpha từ 0,6 trở lên. Theo kết quả kiểm định Cronbach's Alpha lần 1 thì các thang đo thuộc 5 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc được thể hiện trong bảng 3 đều đạt yêu cầu. Như vậy, các biến đo lường các khái niệm nghiên cứu đều được sử dụng trong phân tích EFA kế tiếp.

Kết quả phân tích EFA lần 1 cho thấy: hệ số KMO = 0,809 với ý nghĩa là 0,000 trong kiểm định Bartlett's test. Như vậy, các biến thỏa mãn điều kiện trong phân tích nhân tố. Giá trị Eigenvalue = 1,438 > 1,0 và trích được 5 nhân tố mang ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất. Tổng phương sai trích là 64,843% > 50% cho thấy mô hình EFA là phù hợp. Kết quả ma trận xoay cho thấy, biến TR1 bị loại do biến TR1 tải lên ở cả hai nhân tố Component 1 và Component 5, vì phạm phân biệt trong ma

Bảng 2. Thông tin khảo sát

Chỉ tiêu	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	43
	Nữ	307
	Tổng cộng	350
Năm học	Sinh viên năm 1	102
	Sinh viên năm 2	143
	Sinh viên năm 3	105
	Tổng cộng	350
Quê quán	Tp.HCM	38
	Khác	312
	Tổng cộng	350
Thông tin tuyển sinh	Website trường	87
	Facebook	45
	Ngày hội tuyển sinh	62
	Cẩm nang tuyển sinh	73
	Bạn bè, người thân	54
	Khác	29
	Tổng cộng	350

Bảng 3. Tóm tắt kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

STT	Thành phần	Số biến	Hệ số Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến – tổng thấp nhất
1	Đặc điểm cá nhân	5	0,851	0,809
2	Đặc điểm nghề nghiệp	5	0,872	0,837
3	Đối tượng tham khảo	4	0,816	0,749
4	Đặc điểm Trường CĐKTĐN	6	0,738	0,680
5	Cơ hội học liên thông	4	0,849	0,780
6	Quyết định chọn ngành quản trị khách sạn	3	0,867	0,806

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu của tác giả

trận xoay với hệ số tải lần lượt là 0,568 và 0,501, mức chênh lệch hệ số tải nhỏ hơn 0,3. Do đó, tiếp tục phân tích EFA lần 2.

Kết quả phân tích EFA lần 2 thể hiện qua bảng 4 cho thấy: hệ số KMO = 0,803 với ý nghĩa là 0,000 trong kiểm định Bartlett's test. Như vậy, các biến thỏa mãn điều kiện trong phân tích nhân tố. Giá trị Eigenvalue = 1,404 > 1,0 và trích được 5 nhân tố mang ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất. Tổng phương sai trích là 65,480% > 50% cho thấy mô

hình EFA là phù hợp. Kết quả ma trận xoay cho thấy, 23 biến quan sát được gom thành 5 nhân tố đều có hệ số tải lớn hơn 0,5. Do đó, 5 nhân tố này đều giữ lại trong mô hình phân tích.

Như vậy, thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN vẫn giữ 5 yếu tố như ban đầu sau khi phân tích nhân tố EFA với 23 biến quan sát. Các nhân tố trích được đều đạt độ tin cậy và giá trị.

Bảng 5 cho thấy kết quả phân tích EFA thang đo Quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn trích được một nhân tố tại giá trị Eigen là $2,370 > 1$. Kiểm định KMO và Bartlett's có giá trị 0,738 và $\text{Sig} = 0,000 (< 0,05)$. Các biến có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5 nên các biến quan sát đều quan trọng trong thành phần quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN, phương sai trích có giá trị là $78,992\% > 50\%$.

Kết quả phân tích hệ số tương quan Pearson trong Bảng 6 cho thấy tất cả các hệ số tương quan giữa các biến dao động từ 0,000 đến 0,706 nghĩa là không vượt quá hệ số điều kiện 0,85. Điều này cho thấy giá trị phân biệt đã đạt được, tức các thang đo trong nghiên cứu này đã đo lường các khái niệm khác nhau.

Tuy nhiên, nếu giá trị Significant của kiểm định Pearson (Sig.) nhỏ hơn 5% có thể kết luận được là hai biến có tương quan với nhau. Hệ số tương quan càng lớn tương quan càng chặt chẽ. Nếu Sig. này lớn hơn 5% thì hai biến không có tương quan với nhau.

Vì một trong những điều kiện cần để phân tích hồi quy là biến độc lập phải có tương quan với biến phụ thuộc, nên nếu ở bước phân tích tương quan này biến độc lập không có tương quan với biến phụ thuộc thì phải loại biến độc lập này ra khỏi phân tích hồi quy. Qua kết quả phân tích hệ số tương quan Pearson cho thấy có hai biến “TK_Đối tượng tham khảo” ($\text{Sig.} = 0,608$) và “LT_Cơ hội học liên thông” ($\text{Sig.} = 0,485$) không có tương quan với biến phụ thuộc “QĐ_Quyết định

Bảng 4. Kết quả hệ số tải nhân tố EFA lần 2

Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố của các thành phần				
	1	2	3	4	5
CN4	,803				
CN2	,797				
CN1	,779				
CN5	,771				
CN3	,745				
NN2		,841			
NN4		,810			
NN3		,803			
NN5		,802			
NN1		,798			
LT2			,850		
LT3			,850		
LT4			,779		
LT1			,748		
TK3				,806	
TK2				,802	
TK1				,777	
TK4				,775	
TR3					,713
TR2					,669
TR6					,645
TR5					,627
TR4					,555
Chỉ số Eigenvalue	4,525	4,054	2,984	2,093	1,404
Phương sai trích	19,675	17,625	12,975	9,102	6,104
Giá trị lũy tiến của phương sai trích	19,675	37,300	50,275	59,376	65,480

Bảng 5. Phân tích nhân tố cho biến “Quyết định chọn học ngành QTKS”

Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố	Giá trị Eigen	Phương sai trích	Cronbach's Alpha
QĐ2	,893			
QĐ3	,893	2,370	78,992	0,867
QĐ1	,881			

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu của tác giả

chọn học ngành quản trị khách sạn” của sinh viên tại Trường CĐKTĐN trong mô hình nghiên cứu đề xuất. Do đó, loại hai biến này ra khỏi phân tích hồi quy. Và mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN được điều chỉnh như sau:

4.3. Phân tích hồi quy

Mô hình phân tích hồi quy cần được thực hiện là mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN đã điều chỉnh. Các bảng 6, 7, 8 trình bày mô hình hồi quy bội đầy đủ về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định

chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN. Mô hình gồm 3 biến độc lập Đặc điểm cá nhân (CN), Đặc điểm nghề nghiệp (NN), Đặc điểm Trường CĐKTĐN (TR) và một biến phụ thuộc là Quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn (QĐ).

Bảng 7 cho thấy Hệ số R² hiệu chỉnh = 0,710 cho thấy mức độ tương thích của mô hình là 71,0% nghĩa là ba biến độc lập ảnh hưởng 71,0% sự thay đổi của biến phụ thuộc, còn lại 29,0% là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. Kiểm định hiện tượng tương quan bằng hệ số Durbin – Watson = 1,758 nằm trong khoảng 1,5 đến 2,5. Điều này cho thấy mô hình hồi quy phù hợp với dữ liệu thu thập được.

Bảng 8 cho thấy Sig kiểm định F bằng 0,000 < 0,05. Như vậy, mô hình hồi quy tuyến tính bội phù hợp với dữ liệu và có thể sử dụng được.

Bảng 9 cho thấy Sig kiểm định t hệ số hồi quy của các biến độc lập đều nhỏ hơn 0,05, do đó các biến độc lập này đều có ý nghĩa giải thích cho biến phụ thuộc, không biến nào bị loại khỏi mô hình. Hệ số VIF của các biến độc lập đều nhỏ hơn 2 do vậy không có đa cộng tuyến xảy ra. Các hệ số hồi quy đều lớn hơn 0. Như vậy, tất cả các biến độc lập đưa vào phân tích hồi quy đều tác động cùng chiều tới biến phụ thuộc.

Như vậy, các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN có phương trình hồi quy chuẩn hóa:

$$QĐ = 0,442*CN + 0,092*NN + 0,660*TR$$

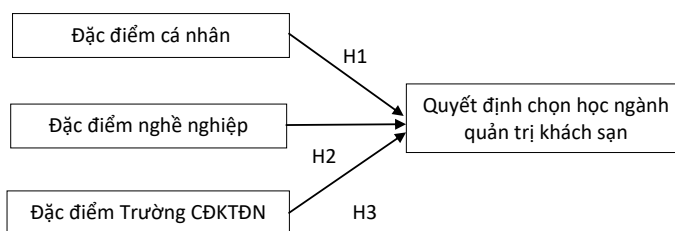
Theo phương trình hồi quy

Bảng 6. Kết quả phân tích hệ số tương quan Pearson

		QĐ	CN	NN	TK	TR	LT
QĐ	Pearson Correlation	1	.524**	.156**	-.028	.706**	.037
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.608	.000	.485
CN	Pearson Correlation	.524**	1	.146**	-.098	.105	-.099
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.067	.051	.064
NN	Pearson Correlation	.156**	.146**	1	.064	.000	.056
	Sig. (2-tailed)	.003	.006		.231	.994	.292
TK	Pearson Correlation	-.028	-.098	.064	1	.153**	.274**
	Sig. (2-tailed)	.608	.067	.231		.004	.000
TR	Pearson Correlation	.706**	.105	.000	.153**	1	.441**
	Sig. (2-tailed)	.000	.051	.994	.004		.000
LT	Pearson Correlation	.037	-.099	.056	.274**	.441**	1
	Sig. (2-tailed)	.485	.064	.292	.000	.000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hình 2. Mô hình nghiên cứu điều chỉnh



Bảng 7. Tóm tắt mô hình hồi quy

Mô hình	Hệ số R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số ước lượng chuẩn hóa	Hệ số Durbin-Watson
1	.844 ^a	.712	.710	.49203	1,758

Bảng 8. Bảng ANOVA

Mô hình	Tổng bình phương	Bậc tự do	Bình phương trung bình	Kiểm định F	Sig.
Regression	207,410	3	65,137	285,578	.000 ^b
1 Residual	83,765	346	.242		
Total	291,175	349			

Bảng 9. Kết quả phân tích hồi quy

Model		Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Kiểm định t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
		B	Sai số				Dung sai	VIF
1	(Cons.)	-1,579	.231		-6,844	.000		
	CN	.591	.039	.442	15,072	.000	.968	1,033
	NN	.130	.041	.092	3,163	.002	.978	1,022
	TR	.749	.033	.660	22,766	.000	.989	1,011

a. Biến phụ thuộc: QĐ

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu của tác giả

chuẩn hóa này, cho thấy quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN chịu ảnh hưởng bởi ba yếu tố là Đặc điểm cá nhân, Đặc điểm nghề nghiệp và Đặc điểm Trường CĐKTĐN. Trong đó, yếu tố Đặc điểm Trường CĐKTĐN ảnh hưởng nhiều nhất (hệ số chuẩn hóa $\beta = 0,660$).

Từ mô hình đề xuất, nghiên cứu đã xác định được mô hình thực tế như trong Hình 2. Theo kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu đối với quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN thì giả thuyết H1: Đặc điểm cá nhân và Quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn có quan hệ cùng chiều; giả thuyết H2: Đặc điểm nghề nghiệp và Quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn có quan hệ cùng chiều; giả thuyết H3: Đặc điểm Trường CĐKTĐN và Quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn có quan hệ cùng chiều.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

5.1. Kết luận

Nghiên cứu đã xác định được mô hình nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN dựa trên lý thuyết và các mô hình nghiên cứu liên quan trước đây, các thang đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn ngành học đã được xây dựng trên cơ sở lý thuyết và được phát triển phù hợp với bối cảnh của Trường CĐKTĐN đều đạt độ tin cậy, qua việc sử dụng kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

và phân tích nhân tố khám phá EFA. Kết quả phân tích cho thấy quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN chịu ảnh hưởng bởi ba yếu tố là Đặc điểm cá nhân, Đặc điểm nghề nghiệp và Đặc điểm Trường CĐKTĐN. Trong đó, yếu tố Đặc điểm Trường CĐKTĐN ảnh hưởng nhiều nhất.

Bên cạnh những kết quả đạt được qua phân tích nghiên cứu, đề tài còn một số hạn chế: thứ nhất, nghiên cứu chưa xét đến sự ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài khác (xã hội, văn hóa, kinh tế,...) đến quyết định chọn ngành học của người học; thứ hai, chưa khảo sát những đối tượng khác liên quan đến vấn đề nghiên cứu nên tính đại diện chưa cao. Đó cũng là gợi mở cho các nghiên cứu tiếp theo.

5.2. Hàm ý quản trị

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy có ba yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN là “Đặc điểm Trường CĐKTĐN”, “Đặc điểm cá nhân” và “Đặc điểm nghề nghiệp”. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, yếu tố “Đặc điểm Trường CĐKTĐN” có quan hệ cùng chiều và ảnh hưởng nhiều nhất đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN (hệ số $\beta = 0,660$). Nghĩa là nếu yếu tố “Đặc điểm Trường CĐKTĐN” tăng lên 01 đơn vị thì quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN tăng lên 0,660 đơn vị. Yếu tố này phụ thuộc rất nhiều vào việc thương

hiệu của Trường CĐKTĐN được nhiều người biết đến; Chất lượng đào tạo được xã hội đánh giá cao; Học phí, chính sách phù hợp; Cơ sở vật chất của trường đảm bảo,...Khi đó tác động rất lớn đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên, đáp ứng nhu cầu và thu hút sinh viên. Do đó, nhà trường cần chú trọng đầu tư và cải thiện liên tục nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ đào tạo. Dịch vụ ở đây bao gồm dịch vụ lỗi và dịch vụ gia tăng. Dịch vụ lỗi là những ngành thể mạnh của trường. Dịch vụ gia tăng là các hỗ trợ của trường cho người học về tài chính, tư vấn, liên kết tổ chức các chương trình học với các trường nước ngoài, các khóa học, nghiên cứu,...Chất lượng của dịch vụ lỗi là yếu tố so sánh đầu tiên khi người học và phụ huynh lựa chọn trường, sau đó đến sự hấp dẫn của các dịch vụ gia tăng. Không có được chất lượng dịch vụ đào tạo thì mọi nỗ lực quảng bá hay xây dựng hình ảnh thương hiệu của nhà trường cũng đều vô nghĩa.

Thứ hai, yếu tố “Đặc điểm cá nhân” có quan hệ cùng chiều và ảnh hưởng thứ hai đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN (hệ số $\beta = 0,442$). Nghĩa là nếu yếu tố “Đặc điểm cá nhân” tăng lên 01 đơn vị thì quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN sẽ tăng lên 0,442 đơn vị. Do đó, khi tư vấn tuyển sinh thì đội ngũ tư vấn phải làm cho người học thấy được bản thân có phù hợp với ngành quản trị

khách sạn để quyết định chọn học ngành này cho đúng, tránh lãng phí sau này.

Thứ ba, yếu tố “Đặc điểm nghề nghiệp” có quan hệ cùng chiều và ảnh hưởng thứ ba đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN (hệ số $B = 0,092$). Nghĩa là nếu yếu tố này tăng lên 01 đơn vị thì quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN tăng thêm 0,092 đơn vị. Để nâng cao sự ảnh hưởng của yếu tố này thì nhà trường cần phải tổ chức các buổi định hướng nghề nghiệp nhằm cung cấp đầy đủ các thông tin về ngành quản trị khách sạn như tình hình việc làm, môi trường làm việc, cơ hội thăng tiến,... để người học hiểu rõ và quyết định chọn học ngành này cho đúng.

Cũng từ kết quả nghiên cứu này, cho thấy có hai yếu tố là “Đối tượng tham khảo”, và “Cơ hội học liên thông” trong mô hình nghiên cứu đề xuất không xuất hiện trong mô hình nghiên cứu xác định được, có nghĩa là hai yếu tố này không có ảnh hưởng đến quyết định chọn học ngành quản trị khách sạn của sinh viên tại Trường CĐKTĐN. Về mặt thực tiễn, Ban Giám Hiệu Trường CĐKTĐN cần chú ý đến việc nâng cao chất lượng đào tạo, hợp tác với các trường đại học để tạo cơ hội cho sinh viên học liên thông nhằm tạo sự tin tưởng, thu hút sinh viên hơn nữa, cũng như đáp ứng nhu cầu của sinh viên khi tốt nghiệp●

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ajzen. (2002). Perceived Behavior Control, Self – Efficacy, Locus of Control and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 665-683.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211.
- Ajzen, I. (2011). The Theory of Planned Behavior: Reaction and Reflection's. *Psychology & Health*, 1113-1127.
- Becker. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*. University of Chicago Press.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: John Wiley.
- Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1990). *Reproduction in Education, Society and Culture*. London: Sage Publications.
- Comegys et al. (2006). Longitudinal Comparison of Finnish and US online Shopping Behavior among University Student: The five-stage buying decision process. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 336-356.
- Crossman, A. (2010). *Rational choice theory: An Overview*.
- Chapman D. (2008). A model of student college choice. *Journal of School Publishing*, 40 (1).
- Dodds, W. B., Monroe, K. B. and Grewal, D. (1991). Effects of Price, Brand and Store Information on Buyers' Product Evaluations'. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319.
- Dubois. (2000). *Understanding the consumer – a European Perspective*. Pearson Education, Harlow, UK.
- Friedman D., Hechter M. (1988). The Contribution of rational choice theory to Macrosociological research. *Sociology Theory* 6:201-18.
- Glasser, W. (1998). *Choice theory: A new psychology of personal freedom*. New York, NY: Harper.
- Hossler, Braxton & Coopersmith (1989). *Understanding student college choice, Higher Education: Handbook of theory and research*. New York: Agathon.
- Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc. (2005). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. NXB Hồng Đức.
- Maringe. (2006). *University and Course*

choice: Implication for positioning, recruitment and marketing. *International Journal of Education Management*, Vol.20 (6), 466-479.

- Marvin J. Burn. (2006). *Factors influencing the college choice of African-American students admitted to the college of agriculture, food and nature resources*. A Thesis presented to the Faculty of the Graduate. University of Missouri – Columbia.
- Nguyễn Đình Sang. (2020). *Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn ngành quản trị khách sạn của sinh viên Trường Cao đẳng Du lịch Nha Trang*.
- Ramayah, T., Noor Hazlina Ahmad, & Lo, M. (2010). The role of quality factors in intention to continue using an e-learning system in Malaysia. *Procedia- Social and Behavior Sciences*, 2(2), 5422-5426.
- Roger, Paul, James. (1993). *Consumer Behavior*. Dryden Press.
- Salomon et al. (1995). Note on sandflies associated with a tegumentary leishmaniasis focus in Salta, Argentina. *Rev Inst Med Trop Sao paulo*, 91-92.
- Trương Trí Hùng và cộng sự. (2019). Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định học ngành quản trị Khách sạn của sinh viên Trường Cao đẳng Kiên Giang. *Tạp chí khoa học Trường Đại Học Trà Vinh*, số 34, tháng 6 năm 2019, 10.35382/18594816.1.34.2019.185