Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường Cao đẳng Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

Factors influencing college choice: Evidence from Ho Chi Minh City College of Economics

Nguyễn Thúy An[1*], Triệu Vĩ Thuận[1]

[1]Trường Cao đẳng Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam
[*]Tác giả liên hệ, Email: annt@kthcm.edu.vn

PHỤ LỤC A

So sánh các nghiên cứu trong và ngoài nước

Tổng Hợp các Nghiên Cứu Trước

Tác giả	Bối cảnh nghiên cứu	Mô hình lý thuyết	Nhóm yếu tố chính	Đặc điểm nổi bật	Khoảng trống
Chapman (1981)	Hoa Kỳ (mô hình gốc)	Đề xuất 2 nhóm nhân tố gồm bên ngoài cá nhân và bên trong cá nhân	Năng lực, thông tin, người ảnh hưởng, đặc điểm trường	Cơ sở cho nhiều nghiên cứu sau này	Mô hình chưa định lượng hóa cụ thể các yếu tố
Burns (2006)	Hoa Kỳ (Ứng dụng mô hình Chapman 1981)	Điều chỉnh mô hình Chapman	Cơ hội việc làm, thông tin, truyền thông, tác động xã hội	Phân tích rõ vai trò truyền thông nhà trường	Thiếu ứng dụng vào bối cảnh châu Á
Do (2021)	Học sinh THPT tại Hà Nội	Kế thừa mô hình Chapman (1981) và tổng hợp yếu tố từ các nghiên cứu khác	Người học, môi trường, trường học	Xây dựng mô hình khảo sát học sinh THPT	Không khảo sát SV đã chọn trường
Nguyen và cộng sự (2020)	SV đại học tại Cần Thơ	Mô hình Chapman (1981) và Joseph (2010)	Truyền thông, cá nhân ảnh hưởng, đặc điểm trường	Khảo sát 1,044 SV nhiều trường đại học	Không áp dụng cho bối cảnh cao đẳng công lập
Nguyen và Bui (2021)	Học sinh lớp 12 tại Cần Thơ	Kết hợp lý thuyết hành vi có kế hoạch và các yếu tố ảnh hưởng trong tuyển sinh	Cơ hội việc làm, ảnh hưởng xã hội (gia đình, bạn bè), truyền thông tư vấn, đặc điểm trường và đặc	Khảo sát đối tượng học sinh THPT trước khi chọn trường. Tập trung	Chưa khảo sát SV đã nhập học Chưa đánh giá yếu tố trải nghiệm học tập thực tế

Tác giả	Bối cảnh nghiên cứu	Mô hình lý thuyết	Nhóm yếu tố chính	Đặc điểm nổi bật	Khoảng trống
			điểm cá nhân học sinh	vào ý định học nghề.	hoặc thương hiệu
Truong và Phan (2023)	SV tại trường Cao đẳng Kiên Giang	Mô hình thực nghiệm đa yếu tố	Danh tiếng, chương trình đào tạo, chính sách hỗ trợ và cơ hội liên thông, cơ hội việc làm, cơ sở vật chất, truyền thông, hoạt động ngoại khoá, chi phí.	Phù hợp giáo dục nghề nghiệp vùng ĐBSCL	Chưa khảo sát SV năm nhất tại đô thị lớn
Le và Khuc (2020)	SV năm nhất tại Hà Nội	Phân tích EFA, hồi quy	Thông tin, thương hiệu, bản thân, chi phí	Nhấn mạnh vai trò thông tin và thương hiệu	Không có nhóm truyền thông đa chiều

Ghi chú. Tác giả tổng hợp

PHỤ LỤC B

Hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát

Kết Quả Kiểm Định Độ Tin Cậy của Thang Đo

Biến quan sát	Hệ số tương quan biến tổng	Biến quan sát	Hệ số tương quan biến tổng
BT1	0.553	NT1	0.868
BT2	0.578	NT2	0.855
CN1	0.760	NT3	0.826
CN2	0.868	NT4	0.882
CN3	0.778	NT5	0.842
CN4	0.835	NT6	0.848
CN5	0.779	NT7	0.814
TT1	0.651	NT8	0.835
TT2	0.655		
TT3	0.666		

Ghi chú. Kết quả của tác giả

© 2027 The Author(s). Published by Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh – Khoa học Xã hội.
This article is licensed under CC BY-NC 4.0.