

# CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG TỚI CẢM NHẬN VỀ MỨC HỌC PHÍ ĐẠI HỌC LỚP HỌC CHẤT LƯỢNG CAO

Trần Việt Hùng\*

Ngày nhận: 4/10/2015

Ngày nhận bản sửa: 15/10/2015

Ngày duyệt đăng: 22/10/2015

## Tóm tắt:

*Nghiên cứu của tác giả thực hiện nhằm đánh giá tác động của các nhân tố tới cảm nhận về mức học phí đại học tại các lớp chất lượng cao. Phương pháp nghiên cứu định lượng được sử dụng chủ yếu trong nghiên cứu này, bằng các kỹ thuật phân tích đa biến (thống kê mô tả, kiểm định thang đo, phân tích EFA (Exploratory Factor Analysis), phân tích CFA (Confirmatory Factor Analysis), phân tích mô hình Structural Equation Modeling (SEM)). Kết quả nghiên cứu dựa trên khảo sát 492 sinh viên lớp chất lượng cao các trường đại học ở Việt Nam đã chỉ ra nhân tố chất lượng tín hiệu thông tin (TT) và chất lượng đào tạo của nhà trường (CL) có tác động trực tiếp lên cảm nhận về mức học phí của sinh viên lớp chất lượng cao (MHP). Yếu tố đầu tư thương hiệu (TH) không có tác động trực tiếp tới cảm nhận về mức học phí, nhưng có tác động gián tiếp qua nhân tố chất lượng đào tạo.*

**Từ khóa:** chất lượng đào tạo, chất lượng tín hiệu thông tin, đầu tư thương hiệu, mức học phí.

## **Factors affecting the perceived tuition fee for higher education: A study in the high-quality classes**

### *Abstract:*

*This research examines the factors affecting the perceived higher education tuition fee among the students from the high-quality classes. This study mainly employed quantitative research methods. The statistic analyses were employed including descriptive statistics, Exploratory Factor Analysis, Confirmatory Factor Analysis, and Structural Equation Modeling. The research results based on a survey of 492 students from high-quality classes in various universities in Vietnam show that the information signal quality and training quality are the main factors affecting the perceived tuition fee. Investment in brand name is not found to have a direct impact on the perceived tuition fee, but it shows indirect effect through training quality.*

*Keywords:* Training quality; information signal quality; investment in brand name; tuition fee.

## 1. Giới thiệu

Trong nền giáo dục đại học nước ta hiện nay, một số trường phân ra các hệ đào tạo đại trà và chất lượng cao dành riêng cho các sinh viên có điểm thi đầu vào cao và theo nhu cầu của sinh viên đăng ký. Một số trường đại học lớn như: Đại học Kinh tế Quốc dân, Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, Đại học Bách Khoa Đà Nẵng... đều đào tạo các lớp chương trình chất lượng cao.

Với đặc điểm là mức học phí các lớp chất lượng cao được thu một cách khác nhau giữa các trường đại học. Theo Dimkpah & cộng sự (2004), các trường có thể thu theo các khoản chi cho đầu tư cơ sở vật chất, chất lượng đội ngũ giảng dạy hay vị trí

của trường... Để đánh giá về mức học phí cao hay thấp, nếu chỉ căn cứ vào các con số học phí được niêm yết của nhà trường là chưa đủ do khối lượng đầu tư cũng như chất lượng đào tạo các trường cũng khác nhau. Do vậy, việc đánh giá mức học phí qua cảm nhận của các sinh viên lớp chất lượng cao được coi là rất cần thiết.

Tại Việt Nam chưa có nghiên cứu nào thực hiện đánh giá cảm nhận về mức học phí đại học nói chung và đối với các lớp chất lượng cao nói riêng. Vì vậy, tác giả thực hiện nghiên cứu đánh giá cảm nhận của sinh viên về mức học phí đại học các lớp chất lượng cao với mục đích: (1) Đánh giá về mức học phí mà sinh viên đang đóng tại các lớp chất lượng cao; (2)

Tìm ra các nhân tố tác động tới cảm nhận về mức học phí đại học các lớp chất lượng cao; (3) Đánh giá mức độ tác động của các nhân tố tới cảm nhận về mức học phí đại học các lớp chất lượng cao.

## **2. Tổng quan lý thuyết nghiên cứu**

### **2.1. Cơ sở lý thuyết về các nhân tố ảnh hưởng tới cảm nhận mức học phí**

#### *Lý thuyết về học phí*

Huang & cộng sự (2011) đã định nghĩa giáo dục đại học là một hình thức dịch vụ công điển hình, tuy nhiên cho tới nay ngoài việc các trường đại học công lập, các trường ngoài công lập cũng đã được mở và phát triển rộng rãi trên toàn quốc với chất lượng đào tạo cũng đã được đánh giá cao. Vấn đề học phí được các trường đưa ra dựa trên cơ sở lợi ích phúc lợi xã hội và lợi ích thu được cho nhà trường từ việc tổ chức đào tạo.

Sự ra đời của khái niệm học phí đã được nhiều tác giả nghiên cứu, trong đó điển hình là khái niệm về sự chia sẻ chi phí của Johnstone (1986, 2002, 2003), theo đó sinh viên và phụ huynh có đóng góp một phần chi phí vào trường nhằm duy trì hoạt động giáo dục của nhà trường cũng như tạo khoản thu cho việc trả lương, đầu tư thêm cơ sở vật chất nhằm nâng cao chất lượng giáo dục, tạo điều kiện học tập cho sinh viên; đồng thời tạo ra sự thu hút với các đối tượng tiềm năng sắp bước vào giảng đường đại học (tăng sức cạnh tranh đầu vào giữa các trường đại học và tạo đầu ra có chất lượng cho sinh viên). Do vậy, để công tác giáo dục có thể hoạt động được cần có các khoản thu học phí nói riêng cũng như các khoản phụ thu khác nhằm duy trì và phát triển trường đại học đáp ứng được nhu cầu học tập của xã hội.

Cảm nhận về mức học phí được đánh giá qua cách thức sinh viên so sánh các thông tin có được về nơi mà mình đang học với mức học phí đang phải trả cho nhà trường. Tuy nhiên, sinh viên lại không rõ về cách thức thu học phí cũng như các yếu tố dẫn tới các quyết định thu học phí. Trong khi đó, nhà trường biết rất rõ về thu học phí cũng như mức học phí đưa ra là cao hay thấp hoặc phù hợp với chất lượng đào tạo cũng như các thông tin khác của nhà trường. Do vậy, bất đối xứng thông tin về mức học phí xuất hiện trong quá trình đào tạo của nhà trường. Vì vậy, lý thuyết tín hiệu có thể nói là phù hợp cho việc đánh giá chương trình đào tạo nói chung đã được nghiên cứu bởi Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2009) và ứng dụng đánh giá cảm nhận của sinh viên về mức thu học phí nói riêng.

#### *Lý thuyết tín hiệu*

Mishra & cộng sự (1998) chỉ ra mối quan hệ giữa khách hàng và bên cung cấp dịch vụ nói chung

thường đặc trưng về sự bất đối xứng thông tin. Điều này có nghĩa các nhà cung cấp nắm rõ về các thông tin về sản phẩm hay dịch vụ của mình tốt hơn so với người sử dụng sản phẩm dịch vụ trao đổi giữa hai đối tượng này. Và theo Nelson (1970) thì thuộc tính về chất lượng sản phẩm này chỉ có thể xác định được cân bằng sau khi khách hàng đã sử dụng.

Với mục tiêu của việc giải quyết hai nguy cơ xảy ra của hiện tượng bất đối xứng thông tin, chất lượng tín hiệu đã cho thấy vai trò quan trọng giúp khách hàng diễn giải và đánh giá những thông điệp mà nhà cung cấp đưa ra về bản chất cũng như chất lượng dịch vụ của mình. Có 3 chỉ tiêu đánh giá chất lượng tín hiệu: (1) tính nhất quán; (2) tính rõ ràng; (3) tính tin cậy. Erdem & Swait (1998) cho rằng: Tín hiệu được coi là rõ ràng khi các thông tin dễ hiểu không mơ hồ trong cách nhận biết. Tính nhất quán thể hiện sự thống nhất từ đầu tới cuối trong quá trình truyền đạt thông tin. Và tính tin cậy thể hiện mức độ tin cậy của khách hàng đối với thông tin đưa ra.

#### *Lý thuyết thương hiệu*

Thương hiệu là công cụ quan trọng của một tổ chức muốn cạnh tranh, giữ uy tín, đảm bảo chất lượng sản phẩm và lòng tin của khách hàng. Có nhiều quan điểm về thương hiệu, trong nghiên cứu của tác giả đưa ra định nghĩa thương hiệu theo quan điểm truyền thống và quan điểm tổng hợp theo Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2009). Ngoài ra, thương hiệu còn được định nghĩa là nhãn hiệu có uy tín, có giá trị gia tăng được tạo ra bởi một sự tổng hợp của nhiều yếu tố gây ấn tượng đối với người tiêu dùng như ấn phẩm, nhãn hiệu, biểu tượng (logo), hình tượng (icon), khẩu hiệu (slogan), mô hình kinh doanh...

#### *Chất lượng đào tạo*

Chất lượng giáo dục đại học đã được nhiều học giả quan tâm và lý giải, tuy nhiên vẫn còn nhiều ý kiến khác nhau. Theo Bản tuyên bố về giáo dục đại học thế giới của United Nations Educational Scientific & Cultural Organization (UNESCO, 2011): Chất lượng giáo dục đại học là một khái niệm nhiều chiều, bao quát tất cả chức năng và hoạt động của nhà trường... Theo EFQM (European Foundation for Quality Management of higher Education): Chất lượng như là sự phù hợp với mục đích (Quality as fitness for purpose). Theo dự án phát triển giáo dục đại học của Bộ Giáo dục và Đào tạo, trong tài liệu tập huấn “Tự đánh giá trong kiểm định chất lượng giáo dục đại học”, đã đưa ra 6 quan điểm đánh giá chất lượng giáo dục đại học: (1) Đầu vào; (2) Đầu ra; (3) Giá trị gia tăng; (4) Giá trị học thuật; (5) Văn hóa tổ chức riêng và (6) Kiểm toán.

### *Cảm nhận về mức học phí*

Cảm nhận về mức học phí của sinh viên được thể hiện qua việc đánh giá về học phí có phù hợp với những gì nhận được từ nhà trường. Cảm nhận về sự phù hợp của học phí có thể được thể hiện qua các khía cạnh về chất lượng giảng dạy, điều kiện cơ sở vật chất, các hoạt động ngoại khóa của trường...

### **2.2. Mô hình và giả thuyết nghiên cứu**

Trên cơ sở lý thuyết nền tảng của nghiên cứu, tổng hợp, phân tích mô hình và kết quả nghiên cứu các nghiên cứu tiền nghiệm về nhân tố ảnh hưởng đến mức học phí của Tang & cộng sự (2004), Jackson (2012)... và ứng dụng lý thuyết tín hiệu của Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2009); Đồng thời nghiên cứu sử dụng phương pháp chuyên gia, mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:

Nhân tố chất lượng tín hiệu được đo lường bằng ba thành phần: tính rõ ràng, tính nhất quán, tính tin cậy của tín hiệu có tác động tới cảm nhận về mức thu học phí đại học đối với sinh viên lớp chất lượng cao. Tiếp theo là mức độ đầu tư thương hiệu của nhà trường (cơ sở vật chất, đội ngũ giảng viên, quảng bá sản phẩm...), và cuối cùng là chương trình đào tạo chất lượng cao (đầu tư chương trình dạy và học, đội ngũ giảng dạy tốt, các hoạt động ngoại khóa...) giúp sinh viên có cảm nhận về mức học phí cân bằng hơn (Hình 1).

#### *Giả thuyết nghiên cứu*

Chất lượng tín hiệu tốt phát ra về chương trình đào tạo chất lượng cao sẽ là những thông tin quan trọng để sinh viên tin tưởng hơn, cảm nhận tốt về chất lượng đào tạo do nhà trường cung cấp, giả thuyết nghiên cứu được đưa ra là:

**H1:** Chất lượng tín hiệu phát ra có tác động cùng chiều tới cảm nhận về chất lượng đào tạo của nhà trường các lớp chất lượng cao.

Việc phát ra các tín hiệu có chất lượng về những thông tin nhà trường cung cấp cho sinh viên sẽ giúp sinh viên nắm bắt tốt hơn những giá trị nhà trường mang lại cho sinh viên từ đó sẽ cảm nhận tốt hơn về

mức học phí nhà trường thu, giả thuyết được phát biểu như sau:

**H2:** Chất lượng tín hiệu có tác động cùng chiều tới cảm nhận về mức học phí đại học các lớp chất lượng cao.

Chương trình đào tạo có chất lượng xuất phát từ phía nhà trường đầu tư nhiều về cơ sở vật chất, đội ngũ giảng viên, chương trình dạy và học... do vậy cảm nhận về mức học phí sẽ cao hơn, giả thuyết nghiên cứu như sau:

**H3:** Cảm nhận về chất lượng đào tạo có ảnh hưởng cùng chiều tới cảm nhận về mức học phí đại học các lớp chất lượng cao.

Chương trình đào tạo cũng là một loại hình dịch vụ, do vậy nhà trường cần đầu tư thương hiệu của mình nhằm thể hiện đúng những thông tin nhà trường đã phát ra, nhà trường luôn cam kết làm đúng những gì đã hứa (Erdem & Swait, 1998), nghiên cứu đưa ra giả thuyết là:

**H4:** Đầu tư thương hiệu có ảnh hưởng cùng chiều tới cảm nhận về chất lượng đào tạo của nhà trường ở các lớp chất lượng cao.

Việc đầu tư cơ sở vật chất, dịch vụ học đường làm cho sinh viên thấy môi trường học lý tưởng, phù hợp với mức học phí bỏ ra. Hay việc đội ngũ giảng viên luôn được nâng cao nghiệp vụ cũng làm cho sinh viên tin tưởng hơn về chất lượng đào tạo, chất lượng của nhà trường. Từ đó, cũng tạo nên mức độ cảm nhận tích cực về mức học phí, giả thuyết tác giả đưa ra như sau:

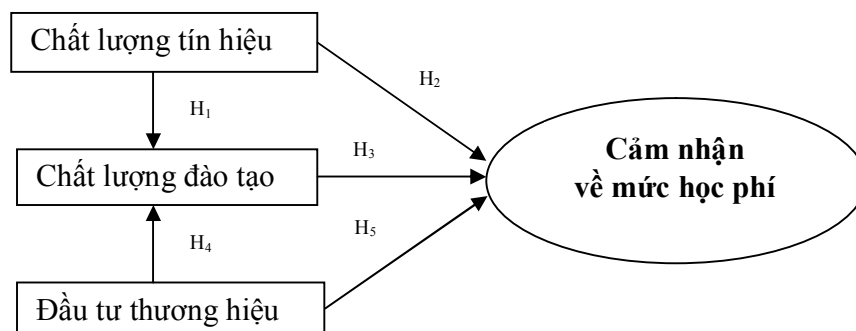
**H5:** Đầu tư thương hiệu có tác động cùng chiều tới cảm nhận về mức học phí đại học các lớp chất lượng cao.

### **3. Phương pháp nghiên cứu**

#### **3.1. Thiết kế bảng hỏi và lựa chọn thang đo**

Với việc tổng hợp, phân tích, đánh giá các nghiên cứu đi trước nhằm phục vụ cho mục tiêu nghiên cứu; Đồng thời sử dụng kết quả từ việc phỏng vấn, thảo luận với các sinh viên cũng như giảng viên các

**Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất đánh giá mức độ cảm nhận học phí lớp chất lượng cao**



lớp chất lượng cao để đánh giá bằng hỏi một cách phù hợp nhất trước khi tác giả tiến hành khảo sát. Tác giả thiết kế Bảng câu hỏi khảo sát có thang đo Likert 5 điểm để đánh giá các biến quan sát. Mã câu hỏi và nội dung câu hỏi được thể hiện trong Bảng 5 (Phụ lục).

### 3.2. Chọn mẫu và thu thập dữ liệu

Tổng thể mẫu nghiên cứu là tất cả các sinh viên đại học lớp chất lượng cao trên toàn quốc. Việc chọn nghiên cứu với tổng thể mẫu là không thể, do vậy cỡ mẫu được lựa chọn theo quy tắc tối thiểu đảm bảo tính tin cậy của nghiên cứu. Trong nghiên cứu này tác giả lấy mẫu theo nguyên tắc Comrey & Lee (1992) cỡ mẫu dự kiến là trên 400 đạt mức khá. Phương thức thu thập dữ liệu thực hiện qua bảng câu hỏi điều tra khảo sát được gửi tới các sinh viên đại các lớp chất lượng cao, trong đó tại thành phố Hồ Chí Minh là 10 trường, tại Hà Nội là 3 trường và tỉnh, thành phố khác là 2 trường. Kết quả tác giả phát đi 492 phiếu điều tra và thu lại 492 phiếu hợp lệ được trình bày ở Bảng 1.

### 3.3. Phương pháp phân tích dữ liệu

#### Kiểm định sự tin cậy của thang đo

Để kiểm định sự tin cậy của các thang đo sử dụng trong nghiên cứu, tác giả sử dụng hệ số Cronbach's Alpha để kiểm định độ tin cậy của thang đo và hệ số tương quan biến tổng để xem xét các biến quan sát có mối quan hệ chặt chẽ với nhau trong cùng một nhân tố hay không. Các biến không đảm bảo tin cậy sẽ bị loại khỏi mô hình nghiên cứu và không xuất hiện khi phân tích khám phá nhân tố (EFA). Tiêu chuẩn lựa chọn Cronbach's Alpha tối thiểu là 0,6 (Hair & cộng sự, 2006), hệ số tương quan biến tổng

nhỏ hơn 0,3 được xem là biến rác và đương nhiên loại khỏi thang đo theo lý thuyết của Nunally & Burstein (1994).

#### Phân tích khám phá nhân tố

Sau khi các khái niệm (nhân tố) được kiểm định thang đo bằng Cronbach's Alpha sẽ tiếp tục được đưa vào phân tích khám phá nhân tố (EFA). Theo Hair và cộng sự (2006), phân tích nhân tố sẽ giúp nhà nghiên cứu rút ra được những nhân tố tiềm ẩn từ một tập hợp các biến quan sát nhỏ hơn, có ý nghĩa hơn. Một số tiêu chuẩn áp dụng khi phân tích EFA trong nghiên cứu như sau: trị số Kaiser Meyer Olkin (KMO) lớn hơn 0,5 thì phân tích nhân tố là thích hợp, ngược lại nếu trị số KMO nhỏ hơn 0,5 thì áp dụng phương pháp phân tích nhân tố không thích hợp với dữ liệu đang có. Phương sai giải thích: Tổng phương sai giải thích phải lớn hơn 50%. Đề thang đo đạt giá trị hội tụ, theo Anderson & Gerbing (1988), thì hệ số tương quan đơn giữa các biến và các hệ số chuyển tải nhân tố (factor loading) phải lớn hơn hoặc bằng 0,5 trong một nhân tố. Phương pháp trích hệ số yếu tố Principal components với phép xoay Varimax để đảm bảo số lượng nhân tố là bé nhất theo Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008).

#### Phân tích khẳng định nhân tố

Phân tích khẳng định nhân tố (CFA) sẽ được tiến hành với mẫu nghiên cứu chính thức sau khi tiến hành phân tích khám phá nhân tố. Phân tích khẳng định nhân tố là phân tích sử dụng thông tin tiên nghiệm từ các nghiên cứu trước hoặc từ nghiên cứu khám phá nhằm kiểm chứng sự tồn tại của các khái niệm nghiên cứu, tính tương thích của mô hình với

**Bảng 1: Thống kê đối tượng khảo sát**

		Số sinh viên	tỷ lệ %
Giới tính	Nam	233	47,4
	Nữ	259	52,6
Sinh viên năm	Năm 1	47	9,6
	Năm 2	285	5,9
	Năm 3	111	22,6
	Năm 4	49	10,0
Hình thức ở	KTX	87	17,7
	Thuê trọ	166	33,7
	Nhà riêng	238	48,4
	Khác	1	0,2
Chuyên ngành	CNTT	40	8,1
	Tài chính - QTKD	185	37,6
	XD - GTVT	4	0,8
	Khác	263	53,5

*Nguồn: Kết quả tổng hợp từ phần mềm SPSS*

dữ liệu thực tế.

Trong phân tích CFA có hai mô hình là (1) mô hình đo lường và (2) mô hình tối hạn. Mô hình đo lường là mô hình đo lường một nhân tố (cả đơn hướng và đa hướng) mà không xem xét quan hệ của nhân tố đó với các nhân tố khác. Mô hình tối hạn là mô hình cho phép đánh giá các quan hệ các nhân tố với nhau để xem xét giá trị phân biệt giữa các khái niệm nghiên cứu.

Giá trị hội tụ là giá trị phản ánh tính tương đồng của các biến quan sát đo lường cùng một cấu trúc. Nói cách khác các biến quan sát đo lường một cấu trúc phải có tương quan cao với nhau. Các hệ số tải nhân tố của các biến quan sát lớn hơn 0,5 có thể xem thang đo đạt giá trị hội tụ. Các hệ số tin cậy tổng hợp lớn hơn 0,7, phương sai trích lớn hơn 50% cũng được xem là các chỉ báo đảm bảo giá trị hội tụ của một thang đo.

Xem xét dữ liệu nghiên cứu và mô hình lý thuyết có tương thích với nhau không. Có nhiều chỉ báo khác nhau đánh giá tính tương thích của mô hình với dữ liệu thị trường: Theo Chin & Todd (1995) chỉ

số Chi-square/df nhỏ hơn 3; Comparative Fit Index (CFI) hoặc Goodness of Fit Index (GFI) lớn hơn lớn hơn 0,9. Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) nhỏ hơn 0,05 được xem là tốt.

#### *Phân tích phương trình cấu trúc tuyến tính*

Để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu tác giả sử dụng phương trình cấu trúc tuyến tính với phân tích đường dẫn (path analysis) thông qua các trọng số hồi quy và giá trị p-value để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Phân tích phương trình cấu trúc để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu đặt ra, trả lời các câu hỏi nghiên cứu về mối quan hệ thực tế giữa các nhân tố tác động tới cảm nhận mức học phí đại học các lớp chất lượng cao.

### **4. Kết quả và thảo luận**

#### **4.1. Kết quả nghiên cứu**

##### *4.1.1. Kết quả kiểm tra sơ bộ thang đo*

Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo cho thấy các nhân tố đều đạt sự tin cậy với hệ số Cronbach's Alpha đều lớn hơn 0,6; hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,3 (ngoại trừ hai biến quan sát TH3 và

**Bảng 2: Kết quả kiểm tra sơ bộ thang đo**

Nhân tố	Kiểm định Cronbach Alpha			Phân tích khám phá nhân tố			
	Biến quan sát	Cronbach Alpha	Tương quan biến tổng	Factor loading	KMO	p-value	Phương sai giải thích
Thông tin rõ ràng	RR1	0,782	0,673	0,868	0,687	0,000	69,59%
	RR2		0,623	0,837			
	RR3		0,565	0,796			
Thông tin nhất quán	NQ1	0,721	0,544	0,802	0,668	0,000	64,19%
	NQ2		0,590	0,835			
	NQ3		0,496	0,765			
Thông tin tin cậy	TC1	0,749	0,559	0,804	0,683	0,000	66,69%
	TC2		0,622	0,846			
	TC3		0,551	0,799			
Đầu tư thương hiệu	TH1	0,615	0,491	0,809	0,620	0,000	55,51%
	TH2		0,389	0,718			
	TH3		-	-			
	TH4		0,395	0,725			
	TH5		-	-			
Chất lượng đào tạo	CL1	0,721	0,406	0,602	0,789	0,000	52,42%
	CL2		0,571	0,754			
	CL3		0,400	0,594			
	CL4		0,505	0,700			
	CL5		0,476	0,671			
Cảm nhận mức học phí	MHP1	0,755	0,627	0,847	0,687	0,000	67,82%
	MHP2		0,567	0,809			
	MHP3		0,563	0,806			

*Nguồn: Kết quả tổng hợp từ phần mềm SPSS*

**Bảng 3: Hiệp phương sai, tương quan giữa các biến**

Tương quan các biến			COV	Corr	S.E.	C.R.	P
TH	<-->	MHP	0,166	0,346	0,034	4,923	0,00
TH	<-->	CL	0,279	0,748	0,037	7,646	0,00
TH	<-->	TT	0,222	0,621	0,029	7,713	0,00
MHP	<-->	CL	0,251	0,607	0,033	7,591	0,00
MHP	<-->	TT	0,224	0,565	0,027	8,199	0,00
CL	<-->	TT	0,269	0,872	0,029	9,291	0,00

*Ghi chú: TH: Đầu tư thương hiệu; TT: Chất lượng thông tin; CL: Chất lượng đào tạo; MHP: Cảm nhận mức học phí; COV: Covariance-Hiệp phương sai; Corr: Correlation Coefficients-Hệ số tương quan; S.E: Standard Error-Sai số chuẩn; C.R: Composite Reliability-Tổng hợp độ bền.*

*Nguồn: Kết quả tổng hợp từ phần mềm AMOS.*

TH5 nhỏ hơn 0,3 nên tác giả tiến hành loại ra khỏi nhân tố đầu tư thương hiệu). Từ kết quả này cho thấy các nhân tố được thiết kết với thang đo đạt tính nhất quán nội tại.

Kết quả phân tích khám phá nhân tố với các chỉ số về KMO lớn hơn 0,5; p-value của kiểm định Bartlett đều nhỏ hơn 0,05 và phương sai giải thích lớn hơn 50%. Vì vậy, các nhân tố trong mô hình đều là các thang đo đơn hướng.

**4.1.2. Kết quả phân tích khẳng định nhân tố (CFA).**

Kết quả phân tích CFA sau khi nhân tố tín hiệu thông tin (TT) được đo lường qua ba nhân tố về thông tin rõ ràng (1); thông tin nhất quán (2) và thông tin tin cậy (3), đồng thời với sự hiệu chỉnh lại mối quan hệ giữa đầu tư thương hiệu và cảm nhận mức học phí (không có ý nghĩa thống kê), tác giả thu được kết quả cuối cùng với các chỉ số như sau: Chi-square/df=2,079 nhỏ hơn 3, CFI=0,950, TLI = 0,946 lớn hơn 0,9, RMSEA = 0,047 nhỏ hơn 0,08. Điều đó cho thấy mô hình lý thuyết tương thích với dữ liệu thị trường. Các trọng số nhân tố của từng biến quan sát đều lớn hơn 0,5 nên có thể xem mô

hình đạt giá trị hội tụ. Các hệ số tương quan đều nhỏ hơn 1 kiểm định hiệp phương sai và tương quan giữa các cặp biến đều có ý nghĩa thống kê (p-value < 0,05, Bảng 3: Hiệp phương sai, tương quan giữa các biến). Điều đó cho thấy có thể xem các nhân tố trong mô hình đạt giá trị phân biệt.

**4.1.3. Kết quả phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính và kiểm định giả thuyết**

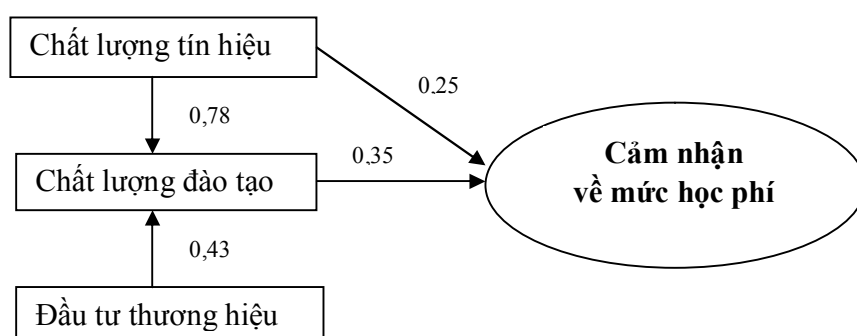
Để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu đặt ra tác giả sử dụng phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM).

Kết quả phân tích bằng mô hình cấu trúc tuyến tính sau khi đã điều chỉnh mối quan hệ giữa các nhân tố cho thấy: Chi - square/df = 2,820 nhỏ hơn 3, CFI = 0,915, GFI = 0,927 lớn hơn 0,9, RMSEA = 0,061 nhỏ hơn 0,08. Do vậy, kết luận mô hình tương thích với dữ liệu thực tế.

Kết quả ước lượng hệ số hồi quy của các quan hệ trong mô hình được trình bày trong bảng, kết quả này cho thấy tất cả các quan hệ đều có ý nghĩa thống kê (p-value < 0,05). Các phương trình hồi quy cho các quan hệ có thể viết lại như sau:

Quan hệ giữa nhân tố tác động tới chất lượng đào

**Hình 2: Kết quả phân tích SEM (chuẩn hóa)**



*Nguồn: Kết quả từ phần mềm AMOS*

**Bảng 4: Hệ số hồi quy của các mối quan hệ trong mô hình**

			Hệ số chưa chuẩn hóa	Hệ số chuẩn hóa	S.E.	C.R.	P	R <sup>2</sup>
CL	<---	TH	0,326	0,431	0,055	5.914	0,000	0,798
CL	<---	TT	0,748	0,782	0,076	9.81	0,000	
MHP	<---	CL	0,479	0,348	0,152	3.138	0,002	0,329
MHP	<---	TT	0,34	0,259	0,139	2.44	0,015	

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ phần mềm AMOS

ạo (CL):

$$CL=0,43*TH +0,78*TT;$$

Mối quan hệ giữa các nhân tố tới cảm nhận về mức học phí được thể hiện như sau:

$$MHP=0,26*TT + 0,35*CL$$

Kết quả phân tích mô hình SEM cho thấy nhân tố chất lượng tín hiệu thông tin và chất lượng đào tạo có tác động trực tiếp tới cảm nhận về mức học phí. Với R<sup>2</sup> bằng 0,329 cho thấy biến chất lượng đào tạo (CL) và chất lượng tín hiệu thông tin (TT) giải thích được 32,90% sự thay đổi về cảm nhận mức học phí đại học chất lượng cao. Trong đó, chất lượng đào tạo có tác động mạnh hơn ( $\beta=0,348$ ) và chất lượng tín hiệu thông tin có tác động yếu hơn ( $\beta=0,259$ ).

#### 4.2. Thảo luận

Với kết quả tác động trực tiếp từ chất lượng đào tạo và chất lượng tín hiệu thông tin nhà trường đưa ra cho thấy việc nhà trường phát ra các tín hiệu có chất lượng theo Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2009) sẽ kích thích và thu hút khách hàng, mà trong trường hợp này đối tượng là các sinh viên đại học có nhu cầu học lớp chất lượng cao. Những thông tin đưa ra có chất lượng giúp truyền tải lượng thông tin cần thiết để sinh viên hiểu rõ hơn về chương trình mà nhà trường đang đào tạo, để từ đó sinh viên có đủ tự tin và cơ sở để đăng kí theo học. Những tín hiệu nhà trường truyền tải càng tin cậy, rõ ràng và nhất quán sẽ làm cho sinh viên có cảm nhận tốt về mức học phí mà họ đang phải đóng cho nhà trường.

Ngoài chất lượng tín hiệu thông tin thì chất lượng đào tạo của nhà trường cũng đem lại cảm nhận về mức học phí của sinh viên. Sinh viên cảm thấy hài lòng với mức học phí khi nhận được lượng kiến thức phù hợp. Chất lượng đào tạo càng tốt sẽ làm cho sinh viên thấy thỏa mãn về chi thức nhận được cùng mức học phí bỏ ra. Ngược lại việc chất lượng

đào tạo không tốt làm cho sinh viên phàn nàn hơn về mức học phí. Vì vậy, nhà trường cần có các biện pháp nâng cao chất lượng đào tạo các lớp chất lượng cao giúp học viên hài lòng hơn với mức học phí làm cho môi trường giáo dục tích cực hơn.

Yếu tố chất lượng đào tạo còn chịu ảnh hưởng của tín hiệu thông tin và đầu tư thương hiệu của nhà trường:

Các sinh viên lớp chất lượng cao cảm nhận được việc nhà trường phát ra thông tin có chất lượng sẽ giúp cho học viên cảm thấy yên tâm về chất lượng đào tạo của nhà trường từ nguồn thông tin nhận được. Nhà trường phát ra thông tin và thực hiện đúng như những gì đã đem lại sự tin tưởng của sinh viên đối với nhà trường về chất lượng đào tạo thông qua quảng cáo.

Nhà trường đầu tư cho thương hiệu của mình như phát triển đội ngũ giảng viên có chất lượng và có uy tín sẽ đem lại cảm nhận về chất lượng đào tạo tốt với sinh viên. Với giảng viên có uy tín hay nổi tiếng trong ngành giáo dục sẽ làm cho sinh viên đánh giá cao khả năng đào tạo của nhà trường. Về mặt đầu tư cơ sở vật chất hạ tầng cũng cho thấy nhà trường tạo môi trường học tập tốt nhất cho học viên các lớp chất lượng cao. Chính sự đầu tư này làm cho sinh viên cảm thấy hài lòng về chất lượng đào tạo của nhà trường.

Yếu tố thương hiệu không có tác động tới cảm nhận về mức học phí cho thấy việc nhà trường tạo ra thương hiệu chỉ giúp tăng chất lượng đào tạo mà thôi, sinh viên không có cảm nhận về mức học phí thông qua đầu tư thương hiệu.

### 5. Kết luận, hàm ý chính sách và hướng nghiên cứu tương lai

#### 5.1 Kết luận

Nhằm giúp sinh viên có cảm nhận tốt về mức học phí đại học lớp chất lượng cao, trường đại học cần

quan tâm đến chất lượng đào tạo (có tác động mạnh nhất, hệ số beta chuẩn hóa bằng 0,348); Đóng vai trò quan trọng thứ hai là thông tin phát ra từ trường đại học (hệ số beta chuẩn hóa bằng 0,259) nhằm đảm bảo tính đầy đủ, rõ ràng và tin cậy cho sinh viên từ khi mới bắt đầu vào học, trong quá trình học và tốt nghiệp. Nhân tố đầu tư cho thương hiệu cũng cần được nhà trường quan tâm phát triển để gia tăng chất lượng đào tạo.

### 5.2. Hàm ý chính sách

Kết quả nghiên cứu này đem lại những hàm ý cần thiết về chính sách đối với trường đại học có lớp chất lượng cao nhằm nâng cao cảm nhận tốt của sinh viên về mức học phí: Thứ nhất, cần đẩy mạnh tự chủ tài chính đối với trường đại học công lập: giúp trường tích cực chủ động, sáng tạo, nâng cao chất lượng đào tạo của trường; Thứ hai, có hệ thống kiểm định, đánh giá chất lượng đào tạo: Tiếp thu mô hình đảm bảo chất lượng quốc tế được đánh giá từ 3 thành phần: (i) Hệ thống đảm bảo chất lượng được đánh giá từ bên trong của nhà trường, (ii) Hệ thống đảm bảo chất lượng được đánh giá từ bên ngoài nhà trường, (iii) Hệ thống đánh giá chất lượng từ các tổ chức kiểm định độc lập; Thứ ba, cần phát triển tốt hệ thống tín hiệu, thông tin phát ra từ phía nhà

trường đối với lớp chất lượng cao: thông tin cần đảm bảo 3 yêu cầu (i) Thông tin phải đầy đủ, rõ ràng, (ii) Thông tin phải nhất quán và (iii) Thông tin đáng tin cậy; Thứ tư, thành lập Phòng hoặc Ban chuyên môn quản lý đào tạo chương trình chất lượng cao: góp phần gia tăng chất lượng quản lý đối với chương trình chất lượng cao; Thứ năm, xây dựng cơ sở vật chất đáp ứng yêu cầu dạy và học đối với lớp chất lượng cao; Thứ sáu, phát triển đội ngũ giảng viên đáp ứng yêu cầu đào tạo chất lượng cao và Thứ bảy, có chính sách miễn giảm học phí hoặc phụ cấp đối với sinh viên nghèo, học giỏi được học lớp chất lượng cao.

### 5.3. Hạn chế và hướng nghiên cứu tương lai

Hạn chế thứ nhất của nghiên cứu là mẫu nghiên cứu chưa nhiều và tập trung nhiều ở các trường đại học ở thành phố Hồ Chí Minh, hạn chế thứ hai là nghiên cứu chỉ chú ý đến cảm nhận về mức học phí sinh viên đại học lớp học chất lượng cao. Hướng nghiên cứu tương lai, sẽ mở rộng thêm mẫu nghiên cứu, khảo sát nghiên cứu không chỉ giới hạn đối với lớp chất lượng cao và nghiên cứu thêm một số biến tiềm ẩn nhằm tăng thêm mức độ xác thực của nghiên cứu. □

## Phụ lục

**Bảng 5: Bảng câu hỏi khảo sát**

Mã câu hỏi	Nội dung câu hỏi
<b>1 Chất lượng tín hiệu</b>	
1.1 Tính rõ ràng	
RR1	Nhà trường cung cấp thông tin về đào tạo chất lượng cao rõ ràng
RR2	Nhà trường cung cấp thông tin về đào tạo chất lượng cao đầy đủ
RR3	Bạn có nhận biết rõ về thông tin đào tạo chất lượng cao mà nhà trường đưa ra
1.2 Tính nhất quán	
NQ1	Các thông tin về đào tạo chất lượng cao nhà trường đưa ra nhất quán
NQ2	Thông tin chung của nhà trường đưa ra không bị khác với thông tin trước đó
NQ3	Những gì bạn nhận được từ nhà trường về đào tạo chất lượng cao là nhất quán
1.3 Tính tin cậy	
TC1	Nhà trường luôn cung cấp đúng như những gì đã giới thiệu
TC2	Ban đào tạo lớp chất lượng cao thực hiện đúng những gì đã hứa
TC3	Bạn thấy tin tưởng hoàn toàn vào nhà trường
<b>2 Đầu tư thương hiệu</b>	
TH1	Nhà trường luôn đầu tư trang thiết bị phục vụ cho các lớp chất lượng cao
TH2	Nhà trường luôn đầu tư quảng cáo hình ảnh trên truyền thông
TH3	Nhà trường có nhiều cơ sở đào tạo
TH4	Nhà trường luôn đầu tư phát triển đội ngũ giảng viên đào tạo chất lượng cao
TH5	Nhà trường luôn tạo ra các hoạt động ngoại khóa cho lớp chất lượng cao
<b>3 Chất lượng đào tạo</b>	
CL1	Trước khi đăng ký học bạn biết chất lượng đào tạo tốt các lớp chất lượng cao
CL2	Nội dung chương trình đào tạo thực tế lớp chất lượng cao tốt
CL3	Giảng viên có kiến thức chuyên môn tốt
CL4	Bạn luôn nói tốt về chất lượng đào tạo lớp chất lượng cao của trường
CL5	Giảng viên truyền đạt tốt những vấn đề muốn nói tới sinh viên
CL6	Trường được đánh giá nằm trong top đầu cả nước
<b>4 Cảm nhận về mức học phí</b>	
MHP1	Bạn thấy hài lòng về mức học phí lớp chất lượng cao của nhà trường
MHP2	Mức học phí phù hợp với những gì nhà trường cung cấp
MHP3	Mức học phí không làm bạn phải bận tâm nhiều



## Tài liệu tham khảo

- Anderson, J.C. & Gerbing, D.W. (1988), 'Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach', *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Chin, W.W., & Todd P.A. (1995), 'On the use, usefulness, and ease of use of structural equation modeling in MIS research: A note of caution', *MIS Quarterly*, 19(2), 237-246.
- Comrey, A.L., & Lee, H.B., (1992), *A first course in factor analysis*, Hillsdale, Erlbaum, New York.
- Dimkpa, Y.O., Eseonu, M.O., & Akpom, U.N. (2004), 'The Impact of College Quality on Tuition: A Hedonic Analysis', *Journal for Economic Educators*, 4(2), 1-7.
- Erdem, T., & Swait, J. (1998), 'Brand Equity as a Signaling Phenomenon', *Journal of Consumer Psychology*, 7(2), 131-157.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. & Tatham, R.L. (2006), *Multivariate Data Analysis*, 6th ed, Upper Saddle River NJ, Prentice –Hall.
- Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc. (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, tập 2, Nhà xuất bản Hồng Đức.
- Huang, T.C., Huang, Y.M., & Yu, F.Y. (2011), 'Cooperative Weblog Learning in Higher Education: Its Facilitating Effects on Social Interaction, Time lag and Cognitive Load', *Education Technology & Society*, 14(1) 95-106.
- Jackson, M.T. (2012), *The production of new potato varieties: technological advances*, Cambridge University Press, 248-261.
- Johnstone, D. B. (1986), *Sharing the Costs of Higher Education: Student Financial Assistance in the United Kingdom, the Federal Republic of Germany, France, Sweden, and the United States*, New York: College Entrance Examination Board.
- Johnstone, D. B. (2002), 'Paying for Learning: The Debate on Student Fees, Grants and Loans in International Perspective', *Special International Issue of The Welsh Journal of Education*, 11(1), 18-36.
- Johnstone, D. B. (2003), 'Cost-Sharing in Higher Education: Tuition, Financial Assistance and Accessibility', *Czech Sociological Review*, 39(3), 351-374.
- Mishra, D.P., Heider, J.B., & Cort, S.G. (1998), 'Information Asymmetry and Levels of Agency Relationships', *Journal of Marketing Research*, 35(3), 277-295.
- Nelson, P. (1970), 'Information and Consumer Behavior', *Journal of Political Economy*, 78(2), 311-329.
- Nguyễn Đình Thọ & Nguyễn Thị Mai Trang (2009), *Nghiên cứu Khoa học trong quản trị kinh doanh*, Nhà xuất bản thống kê.
- Nunally & Bernstein. (1994), *Psychometric Theory*, 3ed, McGraw – Hill, New York.
- Tang, T.L., Hsiung, D.S & Tang, C.S. (2004), 'College tuition and perceptions of private university quality', *International Journal of Educational Management*, 18(5), 304-316.

---

## Thông tin tác giả:

\***Trần Việt Hùng**, Thạc sỹ

- Tổ chức công tác: Trường Cao đẳng Kinh tế Đối ngoại

- Lĩnh vực nghiên cứu của tác giả: Tài chính Công

- Một số tạp chí tiêu biểu mà tác giả đã từng đăng tải công trình nghiên cứu: Tạp chí Tài chính, Tạp chí Kinh tế và Dự báo

- Địa chỉ Email: [truongviethung2007@yahoo.com.vn](mailto:truongviethung2007@yahoo.com.vn)