

The Saigon International  
University



Khóa luận  
tốt nghiệp

Thành phố Hồ Chí Minh - 2023

.....

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

*Ngành*

Quản trị kinh doanh – Marketing

*Đề tài*

**NGHIÊN CỨU VỀ CÁC NHÂN TỐ CỦA MẠNG XÃ HỘI TÁC ĐỘNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH CHỌN TRƯỜNG ĐẠI HỌC TU THỰC CỦA SINH VIÊN GEN Z TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

Giảng viên hướng dẫn:

*TH. S: Phạm Quang Trường*

Sinh viên: *Hứa Thơ Vy*

MSSV: 54011901686



**Lewis Campus**

Email: [admission@siu.edu.vn](mailto:admission@siu.edu.vn)  
Website: [www.siu.edu.vn](http://www.siu.edu.vn)

## LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan rằng luận văn tốt nghiệp "Nghiên cứu các tác động của mạng xã hội đến quyết định chọn đại học tư thục của sinh viên Gen Z tại thành phố Hồ Chí Minh" là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các tài liệu tham khảo được sử dụng trong luận văn đã được dẫn chính xác trong phần tài liệu tham khảo. Các số liệu và kết quả được trình bày trong luận văn là trung thực, và tôi chịu hoàn toàn trách nhiệm và sẵn sàng chấp nhận mọi kiểm luận từ phía bộ môn và nhà trường nếu có sai sót.

*TP. HCM, ngày 07 tháng 07 năm 2023*

**Tác giả đề tài**

**Hứa Thơ Vy**

## LỜI CẢM ƠN

Tôi xin chân thành bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến ThS. Phạm Quang Trường - giảng viên hướng dẫn của tôi tại Trường Đại học Quốc tế Sài Gòn. Trong suốt quá trình viết luận văn tốt nghiệp, Thầy đã dành thời gian và tâm huyết để chỉ dạy và hướng dẫn tôi. Những kiến thức, sự chỉ bảo và những góp ý chân thành từ Thầy đã giúp tôi hoàn thiện và nâng cao chất lượng của cuốn luận này.

Với điều kiện thời gian cũng như kinh nghiệm còn hạn chế của một sinh viên, luận văn này không thể tránh khỏi những thiếu sót. Tôi rất mong nhận được sự chỉ bảo, đóng góp ý kiến của các thầy cô để tôi có điều kiện bổ sung, nâng cao ý thức của mình.

*TP. HCM, ngày 07 tháng 07 năm 2023*

**Tác giả đề tài**

**Hứa Thơ Vy**

**BẢN NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

*TP. HCM, ngày ... tháng ... năm 2023*

*Giảng viên hướng dẫn*

*(Ký và ghi rõ họ tên)*

# MỤC LỤC

DANH MỤC VIẾT TẮT .....	10
DANH MỤC BẢNG.....	11
DANH MỤC HÌNH ẢNH.....	13
DANH MỤC BIỂU ĐỒ VÀ SƠ ĐỒ .....	14
CHƯƠNG 1: CHƯƠNG MỞ ĐẦU .....	1
1.1.SỰ HÌNH THÀNH ĐỀ TÀI VÀ TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI .....	1
1.2.ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU.....	2
1.2.1.    Đối tượng nghiên cứu .....	2
1.2.2.    Phạm vi nghiên cứu .....	2
1.3.MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU .....	3
1.4.Ý NGHĨA CỦA ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU.....	3
1.5.PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU .....	3
1.6.KẾT CẤU CỦA LUẬN VĂN .....	4
Chương 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU .....	5
2.1. TÌNH HÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC TRÊN THẾ GIỚI NÓI CHUNG VÀ VIỆT NAM NÓI RIÊNG .....	5
2.2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT .....	6
2.2.1. Social Media .....	6

2.2.2. Truyền miệng điện tử ( Electronic Word of Mouth – eWOM) .....	8
2.2.3. Gen Z.....	9
2.2.4. Hành vi .....	11
2.2.5. Truyền thông mạng xã hội.....	12
<b>2.3. CÁC MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU NHỮNG NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HÀNH VI NGƯỜI TIÊU DÙNG .....</b>	<b>14</b>
2.3.1. Thuyết lựa chọn (Choice Thoery) .....	14
2.3.2. Mô hình chọn trường đại học của sinh viên (D. W. Chapman, 1981).....	16
2.3.3. Thuyết hành vi hợp lý (TRA) .....	17
2.3.4. Thuyết hành vi có kế hoạch (TPB).....	18
2.3.5. Thuyết hành vi lựa chọn của khách hàng .....	18
2.3.6. Mô hình chấp nhận thông tin (Information Adoption Model – IAM).....	19
<b>2.4. CÁC MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU TRƯỚC ĐÓ.....</b>	<b>20</b>
<b>2.5. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT .....</b>	<b>26</b>
2.5.1. Các nhân tố tác động đến quyết định của Gen Z.....	26
<b>CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>30</b>
<b>3.1. GIỚI THIỆU .....</b>	<b>30</b>
<b>3.2. THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>30</b>
3.2.1. Phương pháp nghiên cứu .....	30
3.2.2. Xác định mẫu nghiên cứu.....	31

3.2.4. Quy trình nghiên cứu.....	32
<b>3.3. THANG ĐO CÁC BIẾN NGHIÊN CỨU TRONG MÔ HÌNH.....</b>	<b>33</b>
3.4. TÓM TẮT.....	36
<b>CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU .....</b>	<b>37</b>
4.1. GIỚI THIỆU.....	37
4.2. THỐNG KÊ MÔ TẢ.....	37
4.3. THỐNG KÊ TRUNG BÌNH.....	39
4.4. KIỂM ĐỊNH ĐỘ TIN CẬY CRONBACH'S ALPHA.....	44
4.5 PHÂN TÍCH CÁC NHÂN TỐ KHÁM PHÁ EFA.....	48
4.6 PHÂN TÍCH NHÂN TỐ HỒI QUY .....	51
4.8 TÓM TẮT .....	51
<b>CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ GIẢI PHÁP .....</b>	<b>55</b>
5.1. KẾT LUẬN BÀI NGHIÊN CỨU.....	55
5.2. GIẢI PHÁP.....	55
5.2.1. Truyền miệng.....	55
5.2.2. Chất lượng thông tin.....	56
5.2.3. Sự hữu ích.....	57
5.3. TÓM TẮT.....	59





## DANH MỤC VIẾT TẮT

STT	Viết tắt	Diễn giải
1	GDDH	Giáo dục Đại học
2	MXH	Mạng xã hội
3	eWOM	Electronic Word of Mouth/Truyền miệng điện tử
4	Gen Z	Generation Z
5	Tp. HCM	Thành phố Hồ Chí Minh

## DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1. Tổng quan tài liệu .....	28
Bảng 2.2. Cơ sở tham khảo nhân tố của mô hình nghiên cứu .....	32
Bảng 3.1. Thang đo các biến.....	39
Bảng 4.1. Thông tin mẫu nghiên cứu .....	42
Bảng 4.2 Thống kê trung bình các biến quan sát Quảng cáo .....	43
Bảng 4.3. Thống kê trung bình các biến quan sát Sự hữu ích .....	44
Bảng 4.4. Thống kê trung bình các biến quan sát Chất lượng thông tin.....	45
Bảng 4.5. Thống kê trung bình các biến quan sát Truyền miệng trên mạng xã hội .....	46
Bảng 4.6. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha .....	51
Bảng 4.7. Kiểm định KMO và Bartlett.....	53
Bảng 4.8. Kiểm định tổng phương sai trích .....	54
Bảng 4.9. Bảng Coeficient .....	53
Bảng 4.10. Anova .....	54
Bảng 4.11. Bảng Correlation .....	55

Bảng 4.12. Hệ số hồi quy..... 55

Bảng 4.13 Kết luận giả thuyết..... 57

## DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 2.1. Mô hình lựa chọn trường đại học của sinh viên (D.W. Chapman,1981).....	18
Hình 2.2. Mô hình lý thuyết hành động hợp lý (TRA).....	19
Hình 2.3. Mô hình thuyết hành vi có kế hoạch (TPB).....	20
Hình 2.4. Mô hình thuyết hành vi lựa chọn của khách hàng .....	21
Hình 2.5. Mô hình chấp nhận thông tin (IAM).....	22
Hình 2.7. Mô hình nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh phổ thông trung học – trường hợp Hà Nội (Nguyễn Thị Kim Chi, 2018).....	23
Hình 2.8. Mô hình nghiên cứu về các tác động của truyền miệng điện tử đến ý định chọn học trường Đại học Sài Gòn (Ha Nam Khanh, Giao, 2022).....	24
Hình 2.9. Mô hình nghiên cứu của Sulaiman Saijlan (2014) về tác động của mạng xã hội đối với Gen Z về ý định chọn các trường Đại học tư thục ở Malaysia .....	24
Hình 2.10. Mô hình nghiên cứu của Trương Trí Thông, Hồ Tiểu bảo và Lê Thùy Dương (2022) về ảnh hưởng của truyền thông mạng xã hội đến ý định du lịch của du khách thế hệ Z ở Việt Nam .....	26
Hình 2.11. Mô hình tác giả đề xuất.....	

## **DANH MỤC BIỂU ĐỒ VÀ SƠ ĐỒ**

Sơ đồ 3.1. Quy trình nghiên cứu đề tài .....	35
--	----

## CHƯƠNG 1: CHƯƠNG MỞ ĐẦU

### 1.1.SỰ HÌNH THÀNH ĐỀ TÀI VÀ TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI

“GDDH đang trải qua một quá trình biến đổi toàn cầu, bao gồm các xu hướng chủ yếu như đại chúng hóa, thị trường hóa, tư nhân hóa và số hóa” (Mok, 2007). Các trường đại học phải thay đổi để thích ứng với môi trường cạnh tranh bằng cách nâng cao chất lượng dịch vụ giáo dục và quản lý doanh nghiệp. “Trong bối cảnh nguồn lực ngày càng khan hiếm, nhiều trường đã cải thiện hoặc thay đổi cấu trúc để hoạt động hiệu quả và phản ứng nhanh chóng” (Ball, 1998).

Tuy nghiên cứu về quyết định lựa chọn trường đại học tại Việt Nam vẫn còn hạn chế. Một số nghiên cứu đã được thực hiện nhưng chủ yếu tập trung vào học sinh lớp 12 và sinh viên đại học (Trần Văn Quý & Cao Hào Thi, 2009; Nguyễn Minh Hà et al., 2011; Mai Thị Ngọc Đào & Anthony Thorpe, 2015; Đỗ Thị Hồng Liên et al., 2015). Tuy nhiên, tiếp cận từ nhóm đối tượng này có hạn chế. Học sinh trung học phổ thông và sinh viên đại học có thể bị ảnh hưởng bởi ràng buộc về điều kiện xét tuyển hoặc trải nghiệm thực tế đã trải qua trong quá trình học tại đại học. Các thay đổi chính sách tuyển sinh từ năm 2015 đã có ảnh hưởng đáng kể đối với học sinh và các trường đại học, mở ra cơ hội tự chủ hơn cho học sinh trung học phổ thông trong việc lựa chọn trường dựa trên năng lực mà ít chịu áp lực điểm sàn. Các trường đại học cũng có sự tự chủ trong công tác tuyển sinh để đáp ứng môi trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt (Williams et al., 2010).

Theo Vnetwork, “Việt Nam có 72,10 triệu người sử dụng dịch vụ internet tính đến quý 1 năm 2022, và sự thâm nhập của truyền thông xã hội đã đạt mức 67% trong tổng số dân Việt Nam. Internet và các trang mạng xã hội như Facebook, Zalo, Twitter đã trở thành yếu tố quan trọng trong lĩnh vực marketing và truyền thông, mở ra nhiều cơ hội cho eWOM (Ninan et al., 2020)”.

dù ảnh hưởng của eWOM đã được nghiên cứu trong nhiều ngành như công nghệ điện tử, bán lẻ, dịch vụ bất động sản, nhưng hiếm khi được tìm thấy trong lĩnh vực giáo dục, đặc biệt là trong quyết định lựa chọn trường đại học. Vì vậy, nghiên cứu này trở nên quan trọng (Erkan & Evan, 2016)”.

Thế hệ Z (Zoomers/Generation Z) là nhóm người sinh sau năm 1994, đã truy cập internet từ khi còn nhỏ và chịu ảnh hưởng lớn từ các phương tiện truyền thông MXH (Williams et al., 2010). Xuất phát từ những lý do trên, tác giả lựa chọn đề tài “Nghiên cứu về các nhân tố của mạng xã hội tác động đến quyết định chọn trường Đại học tư thục của sinh viên Gen Z tại Thành phố Hồ Chí Minh” làm đề tài nghiên cứu của mình.

## **1.2. ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU**

### **1.2.1. Đối tượng nghiên cứu**

Nghiên cứu các nhân tố tác động của mạng xã hội đến quyết định chọn trường của sinh viên Gen Z tại TP. HCM.

### **1.2.2. Phạm vi nghiên cứu**

Đề tài nghiên cứu tập trung tại thành phố Hồ Chí Minh.

Đối tượng tập trung vào các sinh viên Gen Z đã và đang học tại các trường Đại học tư thục tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Thời gian khảo sát và thu thập dữ liệu: 15/03/2023 – 30/06/2023



### 1.3.MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tác động như thế nào đến quyết định sử dụng trường của sinh viên đã và đang học tại trường Đại học tư thục.

Xác định mức độ quan trọng của từng nhân tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường Đại học tư thục của sinh viên Gen Z.

Đưa ra giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả trong công tác tuyển sinh của trường.

### 1.4.Ý NGHĨA CỦA ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU

Kết quả nghiên cứu giúp ban lãnh đạo các trường Đại học tư thục tại Thành phố Hồ Chí Minh xác định yếu tố nào của mạng xã hội là yếu tố quan trọng tác động đến quyết định chọn trường của Gen Z. Từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả trong công tác tuyển sinh của trường.

### 1.5.PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp nghiên cứu mà tác giả sử dụng là Cronbach Alpha (hệ số tin cậy) và phân

tích nhân tố khám phá EFA (exploratory factor analysis), nó được sử dụng như là để sàng lọc thang đo. Để giải quyết tác giả sử dụng phần mềm xử lý dữ liệu SPSS

**Giai đoạn 1:** Trong giai đoạn đầu tiên của nghiên cứu, bắt đầu với một giai đoạn sơ bộ. Phương pháp này bao gồm cả nghiên cứu định tính và định lượng. Nghiên cứu định

tính đã giúp khám phá, điều chỉnh và bổ sung các biến quan sát để đo lường các khái niệm trong nghiên cứu. Để thực hiện nghiên cứu định tính, sử dụng kỹ thuật thảo luận nhóm tập trung.

**Giai đoạn 2:** Cuối cùng, tiến hành nghiên cứu chính thức bằng phương pháp nghiên cứu định lượng. Để thu thập dữ liệu, đã sử dụng phỏng vấn du khách và sử dụng bảng câu hỏi nhằm thu thập thông tin chi tiết và cụ thể.

## **1.6.KẾT CẤU CỦA LUẬN VĂN**

CHƯƠNG 1: CHƯƠNG MỞ ĐẦU

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

CHƯƠNG 3: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

CHƯƠNG 5: GIẢI PHÁP VÀ KẾT LUẬN

## **Chương 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU**

### **2.1. TÌNH HÌNH GIÁO DỤC ĐẠI HỌC TRÊN THẾ GIỚI NÓI CHUNG VÀ VIỆT NAM NÓI RIÊNG**

Thời điểm hiện tại, cảnh quan giáo dục đại học toàn cầu đang trải qua những biến đổi nhanh chóng trên nhiều mặt khác nhau, bao gồm sự đại chúng hóa, thương mại hóa, tư nhân hóa và số hóa. Trước đây, các trường đại học thường được quản lý và hoạt động dựa trên nguyên tắc học thuật, với nguồn tài trợ chủ yếu từ các chính phủ. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, hệ thống giáo dục đại học trên toàn cầu đã trải qua những thay đổi đáng kể. Ở nhiều quốc gia phát triển như Mỹ, Anh, Úc, Nhật Bản, giáo dục đại học dần trở thành một ngành cung cấp dịch vụ tri thức cao cấp, đóng góp quan trọng vào thu nhập quốc gia và GDP thông qua các hoạt động đào tạo và nghiên cứu khoa học, công nghệ.

Trong khu vực ASEAN, nhiều quốc gia như Thái Lan, Malaysia và Philippines đã và đang thực hiện các cải cách trong giáo dục đại học để đa dạng hóa, chuẩn hóa và xây dựng hệ thống đảm bảo chất lượng giáo dục cao hơn. Các quốc gia này đề ra nhiều tiêu chí và chuẩn mực để đánh giá chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ, phát triển cộng đồng (Maringe, 2006). Trong quá trình này, vai trò của chính phủ đã giảm bớt và các trường đại học dần trở thành tổ chức được tài trợ bởi chính phủ chuyển dần sang môi trường cạnh tranh thị trường. Áp lực về nguồn tài trợ công giảm và đại chúng hóa giáo dục đại học đã thúc đẩy các trường tìm kiếm và cạnh tranh theo xu hướng thị trường. Các trường đại học theo mô hình doanh nghiệp không chỉ tập trung vào mục tiêu kinh tế mà còn chú trọng đến việc phát triển, trong khi các trường đại học truyền thống dần mất đi vị thế độc quyền (Mok, 2007).

Trong bối cảnh số lượng học sinh và sinh viên tham gia giáo dục đại học ngày càng gia tăng, cùng với xu hướng xã hội hóa và quyền tự chủ tăng của các trường, cơ sở giáo dục cần linh hoạt và đáp ứng các thay đổi trong môi trường chính trị, kinh tế, xã hội và công nghệ. Do đó, các trường đại học phải thích nghi với sự cạnh tranh khốc liệt bằng cách cải thiện các dịch vụ giáo dục và áp dụng các phương pháp quản trị doanh nghiệp hiệu quả (Mok, 2007). Các trường đại học đã phải đối mặt với áp lực cạnh tranh và cải tiến cơ cấu để hoạt động hiệu quả và đưa ra các quyết định chính xác trong bối cảnh nguồn lực khan hiếm (Ball, 1998). Ngoài ra, để tăng lợi thế cạnh tranh, các trường đại học cần tập trung vào việc thiết lập đối tác với học sinh và sinh viên như khách hàng và tăng cường hoạt động tiếp thị và tương tác với họ (Gray, Fam & Llanes, 2003). Ngoài ra, các trường đại học cũng phải đáp ứng các yêu cầu của nhiều bên liên quan khác nhau, bao gồm người học và gia đình, mong muốn một môi trường học tập tốt và bằng cấp phù hợp với đầu tư tài chính, và quyền đòi hỏi một kết quả xứng đáng; nhà tuyển dụng, mong muốn tuyển dụng những sinh viên tốt nghiệp có trình độ chuyên môn, kỹ năng và phẩm chất đạo đức tốt; và xã hội mong đợi những sinh viên tốt nghiệp đóng góp vào sự phát triển của đất nước. Mỗi bên có những mong đợi riêng, và do đó, các trường đại học cần xem xét lại ý nghĩa tồn tại của mình và nâng cao vai trò của mình đối với xã hội. Trường đại học không chỉ là nơi cấp bằng cho người học, mà còn là nơi cung cấp kiến thức, kinh nghiệm và giá trị mà họ thu thập được sau 4 đến 5 năm học tập.

## **2.2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT**

### **2.2.1. Social Media**

Social media là một thuật ngữ đại diện cho các nền tảng trực tuyến và ứng dụng công nghệ thông tin, cho phép người dùng tạo lập và chia sẻ nội dung, thông tin, ý kiến, và tương tác với nhau