

## ẢNH HƯỞNG CỦA THƯƠNG HIỆU TRƯỜNG ĐẠI HỌC LẠC HỒNG ĐẾN CƠ HỘI VIỆC LÀM CỦA SINH VIÊN SAU KHI RA TRƯỜNG

Trần Văn Quyền, Đinh Tuấn Khôi, Lại Thị Thủy, Huỳnh Thị Thanh Ngân, Lưu Yên Vy, Trịnh Thị Ngọc Phượng, Phạm Thị Ngọc Thạch, Nguyễn Thị Thanh Hiền, Nguyễn Gia Cát Vy, Nguyễn Khánh Ly, Nguyễn Ngọc Phương Khôi, Lê Quốc Đình\*

*Trường Đại học Lạc Hồng, Huỳnh Văn Nghệ, Trần Biên, Đông Nai, Việt Nam*

\* Tác giả liên hệ: [dinh1q@lhu.edu.vn](mailto:dinh1q@lhu.edu.vn)

### THÔNG TIN BÀI BÁO

Ngày nhận: 20/03/2025  
Ngày hoàn thiện: 22/04/2025  
Ngày chấp nhận: 29/08/2025  
Ngày đăng: 31/03/2026

### TỪ KHÓA

Cơ hội việc làm;  
Chất lượng thương hiệu.

### TÓM TẮT

Trong thị trường lao động ngày càng cạnh tranh, sinh viên mới tốt nghiệp, đặc biệt là sinh viên Trường Đại học Lạc Hồng, cần được trang bị đầy đủ kỹ năng và kiến thức để gia tăng cơ hội việc làm. Nghiên cứu này nhấn mạnh vai trò quan trọng của Thương hiệu nhà trường (THNT) trong việc nâng cao khả năng tìm kiếm việc làm của sinh viên. Kết quả phân tích hồi quy bội cho thấy kỹ năng mềm (KNM) có tác động mạnh nhất đến cơ hội việc làm, nhấn mạnh rằng khả năng giao tiếp, làm việc nhóm và giải quyết vấn đề là những yếu tố quan trọng giúp sinh viên có lợi thế cạnh tranh. Trình độ ngoại ngữ (TĐNN) cũng có ảnh hưởng đáng kể, phản ánh nhu cầu ngày càng cao của doanh nghiệp đối với nhân sự có khả năng sử dụng ngoại ngữ. Thái độ đối với thương hiệu nhà trường (THNT) cũng là một yếu tố quan trọng, cho thấy sinh viên có nhận thức tích cực và tự hào về trường sẽ dễ dàng tiếp cận cơ hội việc làm hơn nhờ danh tiếng và uy tín của nhà trường trong mắt nhà tuyển dụng. Kiến thức chuyên môn (KTCM) và chương trình đào tạo (CTĐT) cũng đóng vai trò nền tảng giúp sinh viên đáp ứng yêu cầu công việc. Thương hiệu của Trường Đại học Lạc Hồng, đặc biệt là việc đạt chuẩn kiểm định AUN-QA, đã góp phần nâng cao giá trị của sinh viên trên thị trường lao động.

## THE IMPACT OF LAC HONG UNIVERSITY'S BRAND ON STUDENTS' EMPLOYMENT OPPORTUNITIES

Tran Van Quyen, Dinh Tuan Khoi, Lai Thi Thuy, Huynh Thi Thanh Ngan, Luu Yen Vy, Trinh Thi Ngoc Phuong, Pham Thi Ngoc Thach, Nguyen Thi Thanh Hien, Nguyen Gia Cat Vy, Nguyen Khanh Ly, Nguyen Ngoc Phuong Khoi, Le Quoc Dinh\*

*Lac Hong University, Huynh Van Nghe, Tran Bien, Dong Nai, Vietnam*

\*Corresponding Author: [dinh1q@lhu.edu.vn](mailto:dinh1q@lhu.edu.vn)

### ARTICLE INFO

Received: Mar 20<sup>th</sup>, 2025  
Revised: Apr 22<sup>nd</sup>, 2025  
Accepted: Aug 29<sup>th</sup>, 2025  
Published: Mar 31<sup>st</sup>, 2026

### KEYWORDS

Employment opportunities;  
Brand quality.

### ABSTRACT

In an increasingly competitive labor market, recent graduates, especially those from Lac Hong University, need to be equipped with comprehensive skills and knowledge to enhance their job opportunities. This study emphasizes the critical role of the university's brand in improving students' employability. The results of multiple regression analysis reveal that soft skills have the strongest impact on job opportunities, highlighting that communication, teamwork, and problem-solving abilities are key factors providing students with a competitive edge. Language proficiency also significantly influences employability, reflecting the growing demand from businesses for employees with foreign language capabilities. Additionally, attitudes toward the university's brand are an important factor, indicating that students who hold positive perceptions and pride in their institution can access job opportunities more easily thanks to the university's reputation and credibility with employers. Specialized knowledge and training programs also serve as foundational elements, helping students meet job requirements. Lac Hong University's brand, particularly its achievement of AUN-QA accreditation, has contributed to enhancing the value of its graduates in the labor market.

## 1. GIỚI THIỆU

Vấn đề thất nghiệp trong giới trẻ hiện nay đang trở thành một thách thức nghiêm trọng trên toàn cầu. Tại Anh, Bộ trưởng Việc làm Chris Graling đã mô tả tình trạng này như “những quả bom nổ chậm”, phản ánh sự cấp bách của vấn đề. Ở Việt Nam, tình hình việc làm cho sinh viên (SV) sau khi tốt nghiệp cũng đang thu hút sự chú ý của xã hội, đặc biệt là đối với những bạn trẻ vừa rời khỏi giảng đường và đang tìm kiếm cơ hội việc làm.

Theo thống kê của Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội năm 2025, cả nước có khoảng 100 triệu dân số, trong đó khoảng 70 triệu người trong độ tuổi lao động. Mặc dù tỷ lệ thất nghiệp chung không quá cao, nhưng con số hơn 200.000 lao động có trình độ đại học và thạc sĩ vẫn chưa tìm được việc làm là một tín hiệu đáng lo ngại, cho thấy sự không đồng đều trong việc kết nối giữa giáo dục và nhu cầu thực tế của thị trường lao động.

Trong bối cảnh nền kinh tế toàn cầu ngày càng phát triển và biến động, thị trường lao động hiện nay đối diện với sự cạnh tranh khốc liệt, đặc biệt là đối với các sinh viên mới ra trường. Đặc biệt, trong bối cảnh hội nhập quốc tế, các doanh nghiệp đang tìm kiếm những ứng viên không chỉ có kiến thức chuyên môn vững vàng mà còn có khả năng giao tiếp và làm việc hiệu quả trong môi trường đa văn hóa. Tìm kiếm việc làm không chỉ là một thách thức đối với sinh viên mà còn là một cơ hội quan trọng giúp họ bắt đầu sự nghiệp và đóng góp cho sự phát triển của nền kinh tế. Vì vậy, việc nắm bắt và trang bị đầy đủ các kỹ năng cần thiết là yếu tố then chốt giúp sinh viên nâng cao khả năng cạnh tranh và cải thiện cơ hội nghề nghiệp. Đồng thời, sự hỗ trợ của các trường đại học trong việc cung cấp chương trình đào tạo phù hợp, cải thiện kỹ năng cho sinh viên và xây dựng thương hiệu của nhà trường cũng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra những cơ hội việc làm cho sinh viên sau khi tốt nghiệp. Chính vì vậy, việc nghiên cứu các yếu tố tác động đến cơ hội việc làm của sinh viên trở nên vô cùng cần thiết và cấp bách.

Tại Việt Nam, đặc biệt là ở các thành phố lớn như Biên Hòa, nơi có sự phát triển mạnh mẽ của các khu công nghiệp (KCN) và doanh nghiệp (DN), sinh viên Trường Đại học Lạc Hồng đang phải đối mặt với một thị trường lao động đầy cạnh tranh và khốc liệt. Mặc dù nhà trường đã nỗ lực không ngừng trong việc đào tạo và cung cấp nguồn nhân lực chất lượng, nhưng thực tế cho thấy nhiều sinh viên vẫn gặp khó khăn trong việc tìm kiếm việc làm phù hợp với chuyên môn và năng lực của mình.

Nghiên cứu này nhằm mục đích phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tìm kiếm việc làm của sinh viên Đại học Lạc Hồng, trong đó có thương hiệu trường học. Thương hiệu trường học là hình ảnh, uy tín và giá trị mà một trường học xây dựng và duy trì trong mắt cộng đồng, đặc biệt là trong mắt sinh viên, phụ huynh và nhà tuyển dụng. Thương hiệu trường học không chỉ là tên tuổi của trường mà còn phản ánh mức độ tin tưởng và uy tín mà trường nhận được từ xã hội. Ngoài ra, chúng tôi còn xem xét các yếu tố khác như trình độ học vấn, kỹ năng mềm, kinh nghiệm thực tập, mạng lưới quan hệ xã hội, và sự phù hợp giữa chương trình đào tạo và nhu cầu của thị trường lao động. Bằng cách hiểu rõ những yếu tố này,

chúng ta có thể đề xuất những giải pháp thiết thực nhằm nâng cao khả năng tìm kiếm việc làm cho sinh viên, đồng thời góp phần vào sự phát triển bền vững của nền kinh tế địa phương.

Nghiên cứu này không chỉ mang lại cái nhìn sâu sắc về thực trạng việc làm của sinh viên mà còn mở ra hướng đi mới cho các cơ sở giáo dục trong việc điều chỉnh chương trình đào tạo, nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của doanh nghiệp và thị trường. Qua đó, hy vọng rằng sinh viên sẽ có thể tự tin hơn khi bước vào môi trường lao động, góp phần xây dựng một lực lượng lao động trẻ năng động và sáng tạo cho tương lai.

## 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

### 2.1 Khái niệm về việc làm và cơ hội việc làm

Ở góc độ pháp lý, khái niệm việc làm cũng được tiếp cận một cách cụ thể hơn. Theo Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO, 2013) [1], “người có việc làm” được định nghĩa là những người đang thực hiện công việc nào đó để nhận tiền công, lợi nhuận hoặc được thanh toán bằng hiện vật; đồng thời bao gồm cả những người tham gia vào hoạt động tự tạo việc làm vì lợi ích cá nhân hoặc vì thu nhập cho gia đình, dù không nhận được tiền công hay hiện vật.

Theo quan niệm của Việt Nam: Theo điều 13 Bộ luật Lao động Việt Nam: " Mọi hoạt động tạo ra thu nhập và không bị pháp luật cấm đều được thừa nhận là việc làm".

Từ các định nghĩa trên cho thấy, việc làm được cấu thành bởi 3 yếu tố: (1) Là hoạt động lao động: thể hiện tác động của sức lao động vào tư liệu sản xuất để tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ yếu tố lao động trong việc làm phải có tính hệ thống, thường xuyên và tính ng nghiệp. (2) Tạo ra thu nhập: Là khoản thu nhập trực tiếp và khả năng tạo ra thu nhập. (3) Hoạt động này phải hợp pháp: Tất cả hoạt động lao động tạo ra thu nhập phải đảm bảo tuân thủ pháp luật thì được coi là việc làm, những hoạt động lao động tạo ra thu nhập nhưng trái pháp luật và không được pháp luật thừa nhận thì không được coi là việc làm.

### 2.2 Các lý thuyết nền tảng

*Lý thuyết Cung – Cầu lao động* giúp giải thích tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến cơ hội việc làm của sinh viên thông qua mối quan hệ giữa số lượng sinh viên tốt nghiệp và nhu cầu tuyển dụng của doanh nghiệp. Nếu một ngành có nhiều sinh viên ra trường nhưng nhu cầu tuyển dụng thấp, sự cạnh tranh sẽ cao, khiến cơ hội việc làm giảm và mức lương khởi điểm thấp. Ngược lại, nếu doanh nghiệp có nhu cầu cao nhưng ít sinh viên đáp ứng được yêu cầu, cơ hội việc làm sẽ rộng mở với mức lương hấp dẫn hơn. Theo Borjas (2010) [2], cung lao động trong thị trường việc làm được xác định bởi các cá nhân sẵn sàng và có khả năng làm việc ở một mức lương nhất định, trong khi cầu lao động đến từ các doanh nghiệp tìm kiếm nhân sự phù hợp với nhu cầu sản xuất – kinh doanh. Khi cung vượt cầu, tỷ lệ thất nghiệp gia tăng; khi cầu vượt cung, người lao động có nhiều cơ hội lựa chọn và đảm bảo mức lương cao hơn. Ngoài ra, sự phát triển của công nghệ, xu hướng thị trường và chính sách giáo dục cũng ảnh hưởng đến cung – cầu lao động, buộc sinh viên phải linh hoạt nâng cao kỹ năng để thích nghi (Autor, 2015) [3]. Lý thuyết này giúp nhấn mạnh rằng sinh viên không chỉ cần

có bằng cấp mà còn phải hiểu rõ nhu cầu thị trường để tăng khả năng cạnh tranh khi tìm việc.

*Lý thuyết Học tập trải nghiệm* Kolb (1984) [4] là một lý thuyết về quá trình học tập dựa trên trải nghiệm thực tế, trong đó người học phát triển kiến thức và kỹ năng thông qua chu kỳ trải nghiệm liên tục. Theo Kolb, học tập không chỉ dừng lại ở việc tiếp nhận thông tin mà còn bao gồm việc trải nghiệm, suy ngẫm và áp dụng kiến thức vào thực tế. Mô hình này được xây dựng dựa trên quan điểm rằng người học đạt được hiệu quả cao nhất khi họ thực sự trải qua các tình huống thực tế, rút ra bài học từ chính những trải nghiệm đó, và sau đó áp dụng các bài học này vào những tình huống mới. Hiện nay việc tuyển dụng đòi hỏi sinh viên phải có kinh nghiệm làm việc trước đó, bên cạnh đó các kỹ thực tập là rất cần thiết với sinh viên giúp nâng cao cơ hội việc làm.

*Lý thuyết Vốn con người* do Becker (1964) [5] phát triển nhấn mạnh rằng con người là một dạng vốn, trong đó việc đầu tư vào giáo dục, đào tạo và kỹ năng sẽ làm tăng năng suất lao động cũng như cơ hội việc làm. Theo lý thuyết này, những cá nhân có trình độ học vấn cao hơn, kỹ năng chuyên môn tốt hơn sẽ có lợi thế cạnh tranh trên thị trường lao động và có mức thu nhập cao hơn. Trong bối cảnh hiện nay, vốn con người không chỉ bao gồm kiến thức chuyên môn mà còn mở rộng sang nhiều yếu tố khác như chương trình đào tạo, trình độ công nghệ thông tin và trình độ ngoại ngữ. Một chương trình đào tạo chất lượng, được thiết kế phù hợp với nhu cầu thực tiễn, sẽ giúp sinh viên trang bị tốt hơn về kiến thức và kỹ năng nghề nghiệp.

### **2.3 Khảo lược các nghiên cứu có liên quan**

Nhiều nghiên cứu trước đây đã cho thấy rằng, có nhiều yếu tố khác nhau ảnh hưởng đến khả năng tìm được việc làm của sinh viên sau khi ra trường. Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu này chủ yếu tập trung vào các kỹ năng cá nhân, chương trình đào tạo hoặc nhu cầu thị trường, mà chưa xem xét sâu vai trò của thương hiệu nhà trường trong quá trình tìm kiếm việc làm của sinh viên.

Theo Nguyễn Trung Tiến và cộng sự (2020) [6] cho rằng kỹ năng cứng là một trong những yếu tố tác động mạnh mẽ nhất đến cơ hội việc làm của sinh viên. Cụ thể, đây là những kỹ năng chuyên môn, kỹ thuật mà sinh viên tích lũy được qua quá trình học tập và thực hành, như công nghệ thông tin, thiết kế đồ họa hay ngoại ngữ. Nhà tuyển dụng thường ưu tiên những ứng viên có kỹ năng cứng vững vàng vì họ có thể nhanh chóng thích nghi và đáp ứng yêu cầu công việc.

Một nghiên cứu khác của Lê Thị Lan và cộng sự (2016) [7] nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng có việc của sinh viên ĐH Ngoại thương sau khi tốt nghiệp. Kết quả hồi quy bội cho thấy biến số điểm đầu vào, điểm tốt nghiệp, điểm tiếng anh, xếp loại bằng tốt nghiệp đều có tác động cùng chiều tới xác suất có việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp. Ngoài ra, những sinh viên trong quá trình đi học có tham gia hoạt động ngoại khóa, tham gia các khóa học kỹ năng mềm và đi làm thêm trước khi tốt nghiệp, thì xác suất mà sinh viên đó có việc làm sẽ cao hơn sinh viên không tham gia hoạt động trên.

Trần Thị Xuân Viên (2023) [8] đã nghiên cứu 260 sinh viên sau khi tốt nghiệp khối ngành kinh doanh và quản lý tại Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM

năm 2022. Kết quả cho thấy ba nhân tố Trình độ ngoại ngữ, Ý thức làm việc, Chương trình đào tạo có tác động mạnh nhất đến khả năng tìm việc làm của sinh viên. Bên cạnh đó còn có các yếu tố khác như Kết quả học tập, Kỹ năng cứng, Kỹ năng mềm, Kỹ năng làm việc, Thương hiệu nhà trường và Quan hệ xã hội. Trong số đó, thương hiệu nhà trường được đề cập nhưng chưa được phân tích chuyên sâu về mức độ tác động cụ thể.

Nguyễn Thị Diễm Hằng và Ngô Mỹ Trân (2019) [9] nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tìm việc làm của cựu sinh viên Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học An Giang. Số liệu được thu thập thông qua khảo sát 200 cựu sinh viên tốt nghiệp giai đoạn 2012 - 2015. Kết quả phân tích hồi quy nhị phân cho thấy có năm yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tìm việc làm bao gồm quan hệ xã hội, xếp loại tốt nghiệp, kiến thức, kỹ năng cơ bản và kỹ năng ứng dụng. Dựa trên kết quả nghiên cứu này, một số hàm ý chính sách được đề xuất nhằm nâng cao khả năng tìm việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp. Đối với sinh viên, khi đang học, sinh viên cần phấn đấu để tốt nghiệp ra trường đạt kết quả thật cao. Ngoài ra, việc giữ mối liên hệ thường xuyên với thầy cô, bạn bè và anh chị sinh viên khóa trên cũng tạo thuận lợi cho quá trình tìm việc. Bên cạnh đó, nhà trường cũng cần thường xuyên xây dựng, duy trì mối quan hệ chặt chẽ với doanh nghiệp. Đồng thời, giảng viên cần chú ý hơn các hoạt động rèn luyện kỹ năng cho sinh viên trong quá trình giảng dạy.

Ngoài ra, Nguyễn Thị Thu Tâm và Trần Tri Khiêm (2022) [10] đã thực hiện nghiên cứu nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến cơ hội việc làm của sinh viên Trường Đại học Nam Cần Thơ sau khi tốt nghiệp. Bằng cách kết hợp phương pháp định tính để xây dựng mô hình nghiên cứu và phương pháp định lượng để đo lường mức độ tác động của các nhân tố, nghiên cứu đã phân tích dữ liệu khảo sát từ 270 sinh viên tốt nghiệp. Kết quả hồi quy cho thấy có năm yếu tố chính ảnh hưởng đến cơ hội việc làm của sinh viên theo mức độ quan trọng giảm dần, bao gồm: Kỹ năng mềm, Khả năng làm việc, Kiến thức chuyên môn, Kết quả học tập và Quan hệ xã hội. Ngoài ra, nghiên cứu cũng chỉ ra rằng không có sự khác biệt đáng kể về ảnh hưởng của các yếu tố này giữa các nhóm giới tính, nhưng có sự khác biệt theo ngành học của cựu sinh viên. Dựa trên những phát hiện này, nghiên cứu đã đề xuất các hàm ý quản trị nhằm nâng cao cơ hội việc làm cho sinh viên sau khi tốt nghiệp.

Đối với các nghiên cứu quốc tế:

Byrne (2020) [12] đã tiến hành một thí nghiệm khảo sát để đánh giá tầm quan trọng của các đặc điểm cá nhân, kỹ năng làm việc và thành tích học tập đối với khả năng được tuyển dụng của sinh viên tốt nghiệp. Kết quả cho thấy các yếu tố như kinh nghiệm làm việc, học tập ở nước ngoài và kỹ năng mềm có ảnh hưởng đáng kể đến đánh giá của nhà tuyển dụng về khả năng tuyển dụng của sinh viên. Ma'dan và cộng sự (2020) [13] đã nghiên cứu chiến lược của các trường đại học công lập Malaysia trong việc nâng cao năng lực và cơ hội việc làm cho sinh viên tốt nghiệp. Thông qua phương pháp định tính tại tám trường đại học, kết quả cho thấy các trường đang nỗ lực cải tiến chương trình đào tạo và tăng cường hợp tác với doanh nghiệp nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường lao động. Tuy nhiên, nghiên cứu cũng chỉ ra rằng cần có những cải cách sâu

hơn ở cấp thể chế để nâng cao hiệu quả đào tạo và phát triển năng lực sinh viên một cách bền vững. Jackson và cộng sự (2022) [14] đã khảo sát 183 nhà tuyển dụng tại Úc và phát hiện rằng sinh viên cần phát triển các loại vốn như vốn con người, xã hội và văn hóa trong thời gian học đại học để tăng khả năng được tuyển dụng.

## 2.4 Khoảng trống nghiên cứu

Từ các nghiên cứu trên, có thể thấy rằng mặc dù đã có nhiều nghiên cứu phân tích các yếu tố tác động đến cơ hội việc làm của sinh viên, nhưng vai trò của thương hiệu nhà trường vẫn chưa được nghiên cứu sâu sắc và tách biệt như một yếu tố độc lập. Điều này đặt ra nhu cầu nghiên cứu kỹ hơn về ảnh hưởng của thương hiệu trường đại học đối với khả năng tìm việc làm của sinh viên, nhằm bổ sung vào hệ thống lý luận và thực tiễn về vấn đề này. Đặc biệt, trong bối cảnh nhiều trường đại học tại Việt Nam đang nỗ lực nâng cao uy tín và chất lượng đào tạo, việc đạt các chuẩn kiểm định quốc tế như AUN-QA (ASEAN University Network – Quality Assurance) trở thành một lợi thế cạnh tranh quan trọng. Trường Đại học Lạc Hồng trở thành trường đại học đầu tiên tại Đông Nam Á nói chung và tại Việt Nam nói riêng, được công nhận đạt chuẩn chất lượng AUN-QA cấp cơ sở giáo dục, là minh chứng cho xu hướng này. Việc đạt được chuẩn kiểm định khu vực không chỉ khẳng định chất lượng đào tạo mà còn có thể ảnh hưởng đến cơ hội việc làm của sinh viên tốt nghiệp. Do đó, cần có những nghiên cứu cụ thể để đánh giá xem liệu việc một trường đại học đạt chuẩn AUN-QA có tác động tích cực đến khả năng tìm kiếm việc làm của sinh viên hay không, từ đó đưa ra các đề xuất phù hợp cho cả nhà trường và sinh viên trong việc nâng cao lợi thế cạnh tranh trên thị trường lao động.

## 2.5 Phát triển giả thuyết

Chương trình đào tạo có tác động lớn đến cơ hội việc làm của người học. Nếu được thiết kế tốt, nó giúp trang bị kiến thức chuyên môn, kỹ năng thực tế, mở rộng cơ hội việc làm và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động. Đồng thời, chương trình hiện đại còn phát triển kỹ năng mềm, giúp sinh viên thích nghi nhanh với công việc. Tuy nhiên, nếu quá nặng về lý thuyết, không cập nhật theo nhu cầu thị trường hoặc thiếu tính thực tiễn, sinh viên có thể gặp khó khăn khi tìm việc. Ngoài ra, chi phí đào tạo cao nhưng không đi kèm chất lượng phù hợp cũng ảnh hưởng đến cơ hội nghề nghiệp. Vì vậy, một chương trình đào tạo hiệu quả cần cân bằng giữa lý thuyết và thực hành, gắn kết với doanh nghiệp để đáp ứng nhu cầu thực tế. Kết quả này được khẳng định trong nghiên cứu trước đây của Trần Thị Xuân Viên (2023) [8]. Do đó trong nghiên cứu này chúng tôi thiết lập giả thuyết như sau:

*H1: Chương trình đào tạo tác động tích cực đến cơ hội việc làm của sinh viên trường Đại học Lạc Hồng*

Kiến thức chuyên môn đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao cơ hội việc làm của sinh viên sau tốt nghiệp. Trương Thị Tuyết Nhung (2024) [11] cũng cho rằng yếu tố này có tác động đến cơ hội việc làm của sinh viên. Khi được trang bị nền tảng kiến thức vững chắc, sinh viên có thể đáp ứng tốt yêu cầu công việc, nhanh chóng thích nghi với môi trường làm việc và thực hiện hiệu quả các nhiệm vụ chuyên môn. Bên cạnh đó, kiến thức chuyên môn sâu rộng giúp sinh viên tự tin hơn khi ứng tuyển,

nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động. Nhà tuyển dụng cũng ưu tiên những ứng viên có hiểu biết chuyên sâu, có thể áp dụng kiến thức vào thực tế, góp phần nâng cao chất lượng công việc. Vì vậy, việc học tập và rèn luyện kiến thức chuyên môn là yếu tố then chốt giúp sinh viên gia tăng cơ hội việc làm sau khi ra trường. Do đó, chúng tôi thiết lập giả thuyết như sau:

*H2: Kiến thức chuyên môn ảnh hưởng tích cực đến cơ hội việc làm của sinh viên trường Đại học Lạc Hồng*

Theo Trương Thị Tuyết Nhung (2024) [11] Kỹ năng mềm có ảnh hưởng tích cực đến cơ hội việc làm của sinh viên, giúp họ dễ dàng hòa nhập và phát triển trong môi trường làm việc chuyên nghiệp. Nhà tuyển dụng không chỉ đánh giá ứng viên dựa trên kiến thức chuyên môn mà còn quan tâm đến kỹ năng giao tiếp, làm việc nhóm, giải quyết vấn đề và quản lý thời gian. Sinh viên có kỹ năng mềm tốt thường tạo ấn tượng mạnh, thể hiện sự linh hoạt và thích ứng nhanh với công việc. Ngược lại, nếu thiếu kỹ năng mềm, họ có thể gặp khó khăn trong giao tiếp, làm việc nhóm và xử lý tình huống, làm giảm cơ hội được tuyển dụng và thăng tiến. Vì vậy, rèn luyện kỹ năng mềm là yếu tố quan trọng giúp sinh viên nâng cao lợi thế cạnh tranh trên thị trường lao động. Do đó, chúng tôi đã đưa ra giả thuyết như sau:

*H3: Kỹ năng mềm có tác động tích cực đến cơ hội việc làm của sinh viên trường Đại học Lạc Hồng.*

Trình độ ngoại ngữ có ảnh hưởng tích cực đến cơ hội việc làm của sinh viên. Trong thời đại hội nhập, nhiều doanh nghiệp yêu cầu nhân viên có khả năng sử dụng ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh, để giao tiếp và làm việc với đối tác quốc tế. Sinh viên giỏi ngoại ngữ có thể tiếp cận nhiều cơ hội việc làm hấp dẫn với mức lương cao hơn và môi trường làm việc chuyên nghiệp. Ngoài ra, khả năng sử dụng ngoại ngữ giúp sinh viên tiếp cận nguồn tài liệu phong phú, nâng cao kỹ năng chuyên môn và mở rộng mối quan hệ. Điều này đã được đề cập trong nghiên cứu của Nguyễn Trung Tiến và cộng sự (2020) [3]. Tuy nhiên, nếu trình độ ngoại ngữ kém, sinh viên có thể bị hạn chế trong việc tìm kiếm công việc phù hợp, thậm chí đánh mất cơ hội vào tay ứng viên khác có năng lực ngoại ngữ tốt hơn. Vì vậy, rèn luyện và nâng cao trình độ ngoại ngữ là điều cần thiết để gia tăng lợi thế cạnh tranh trong thị trường lao động. Do đó, chúng tôi đưa ra giả thuyết sau:

*H4: Trình độ ngoại ngữ ảnh hưởng tích cực đến cơ hội việc làm của sinh viên trường Đại học Lạc Hồng.*

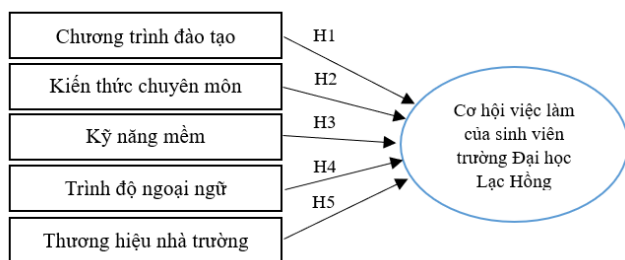
Thương hiệu nhà trường có tác động lớn đến cơ hội việc làm của sinh viên, đặc biệt là đối với Trường Đại học Lạc Hồng. Đầu tiên, thương hiệu mạnh giúp sinh viên dễ dàng thu hút sự chú ý từ nhà tuyển dụng, vì các nhà tuyển dụng tin rằng sinh viên của những trường có uy tín được đào tạo bài bản và có năng lực chuyên môn cao. Thêm vào đó, Trường Đại học Lạc Hồng đã xây dựng các chương trình hợp tác với doanh nghiệp, tạo ra những cơ hội nghề nghiệp cho sinh viên ngay từ khi còn học. Mạng lưới cựu sinh viên của trường cũng là một yếu tố quan trọng, giúp sinh viên dễ dàng kết nối và chia sẻ cơ hội nghề nghiệp qua các mối quan hệ được xây dựng trong quá trình học tập. Tuy nhiên, tác động của thương hiệu cũng có thể tiêu cực nếu sinh viên quá phụ thuộc vào danh tiếng của trường mà thiếu các kỹ năng thực tế. Trong bối cảnh hiện

nay, nhà tuyển dụng không chỉ chú trọng vào tên tuổi trường mà còn xem trọng các kỹ năng thực tế và thái độ làm việc của ứng viên.

Do vậy, chúng tôi đã thiết lập giả thuyết như sau:

*H5: Thương hiệu nhà trường có ảnh hưởng tích cực đến cơ hội việc làm của sinh viên trường Đại học Lạc Hồng.*

Dựa trên các nghiên cứu đã lược khảo, chúng tôi đề xuất mô hình nghiên cứu gồm sáu biến độc lập: Chương trình đào tạo, Kiến thức chuyên môn, Kỹ năng mềm, Trình độ ngoại ngữ, Quan hệ xã hội và Thương hiệu nhà trường. Việc lựa chọn các biến này được dựa trên cơ sở lý thuyết và thực tiễn từ nhiều nghiên cứu trước như Nguyễn Trung Tiến và cộng sự (2020), Trần Thị Xuân Viên (2023), Trương Thị Tuyết Nhung (2024), và Nguyễn Thị Thu Tâm & Trần Tri Khiêm (2022), cho thấy chúng có tác động đáng kể đến khả năng tìm việc làm của sinh viên sau tốt nghiệp. Các yếu tố này phản ánh cả năng lực học thuật, kỹ năng ứng dụng và mức độ sẵn sàng hội nhập thị trường lao động, đồng thời bao hàm cả yếu tố bên ngoài như sự công nhận từ phía doanh nghiệp đối với thương hiệu của nhà trường. (Hình 1)



Hình 1. Thiết lập mô hình nghiên cứu

### 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu này xác định kích thước mẫu dựa trên yêu cầu của phân tích yếu tố khám phá (EFA) và hồi quy tuyến tính bội. Đối với EFA, kích thước mẫu tối thiểu được tính theo công thức  $N = 5 * \text{Số biến quan sát}$ . Với 28 biến quan sát, kích thước mẫu là 140. Đối với hồi quy tuyến tính bội, kích thước mẫu tối thiểu tính theo công thức  $N = 8 * P + 50$  (Nguyễn Đình Thọ, 2014) [15], với 6 biến độc lập, cỡ mẫu là  $N = 98$ . Nghiên cứu chọn kích thước mẫu là 160, đáp ứng yêu cầu cho cả hai phương pháp. Phương pháp chọn mẫu là ngẫu nhiên, thu thập dữ liệu từ cựu sinh viên đã từng học tại đại học Lạc Hồng. Sau khi loại trừ 10 khảo sát không hợp lệ (6 khảo sát chỉ chọn 1 đáp án duy nhất và 4 khảo sát có tỷ lệ câu bỏ trống trên 50%), kích thước mẫu cuối cùng còn 150 cựu sinh viên.

Độ tin cậy của thang đo được đánh giá bằng hệ số Cronbach's Alpha và hệ số tương quan tổng biến. Hệ số Cronbach's Alpha dao động từ 0 đến 1, với giá trị cao hơn cho thấy độ tin cậy lớn hơn. Các biến có hệ số tương quan tổng biến dưới 0.3 sẽ bị loại bỏ. Thang đo chỉ được giữ lại nếu hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0.6 (Hair và cộng sự, 1998) [16]. Phân tích nhân tố khám phá (EFA) EFA kiểm tra sự hội tụ của các biến thành phần liên quan đến khái niệm. Mô hình EFA hợp lý khi chỉ số KMO  $\geq 0.5$  (Hair và cộng sự, 1998) [16] và kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê ( $\text{Sig} \leq 0.05$ ). Hệ số tải (factor loading) đo lường mức độ liên quan giữa biến và nhân tố; biến có hệ số tải <

0.5 sẽ bị loại. Phương pháp rút trích nhân tố là Principal Axis Factoring với xoay Promax, yêu cầu tổng phương sai trích  $\geq 50\%$  (Gerbing & Anderson, 1988) [17]. Phân tích hồi quy bội Mô hình hồi quy bội sử dụng nhiều biến độc lập để mô hình hóa dữ liệu thực tế và xác định mối liên hệ giữa các yếu tố và chất lượng dịch vụ mặt đất.

## 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

### 4.1 Thông tin lấy mẫu

Bảng 1. Thông tin của 150 quan sát thu thập

Thông tin mẫu	Số lượng	Tỷ lệ (%)
<b>1. Giới tính</b>		
Nữ	61	40,7
Nam	89	59,3
<b>2. Độ tuổi</b>		
22-26	58	38,7
27-34	45	30,0
35-41	30	20,0
Trên 41	17	11,3
<b>3. Nghề nghiệp</b>		
Nhân viên văn phòng	50	33,3
Kinh doanh tự do	30	20,0
Công chức nhà nước	25	16,7
Khác	45	30,0
<b>4. Thu nhập</b>		
05 - 10 triệu VNĐ	40	26,7
10 - 15 triệu VNĐ	45	30,0
15 - 20 triệu VNĐ	40	26,7
Trên 20 triệu VNĐ	25	16,7
<b>5. Hình thức làm việc</b>		
Toàn thời gian	110	73,3
Bán thời gian	25	16,7
Tự kinh doanh	15	10,0

(Nguồn: Nhóm tác giả)

Dữ liệu khảo sát 150 cựu sinh viên cho thấy tỷ lệ nam (59,3%) cao hơn nữ (40,7%), phản ánh sự tham gia tích cực của nam giới trong thị trường lao động. Về độ tuổi, nhóm 22 - 26 tuổi (38,7%) chiếm tỷ lệ cao nhất, đây là giai đoạn tìm việc và ổn định công việc. Nhóm 27 - 34 tuổi (30%) và 35 - 41 tuổi (20%) cho thấy một số lượng

đáng kể cựu sinh viên đã có kinh nghiệm, trong khi nhóm trên 41 tuổi (11,3%) có tỷ lệ thấp hơn, có thể do đã ổn định sự nghiệp. Về nghề nghiệp, đa số làm nhân viên văn phòng (33,3%), tiếp theo là kinh doanh tự do (20%) và công chức nhà nước (16,7%), phản ánh sự đa dạng trong lựa chọn nghề nghiệp. Thu nhập chủ yếu rơi vào mức 10 - 15 triệu VNĐ (30%) và 05 - 10 triệu VNĐ (26,7%), cho thấy mức lương trung bình chưa quá cao. Nhóm có thu nhập trên 20 triệu VNĐ (16,7%) có thể là những người đã tích lũy kinh nghiệm lâu năm. Hình thức làm việc chủ yếu là toàn thời gian (73,3%), trong khi bán thời gian (16,7%) và tự kinh doanh (10%) có tỷ lệ thấp hơn. Nhìn chung, phần lớn cựu sinh viên có công việc ổn định, nhưng mức thu nhập chưa thực sự cao. Để hiểu rõ hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến cơ hội việc làm, có thể tiếp tục phân tích thêm về trình độ học vấn, kỹ năng và kinh nghiệm thực tế.

## 4.2 Kết quả nhân tố khám phá

### 4.2.1 Kết quả Cronbach's Alpha

Kết quả bảng 2 kiểm định chất lượng thang đo cho thấy Total Item-Corrected Correlation của các biến lớn hơn 0.3 và Cronbach's Alpha >0.6. Do đó các biến đều đảm bảo chất lượng (Hair et al., 1998) [16]. Kết quả cho thấy 24 biến quan sát của 5 biến độc lập và 1 biến phụ thuộc đều đạt yêu cầu. Tiếp theo, nhóm tác giả thực hiện phân tích nhân tố khám phá.

**Bảng 2. Kiểm định chất lượng thang đo**

Nhân tố	Thước đo	Hệ số tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha
<b>Chương trình đào tạo (CTĐT)</b>	Chương trình đào tạo phù hợp với thực tế công việc. (CTĐT1)	0,599	0,767
	Nội dung giảng dạy giúp sinh viên đáp ứng yêu cầu nhà tuyển dụng. (CTĐT2)	0,626	0,754
	Nhà trường thường xuyên cập nhật, cải tiến chương trình đào tạo. (CTĐT3)	0,605	0,764
	Chương trình đào tạo có tính thực tiễn cao. (CTĐT4)	0,654	0,741
<b>Hệ số Cronbach's Alpha cho nhân tố 0,806</b>			
<b>Kiến thức chuyên môn (KTCM)</b>	Kiến thức chuyên môn đáp ứng yêu cầu thực tế của công việc. (KTCM1)	0,666	0,795
	Kiến thức chuyên môn giúp Anh/Chị tự tin khi đi xin việc. (KTCM2)	0,666	0,795

Bạn nắm vững kiến thức chuyên môn được đào tạo. (KTCM3)

0,636 0,808

Kiến thức được đào tạo có thể áp dụng ngay vào công việc. (KTCM4)

0,705 0,777

### Hệ số Cronbach's Alpha cho nhân tố 0,837

Bạn có khả năng giao tiếp hiệu quả trong công việc. (KNM1)

0,693 0,817

Bạn có khả năng làm việc nhóm tốt. (KNM2)

0,688 0,819

Bạn có khả năng giải quyết vấn đề nhanh chóng. (KNM3)

0,728 0,802

Bạn có tư duy phân biện và sáng tạo trong công việc. (KNM4)

0,680 0,823

### Hệ số Cronbach's Alpha cho nhân tố 0,855

Trình độ ngoại ngữ (TĐNN)

Anh/Chị có thể sử dụng ngoại ngữ trong công việc. (TĐNN1)

0,621 0,792

Bạn có khả năng đọc, hiểu tài liệu chuyên ngành bằng ngoại ngữ. (TĐNN2)

0,702 0,754

Anh/Chị tự tin khi giao tiếp bằng ngoại ngữ. (TĐNN3)

0,635 0,785

Trình độ ngoại ngữ giúp bạn có nhiều cơ hội nghề nghiệp hơn. (TĐNN4)

0,639 0,783

### Hệ số Cronbach's Alpha cho nhân tố 0,825

Thương hiệu nhà trường

Đại học Lạc Hồng có uy tín trong mắt nhà tuyển dụng. (THNT1)

0,621 0,792

Nhà tuyển dụng đánh giá cao sinh viên tốt nghiệp từ LHU. (THNT2)

0,702 0,754

Việc học tại một trường có thương hiệu giúp tôi dễ xin việc. (THNT3)

0,635 0,785

Tôi tự hào là sinh viên của Đại học Lạc Hồng. (THNT4)

0,639 0,783

**Hệ số Cronbach's Alpha cho nhân tố 0,825**

<b>Cơ hội việc làm của sinh viên</b>	Tôi dễ dàng tìm được việc làm sau khi tốt nghiệp.(CHVL1)	0,751	0,800
	Công việc hiện tại phù hợp với chuyên môn được đào tạo. (CHVL2)	0,771	0,781
	Tôi hài lòng với cơ hội việc làm sau tốt nghiệp. (CHVL3)	0,704	0,843

**Hệ số Cronbach's Alpha cho nhân tố 0,864**

(Nguồn: Nhóm tác giả)

**4.2.2 Kết quả nhân tố khám phá**

Bảng 3 trình bày kết quả EFA của 5 biến độc lập trong nghiên cứu, giúp xác định các yếu tố tiềm ẩn có thể giải thích sự biến thiên của các biến quan sát. Kết quả kiểm định Bartlett cho thấy giá trị Sig = 0,0000, nhỏ hơn mức ý nghĩa 5% (0,05), chứng tỏ các biến quan sát có sự tương quan đáng kể, đủ điều kiện để thực hiện phân tích nhân tố. Hệ số KMO đạt 0,804, lớn hơn ngưỡng 0,5, cho thấy mẫu dữ liệu thích hợp và các biến quan sát có sự tương quan tốt, đảm bảo tính phù hợp cho EFA. Phân tích đã rút trích được 5 nhân tố với Eigenvalues lớn hơn 1, đáp ứng tiêu chí phân tích nhân tố, đồng thời giải thích 74,40% biến thiên của dữ liệu, vượt qua ngưỡng 50%, cho thấy mức độ giải thích của mô hình là cao. Những kết quả này khẳng định sự phù hợp của dữ liệu nghiên cứu trong việc đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến cơ hội việc làm của sinh viên, hỗ trợ quá trình xây dựng mô hình lý thuyết và kiểm định giả thuyết một cách chặt chẽ.

**Bảng 3.** Kết quả EFA của các biến độc lập

Biến	Nhân tố				
	1	2	3	4	5
CTĐT1					0,710
CTĐT2					0,781
CTĐT3					0,758
CTĐT4					0,796
KTCM1			0,835		
KTCM2			0,819		
KTCM3			0,786		
KTCM4			0,781		
KNM1		0,843			
KNM2		0,822			
KNM3		0,801			

KNM4		0,796			
TĐNN1			0,750		
TĐNN2			0,835		
TĐNN3			0,746		
TĐNN4			0,793		
THNT1	0,831				
THNT2	0,830				
THNT3	0,823				
THNT4	0,777				
<b>Giá trị riêng</b>	5,457	3,736	2,134	1,803	1,752
<b>Phương sai tích lũy (%)</b>	27,285	45,965	56,63	65,65	74,40
<b>Giá trị Sig của Bartlett</b>	0,000				
<b>Kiểm định KMO</b>	0,804				

(Nguồn: Nhóm tác giả)

Bảng 4 trình bày kết quả EFA của biến phụ thuộc. Tương tự, kết quả kiểm định Bartlett cho thấy giá trị Sig = 0,0000, nhỏ hơn mức ý nghĩa 5% (0,05). Hệ số KMO đạt 0,730, lớn hơn ngưỡng 0,5, cho thấy mẫu dữ liệu thích hợp và các biến quan sát có sự tương quan tốt, đảm bảo tính phù hợp cho EFA. Phân tích đã rút trích được 1 nhân tố với Eigenvalues lớn hơn 1, đáp ứng tiêu chí phân tích nhân tố, đồng thời giải thích 78,66% biến thiên của dữ liệu, vượt qua ngưỡng 50%, cho thấy mức độ giải thích của biến phụ thuộc là cao.

**Bảng 4.** EFA của biến phụ thuộc

	Nhân tố
	1
CHVL1	0,903
CHVL2	0,892
CHVL3	0,865
<b>Giá trị riêng</b>	2,360
<b>Phương sai tích lũy (%)</b>	78,66
<b>Giá trị Sig của Bartlett</b>	0,000
<b>Kiểm định KMO</b>	0,730

(Nguồn: Nhóm tác giả)

Dựa trên kết quả EFA thu được, nhóm tác giả xác định được 5 thang đo phù hợp bao gồm CTĐT, KNM, TĐNN, KTCM và THNT. Các thang đo này được rút trích từ phân tích nhân tố và có độ tin cậy cao. Tiếp theo tác giả đánh giá ảnh hưởng của các yếu tố này đến cơ hội việc làm (CHVL) của sinh viên.

#### 4.2.2 Kết quả phân tích hồi quy bội

Bảng 5. Kết quả hồi quy bội

Model	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	VIF
	B	Std. Error				
(Constant)	-0,820	0,344		-2,383	0,018	
CTĐT	0,185	0,079	0,151	2,322	0,022	1,267
KTCM	0,192	0,066	0,177	2,914	0,004	1,101
KNM	0,316	0,071	0,274	4,423	0,000	1,147
TĐNN	0,309	0,074	0,266	4,152	0,000	1,232
THNT	0,280	0,070	0,260	4,019	0,000	1,249

Biến phụ thuộc: CHVL

(Nguồn: Nhóm tác giả)

Phân tích hồi quy bội cho thấy tất cả các yếu tố đều có ảnh hưởng đáng kể đến cơ hội việc làm (CHVL) của sinh viên Trường Đại học Lạc Hồng với Sig. < 0.05. Đáng chú ý:

Kỹ năng mềm (KNM) có ảnh hưởng mạnh nhất (Beta = 0,274, B = 0,316, t = 4,423, Sig. = 0,000), nhấn mạnh rằng sinh viên có khả năng giao tiếp, làm việc nhóm và giải quyết vấn đề tốt sẽ có lợi thế khi tìm việc.

Trình độ ngoại ngữ (TĐNN) cũng có tác động lớn (Beta = 0,266, B = 0,309, t = 4,152, Sig. = 0,000), phản ánh tầm quan trọng của khả năng sử dụng ngoại ngữ trong môi trường làm việc hiện đại.

Thái độ đối với thương hiệu nhà trường (THNT) có Beta = 0,260, B = 0,280, t = 4,019, Sig. = 0,000, cho thấy việc sinh viên có nhận thức tích cực, tin tưởng và tự hào về thương hiệu Đại học Lạc Hồng có thể ảnh hưởng đến khả năng họ tiếp cận cơ hội việc làm. Khi thương hiệu nhà trường được đánh giá cao, sinh viên tốt nghiệp có nhiều lợi thế cạnh tranh hơn trong mắt nhà tuyển dụng.

Kiến thức chuyên môn (KTCM) có Beta = 0,177, B = 0,192, t = 2,914, Sig. = 0,004 và Chương trình đào tạo (CTĐT) có Beta = 0,151, B = 0,185, t = 2,322, Sig. = 0,022) thể hiện rằng nền tảng kiến thức chuyên môn và chất lượng giảng dạy của trường cũng có ảnh hưởng, nhưng không mạnh bằng các kỹ năng thực tế.

Hệ số chặn (Constant) là -0,820, cho thấy nếu không có các yếu tố trên, cơ hội việc làm của sinh viên có thể rất thấp. Kết quả này khẳng định rằng

Qua phân tích trên cho thấy, Thương hiệu nhà trường (THNT) không chỉ tác động đến nhận thức của sinh viên mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng tìm kiếm việc làm sau tốt nghiệp. Thêm vào đó, các doanh nghiệp cũng ưu tiên tuyển dụng sinh viên từ những trường có thương hiệu uy tín, đặc biệt là những trường đã đạt các kiểm định chất lượng quốc tế. Trường Đại học Lạc Hồng, với việc đạt chuẩn kiểm định AUN-QA, đã khẳng định được chất lượng đào tạo, từ đó tạo lợi thế cạnh tranh cho sinh viên

khi tiếp cận thị trường lao động. Điều này cho thấy, ngoài việc trang bị kiến thức chuyên môn và kỹ năng, việc theo học tại một trường đại học có thương hiệu mạnh cũng góp phần quan trọng trong việc nâng cao cơ hội việc làm của sinh viên.

Kiểm định các khuyết tật của mô hình hồi quy bội cho 4 kết quả sau: (1) Kiểm định đa cộng tuyến các biến độc lập cho thấy tất cả các biến đều có VIF < 10, cho thấy không có vấn đề nghiêm trọng về đa cộng tuyến, đảm bảo độ tin cậy của mô hình. (2) Phụ lục 1 trình bày biểu đồ tần số phần dư chuẩn hóa Histogram cho thấy rằng trung bình phần dư bằng 0, độ lệch chuẩn Std. Dev gần bằng 1, các cột giá trị phần dư phân bố theo dạng hình chuông, có thể khẳng định phân phối là xấp xỉ chuẩn, giả định phân phối chuẩn của phần dư không bị vi phạm. (3) Phụ lục 2 trình bày biểu đồ Normal P-P Plot, kết quả cho thấy rằng các điểm dữ liệu trong phân phối của phần dư bám sát vào đường chéo, phần dư càng có phân phối chuẩn. (4) phụ lục 3 trình bày biểu đồ Scatter Plot đánh giá việc tuân thủ giả thuyết tuyến tính của dữ liệu. Kết quả cho thấy rằng, phần dư được thể hiện như các dấu chấm ngẫu nhiên phân tán xung quanh đường hoành độ 0. Điều này cho thấy giả định về tuyến tính không bị vi phạm.

## 5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

### 5.1 Kết luận

Trong bối cảnh thị trường lao động ngày càng cạnh tranh, sinh viên mới tốt nghiệp – đặc biệt là sinh viên Trường Đại học Lạc Hồng – cần được trang bị đầy đủ các kỹ năng và kiến thức để nâng cao khả năng tiếp cận cơ hội việc làm. Nghiên cứu này cho thấy rằng Thương hiệu nhà trường (THNT) đóng vai trò then chốt trong việc tạo dựng niềm tin của nhà tuyển dụng và nâng cao khả năng được tuyển dụng của sinh viên, bên cạnh các yếu tố như kỹ năng mềm (KNM), trình độ ngoại ngữ (TĐNN), kiến thức chuyên môn (KTCM) và chương trình đào tạo (CTĐT). Những phát hiện này không chỉ có ý nghĩa đối với việc nâng cao chất lượng đào tạo mà còn gắn liền với mục tiêu phát triển bền vững thông qua việc giảm tỷ lệ thất nghiệp trong thanh niên. Việc xây dựng một hệ sinh thái học tập toàn diện – nơi chương trình đào tạo gắn kết chặt chẽ với nhu cầu thị trường, thương hiệu trường được nâng cao và sinh viên được phát triển toàn diện – sẽ là yếu tố quan trọng giúp sinh viên tốt nghiệp có việc làm phù hợp, góp phần vào tăng trưởng kinh tế bền vững và bao trùm [15-22].

Kết quả phân tích hồi quy bội cho thấy kỹ năng mềm (KNM) có tác động mạnh nhất đến cơ hội việc làm, nhấn mạnh rằng khả năng giao tiếp, làm việc nhóm và giải quyết vấn đề là những yếu tố quan trọng giúp sinh viên đạt được lợi thế trên thị trường lao động. Trình độ ngoại ngữ (TĐNN) cũng có ảnh hưởng đáng kể, phản ánh nhu cầu ngày càng cao của doanh nghiệp đối với nhân lực có khả năng sử dụng ngoại ngữ tốt. Thái độ đối với thương hiệu nhà trường (THNT) thể hiện rằng sinh viên có nhận thức tích cực và tự hào về trường sẽ dễ dàng tiếp cận cơ hội việc làm hơn, nhờ vào danh tiếng và uy tín của trường trong mắt nhà tuyển dụng. Bên cạnh đó, kiến thức chuyên môn (KTCM) và chương trình đào tạo (CTĐT) cũng có tác động, dù không mạnh bằng các kỹ năng thực tế, nhưng vẫn là nền tảng quan trọng giúp sinh viên đáp ứng yêu cầu

công việc. Chương trình đào tạo có thể tích hợp các hoạt động ngoại khóa, các khóa học kỹ năng mềm, cũng như các khóa học nâng cao năng lực ngoại ngữ, từ đó tác động trực tiếp đến khả năng cạnh tranh và cơ hội việc làm của sinh viên sau khi ra trường. Do đó, CTĐT có thể coi là yếu tố nền tảng và quyết định cho sự phát triển của KTCM, KNM và TĐNN, tạo nên một hệ sinh thái học tập đồng bộ và chuẩn bị cho sinh viên những kỹ năng và kiến thức cần thiết để đáp ứng nhu cầu thị trường lao động.

Thương hiệu của Trường Đại học Lạc Hồng, đặc biệt là việc đạt chuẩn kiểm định AUN-QA, đã góp phần nâng cao giá trị của sinh viên trên thị trường lao động. Các doanh nghiệp có xu hướng ưu tiên tuyển dụng sinh viên từ những trường có danh tiếng và chất lượng đào tạo cao. Điều này cho thấy, ngoài việc nâng cao chương trình đào tạo và hỗ trợ phát triển kỹ năng cho sinh viên, việc củng cố và phát triển thương hiệu nhà trường cũng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra lợi thế cạnh tranh cho sinh viên sau khi tốt nghiệp.

Nhìn chung, nghiên cứu này không chỉ giúp hiểu rõ hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến cơ hội việc làm của sinh viên Đại học Lạc Hồng mà còn góp phần đề xuất những giải pháp thực tiễn để nâng cao chất lượng đào tạo, cải thiện kỹ năng mềm và mở rộng cơ hội nghề nghiệp cho sinh viên. Kết quả nghiên cứu cũng mang lại giá trị tham khảo cho các trường đại học trong việc xây dựng chiến lược nâng cao thương hiệu và cải thiện khả năng tiếp cận thị trường lao động cho sinh viên trong bối cảnh kinh tế hội nhập và cạnh tranh ngày càng cao.

Các nghiên cứu trước đây đã xác nhận sự quan trọng của các yếu tố như kỹ năng mềm, trình độ ngoại ngữ, thương hiệu nhà trường và chương trình đào tạo đối với cơ hội việc làm của sinh viên. Tuy nhiên, nghiên cứu này có sự khác biệt và đóng góp mới khi nhấn mạnh sự kết hợp và mối liên hệ chặt chẽ giữa chương trình đào tạo và các yếu tố kỹ năng mềm, kiến thức chuyên môn, và ngoại ngữ, đồng thời làm rõ tầm quan trọng của thương hiệu nhà trường qua việc đạt chuẩn kiểm định chất lượng.

## 5.2 Hàm ý chính sách

Dựa trên kết quả nghiên cứu, một số hàm ý chính sách quan trọng nhằm nâng cao chất lượng đào tạo và tăng cường cơ hội việc làm cho sinh viên Trường Đại học Lạc Hồng gồm: (1) Nâng cao chất lượng chương trình đào tạo gắn với nhu cầu thị trường lao động bằng cách cập nhật nội dung giảng dạy, tăng cường hợp tác với doanh nghiệp và mở rộng mô hình học kỳ doanh nghiệp. (2) Phát triển kỹ năng mềm cho sinh viên, tích hợp các khóa học kỹ năng vào chương trình đào tạo, tổ chức hội thảo cùng doanh nghiệp, xây dựng trung tâm hỗ trợ nghề nghiệp. (3) Cải thiện năng lực ngoại ngữ và công nghệ, cung cấp các khóa đào tạo ngoại ngữ chuyên sâu, hợp tác với tổ chức giáo dục quốc tế và tích hợp kỹ năng số vào giảng dạy. (4) Xây dựng và phát triển thương hiệu nhà trường, đẩy mạnh quảng bá chất lượng đào tạo, kết nối với cựu sinh viên thành đạt và hợp tác với doanh nghiệp để nâng cao uy tín. (5) Tăng cường hợp tác với doanh nghiệp và hỗ trợ việc làm cho sinh viên, mở rộng quan hệ với các doanh nghiệp lớn, phát triển hệ thống kết nối việc làm, tổ chức ngày hội tuyển dụng và hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp. Những chính sách này không chỉ giúp sinh viên nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường lao động mà còn góp phần củng cố

thương hiệu Trường Đại học Lạc Hồng, tạo ra giá trị bền vững cho nhà trường, doanh nghiệp và xã hội.

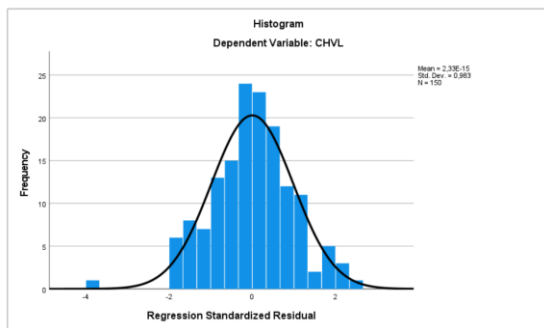
## 6. TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] International Labour Organization (ILO). (2013). *Resolution concerning statistics of work, employment and labour underutilization*. 19th International Conference of Labour Statisticians. Geneva: ILO. Available at: [https://www.ilo.org/global/statistics-and-databases/standards-and-guidelines/resolutions-adopted-by-international-conferences-of-labour-statisticians/WCMS\\_230304/lang--en/index.htm](https://www.ilo.org/global/statistics-and-databases/standards-and-guidelines/resolutions-adopted-by-international-conferences-of-labour-statisticians/WCMS_230304/lang--en/index.htm)
- [2] Borjas, G. J., & Van Ours, J. C. (2010). *Labor economics* (p. 45). Boston: McGraw-Hill/Irwin.
- [3] Autor, D. H. (2015). Why are there still so many jobs? The history and future of workplace automation. *Journal of economic perspectives*, 29(3), 3-30.
- [4] Kolb, D.A. (1983). Problem management: Learning from experience. In S. Srivastva & Associates, *The executive mind*. San Francisco: Jossey-Bass.
- [5] Becker, G. S. (1964). *Human capita*. New York: National Bureau of Economic Research.
- [6] Trung, T. N., Thùy, L. Đ., Thị, T. L. N., Quốc, B. N., & Văn, R. N. (2020). Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tìm được việc làm của sinh viên Trường Cao đẳng Kinh tế Tài chính Vĩnh Long sau khi ra trường. *Tạp chí Khoa học và Kinh tế phát triển*, (8), 65-80.
- [7] Lê Phương Lan, Chu Thị Mai Phương, Nguyễn Thị Khánh Trinh. (2016). Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng có việc làm của sinh viên Trường Đại học Ngoại thương sau khi tốt nghiệp. *Tạp chí Kinh tế Đối ngoại*, (84), 124-123.
- [8] Xuân, V. T. T. (2023). Các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng tìm việc làm của sinh viên sau khi tốt nghiệp khối ngành kinh doanh và quản lý Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, (316), 86-96.
- [9] Hằng, N. T. D., & Trân, N. M. (2019). Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng tìm việc làm của cựu sinh viên Khoa Kinh tế-Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học An Giang. *Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ*, 55, 58-66.
- [10] Tâm, N. T. T., & Khiêm, N. T. (2022). Đánh giá cơ hội việc làm của sinh viên Trường Đại học Nam Cần Thơ sau khi tốt nghiệp. *Tạp chí Khoa học và Kinh tế phát triển*, (18), 125-136.
- [11] Nương, T. T. T. (2024). Tầm quan trọng của việc đào tạo kỹ năng mềm đối với vấn đề việc làm sau tốt nghiệp của sinh viên đại học. *Journal of Science and Technology*, 7(2).
- [12] Byrne, C. (2022). What determines perceived graduate employability? Exploring the effects of personal characteristics, academic achievements and graduate skills in a survey experiment. *Studies in Higher Education*, 47(1), 159-176.

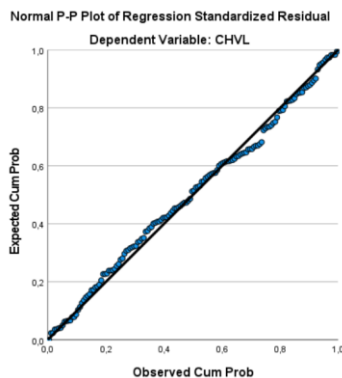
- [13] Ma'dan, M., Ismail, M. T., & Daud, S. (2020). Strategies to enhance graduate employability: Insights from Malaysian public university policy-makers. *Malaysian Journal of Learning and Instruction*, 17(2), 137-165.
- [14] Jackson, D., Riebe, L., & Macau, F. (2022). Determining factors in graduate recruitment and preparing students for success. *Education+ Training*, 64(5), 681-699.
- [15] Thọ, N. Đ. (2014). Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh.
- [16] Hair Jr, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). *Multivariate data analysis with readings*. Prentice-Hall, Inc..
- [17] Gerbing, D. W., & Anderson, J. C. (1988). An updated paradigm for scale development incorporating unidimensionality and its assessment. *Journal of marketing research*, 25(2), 186-192.

## 7. PHỤ LỤC

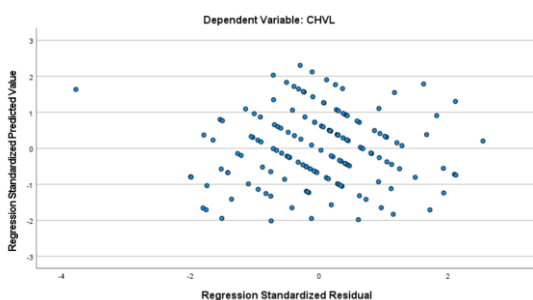
Phụ lục 1: Biểu đồ tần số phân dư chuẩn hóa Histogram



Phụ lục 2: Biểu đồ phân dư chuẩn hóa Normal P-P Plot



Phụ lục 3: Biểu đồ Scatter Plot kiểm tra giả định liên hệ tuyến tính



Phụ lục 4: Bảng tóm tắt các nghiên cứu trước đây

Tác giả	Năm	Yếu tố ảnh hưởng đến cơ hội việc làm	Kết quả nghiên cứu
Nguyễn Trung Tiến và cộng sự	2020	Kỹ năng cứng	Kỹ năng cứng (chuyên môn, kỹ thuật) có tác động mạnh mẽ đến cơ hội việc làm. Nhà tuyển dụng ưu tiên ứng viên có kỹ năng vững vàng, giúp nhanh chóng thích nghi công việc.
Lê Phương Lan và cộng sự	2016	Điểm đầu vào, điểm tốt nghiệp, điểm tiếng Anh, xếp loại bằng tốt nghiệp, hoạt động ngoại khóa, kỹ năng mềm, làm thêm	Các yếu tố trên đều tác động tích cực đến khả năng có việc làm. Sinh viên tham gia hoạt động ngoại khóa và làm thêm có cơ hội việc làm cao hơn.
Trần Thị Xuân Viên	2023	Trình độ ngoại ngữ, ý thức làm việc, chương trình đào tạo, thương hiệu nhà trường	Trình độ ngoại ngữ, ý thức làm việc và chương trình đào tạo tác động mạnh mẽ đến khả năng tìm việc. Thương hiệu nhà trường cũng có ảnh hưởng nhưng chưa phân tích sâu.
Nguyễn Thị Diễm Hằng và Ngô Mỹ Trân	2019	Quan hệ xã hội, xếp loại tốt nghiệp, kiến thức, kỹ năng cơ bản, kỹ năng ứng dụng	Quan hệ xã hội, xếp loại tốt nghiệp, kiến thức, kỹ năng cơ bản, kỹ năng ứng dụng đều ảnh hưởng đến khả năng tìm việc. Cần duy trì mối quan hệ và cải thiện kết quả học tập.
Nguyễn Thị Thu Tâm và Trần Tri Khiêm	2022	Kỹ năng mềm, khả năng làm việc, kiến thức chuyên môn, kết quả học tập, quan hệ xã hội	Kỹ năng mềm, khả năng làm việc, kiến thức chuyên môn, kết quả học tập và quan hệ xã hội ảnh hưởng đến cơ hội việc làm. Có sự khác biệt theo ngành học.
Byrne	2020	Kinh nghiệm làm việc, học tập ở nước ngoài, kỹ năng mềm	Kinh nghiệm làm việc, học tập ở nước ngoài và kỹ năng mềm có ảnh hưởng lớn đến khả năng được tuyển dụng của sinh viên.
Ma'dan và cộng sự	2020	Chương trình đào tạo, hợp tác với doanh nghiệp	Các trường đại học Malaysia nỗ lực cải tiến chương trình đào tạo và hợp tác với doanh nghiệp để nâng cao cơ hội việc làm cho sinh viên.
Jackson và cộng sự	2022	Vốn con người, xã hội, văn hóa	Sinh viên cần phát triển các loại vốn (nhân văn, xã hội, văn hóa) trong suốt thời gian học để tăng khả năng được tuyển dụng.

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)