

NGHIÊN CỨU MỘT SỐ YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LỰA CHỌN HỌC ĐẠI HỌC TỪ XA TRỰC TUYẾN TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC MỞ HÀ NỘI

Nguyễn Quỳnh Anh, Nguyễn Hoàng Sơn**

Email: quynhanhng@hou.edu.vn

Ngày tòa soạn nhận được bài báo: 10/06/2024

Ngày phản biện đánh giá: 15/12/2024

Ngày bài báo được duyệt đăng: 25/12/2024

DOI: 10.59266/houjs.2024.511

Tóm tắt: Mục đích của nghiên cứu này là xác định một số yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến tại Trường Đại học Mở Hà Nội (EHOU). Thông qua việc khảo sát người có nhu cầu học bằng bảng câu hỏi theo hình thức trực tuyến về một số yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến tại Trường Đại học Mở Hà Nội gồm 6 yếu tố: (1) Nhu cầu đào tạo cá nhân; (2) Công tác truyền thông tuyển sinh; (3) Nội dung tư vấn tuyển sinh; (4) Thương hiệu đào tạo; (5) Học phí; (6) Cơ sở hạ tầng công nghệ. Dựa trên kết quả khảo sát, nghiên cứu đánh giá mức độ tác động của 6 yếu tố đến quyết định lựa chọn học trong quá trình tư vấn tuyển sinh đào tạo từ xa trực tuyến tại Trường Đại học Mở Hà Nội.

Từ khóa: Trường Đại học Mở Hà Nội, đại học từ xa, đào tạo trực tuyến, quyết định lựa chọn.

I. Đặt vấn đề

Tại Hội nghị quốc tế về học trên máy tính (Computer Based Training – CBT) tháng 10 năm 1999, thuật ngữ E-learning xuất hiện lần đầu tiên đánh dấu sự ra đời của đào tạo trực tuyến trên thế giới. Theo báo cáo giám sát giáo dục toàn cầu 2023 [10] đã xác định: Học tập mở và từ xa đã hỗ trợ tiếp cận giáo dục đại học; Học tập mở và từ xa hướng tới sự công bằng và chất lượng trong các cơ hội giáo dục. Do vậy nghiên cứu các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn học đại học từ xa là một vấn đề được nhiều tác giả quan tâm. Đối với Trường Đại học Mở Hà Nội (Trường), đào tạo trực tuyến được triển khai tuyển sinh và tổ chức đào tạo từ năm 2009. Trong quá trình 15 năm triển khai đào tạo trực tuyến, Trường đã nỗ lực

truyền thông và phát triển quy mô đào tạo trực tuyến với số lượng người đăng ký học ngày càng tăng. Nghiên cứu này nhằm tìm hiểu, xác định và đánh giá mức độ ảnh hưởng của một số yếu tố đến quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến tại Trường Đại học Mở Hà Nội (EHOU).

II. Cơ sở lý thuyết

2.1. Quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến

Theo Bùi Cẩm Vân và Hà Ngọc Thắng [6] quyết định lựa chọn trường đại học thực chất là để thỏa mãn nhu cầu được học tập, sinh hoạt và trải nghiệm của sinh viên ở một trường đại học nào đó. Trường đại học nào có càng nhiều tiêu chí đáp ứng được kỳ vọng và nhu cầu của sinh viên thì khả năng được lựa chọn càng cao.

*Trường Đại học Mở Hà Nội

Trong giới hạn nghiên cứu này, nhóm tác giả định nghĩa quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến là thực hiện đăng ký học đại học từ xa theo phương thức trực tuyến sau quá trình tìm hiểu các thông tin tuyển sinh qua các kênh truyền thông, trao đổi với cán bộ tư vấn tuyển sinh và đánh giá sự phù hợp của nhu cầu, khả năng cá nhân với các cơ sở đào tạo đang cân nhắc về ngành đào tạo, mức học phí, cơ sở hạ tầng công nghệ, địa điểm học, phương thức học, chương trình đào tạo ...

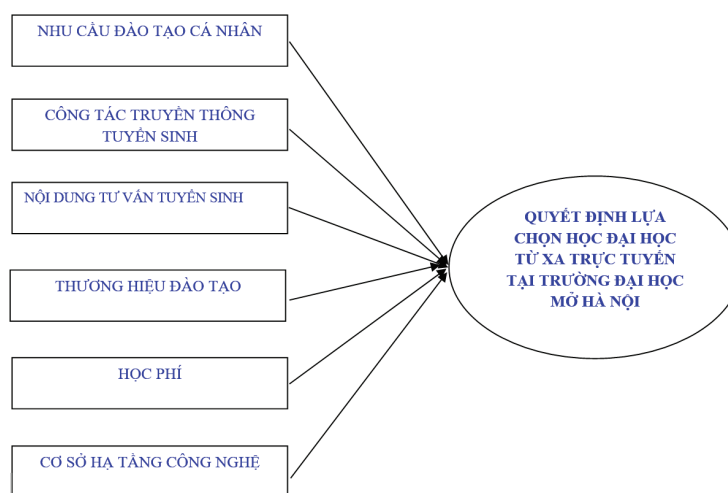
2.2. Yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến

Nhiều nghiên cứu trong nước đã phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học với mức độ khác nhau. Bùi Cẩm Vân và Hà Ngọc Thắng [6] xác định “Các hoạt động hỗ trợ của trường” có tác động mạnh nhất. Đỗ Thị Thu Trang [3] chia các yếu tố thành ba nhóm: cơ sở vật chất, môi trường và danh tiếng trường; sự tham gia của nhóm tham khảo; chi phí học tập. Lê Thị Mỹ Linh và Khúc Văn Quý [2] chỉ ra bốn yếu tố chính theo thứ tự giảm dần: thông tin quảng cáo, thương hiệu và việc làm, bản thân học sinh, học phí và cơ sở vật chất.

Về học trực tuyến, Trần Thị Len và Nguyễn Thị Kim Ngân [5] nhận thấy các yếu tố như tính tương tác môi trường học, ảnh hưởng xã hội, cơ sở hạ tầng internet và thái độ đối với khóa học ảnh hưởng đến ý định học. Nguyễn Lê Hoàng Thụy Tô Quyên và cộng sự [4] xác định “Cơ sở hạ tầng công nghệ” có tác động lớn nhất.

Một số nghiên cứu quốc tế như của Narith và cộng sự [9] cho thấy các yếu tố cha mẹ, giáo viên, bạn bè, học phí, địa điểm học, môi trường và danh tiếng trường đại học đều quan trọng.

Các yếu tố thường xuyên được nhắc đến là học phí [2,3,9] và cơ sở hạ tầng công nghệ [2,3,4,5]. Tổng hợp nghiên cứu trước, các yếu tố nổi bật gồm: Nhu cầu đào tạo cá nhân (bản thân học sinh [2], thái độ với khóa học [5], khả năng bản thân [6]); Truyền thông tuyển sinh (thông tin quảng cáo [2], ảnh hưởng xã hội [5], nỗ lực truyền thông [6], giới thiệu của giáo viên [9]); Thương hiệu đào tạo (thương hiệu và việc làm [2], danh tiếng và môi trường trường đại học [3,6,9]). Yếu tố “Nội dung tư vấn tuyển sinh” được đề xuất mới từ nhóm tác giả dựa trên tầm quan trọng của nó trong quá trình tư vấn. Mô hình các yếu tố như sau:



Hình 1: Mô hình yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến tại Trường Đại học Mở Hà Nội

III. Phương pháp, vật liệu nghiên cứu

Trong quá trình nghiên cứu, bài viết sử dụng các phương pháp:

- Phương pháp thống kê: thu thập và tổng hợp số liệu từ các báo tổng kết, các văn bản, công trình được công bố liên quan đến nội dung nghiên cứu.

- Phương pháp so sánh, đối chiếu số liệu thống kê thu thập từ khảo sát người có nhu cầu học EHOU tại Trường Đại học Mở Hà Nội.

- Phương pháp phân tích tổng hợp dựa trên cơ sở lý thuyết và kết quả so sánh, đối chiếu số liệu thống kê về các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn học EHOU tại Trường Đại học Mở Hà Nội.

IV. Kết quả và thảo luận

Nghiên cứu khảo sát nhóm đối tượng có nhu cầu học đại học từ xa trực tuyến tại Trường (người học) qua bảng hỏi theo hình thức trực tuyến về 6 yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn học trong quá trình tư vấn tuyển sinh. Sau khi xử lý dữ liệu thu về và loại bỏ các câu trả lời không hợp lệ có kết quả của 226 người trả lời khảo sát. Chi tiết tại Bảng 2:

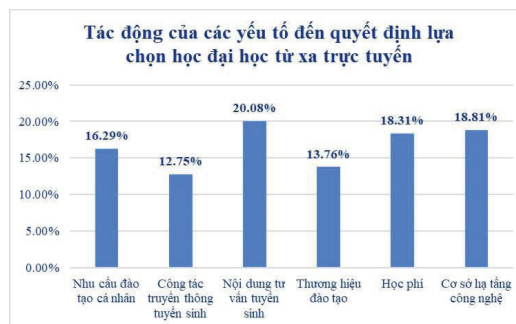
Bảng 1: Thống kê mô tả mẫu trả lời khảo sát

TT	Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ
	Giới tính		
1	Nam	86	38.05%
2	Nữ	140	61.95%
	Độ tuổi		
1	18-25	122	53.98%
2	26-35	89	39.38%
3	36-45	12	5.31%
4	trên 45	3	1.33%
	Trình độ đầu vào		
1	THPT/BTTH	123	54.42%
2	TC/TCN	13	5.75%
3	CĐ/CĐN	32	14.16%
4	ĐH	50	22.12%
5	Trên ĐH	8	3.54%

Tại Bảng 1 thể hiện kết quả nhu cầu đào tạo cá nhân của giới tính nữ (61.95%) nhiều hơn nam (38.05%). Mỗi giới có nhu cầu học tập khác nhau và nữ giới có nhu cầu học tập cao hơn nam giới gấp hơn 1.6 lần. Về độ tuổi có nhu cầu học giảm dần lần lượt là nhóm 18-25 tuổi (cao nhất 53.98%), nhóm 26-35 tuổi (39.38%), nhóm 36-45 tuổi (5.31%), nhóm trên 45 tuổi (thấp nhất 1.33%). Mỗi nhóm độ tuổi có nhu cầu học tập khác nhau nhưng phần lớn tập trung ở nhóm trẻ dưới 35 tuổi (93.36%).

4.1. Tác động của các yếu tố

Từ kết quả khảo sát tại Bảng 2, xác định yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn học EHOU tại Trường trong quá trình tư vấn tuyển sinh với mức độ khác nhau. Cho thấy Nội dung tư vấn tuyển sinh có mức độ ảnh hưởng nhiều nhất (20.08%), các yếu tố còn lại có mức độ ảnh hưởng giảm dần lần lượt là Cơ sở hạ tầng công nghệ (18.81%), Học phí (18.31%), Nhu cầu đào tạo cá nhân (16.29%), Công tác truyền thông tuyển sinh (12.75%), Thương hiệu đào tạo (13.76%).



Bảng 2: Tác động của các yếu tố đến quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến tại Trường Đại học Mở Hà Nội

Khảo sát yếu tố có sự ảnh hưởng nhất tới quyết định lựa chọn học EHOU tại Biểu đồ 1 cho thấy: yếu tố Nội dung tư vấn tuyển sinh có mức độ ảnh hưởng lớn nhất (27.43%), các yếu tố còn lại có mức độ ảnh hưởng lớn nhất giảm dần lần lượt là Nhu cầu đào tạo cá nhân (17.70%), Học

phí (16.37%), Công tác truyền thông tuyển sinh (14.60%), Cơ sở hạ tầng công nghệ (13.72%), Thương hiệu đào tạo (10.18%).

Biểu đồ 1: Yếu tố ảnh hưởng nhất đến quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến tại Trường Đại học Mở Hà Nội



Kết quả khảo sát mức độ ảnh hưởng với cho thấy 6 yếu tố đều có sự ảnh hưởng và tác động đến quyết định lựa chọn học EHOU tại Trường. Trong đó, yếu tố Nội dung tư vấn tuyển sinh có ảnh hưởng và tác động lớn nhất. Nhóm yếu tố có tác động nhiều là Học phí, Nhu cầu đào tạo cá nhân và nhóm yếu tố có tác động ít hơn là Cơ sở hạ tầng công nghệ, Thương hiệu đào tạo, Công tác truyền thông tuyển sinh.

4.1.1. Tác động của yếu tố Nhu cầu đào tạo cá nhân

Trường hiện đang tuyển sinh và đào tạo từ xa phương thức trực tuyến 11 ngành. *Biểu đồ 2: Thống kê nhu cầu ngành đào tạo từ xa trực tuyến tại Trường Đại học Mở Hà Nội*



Kết quả tại Biểu đồ 2 cho thấy nhu cầu đào tạo lớn tập trung ở nhóm ngành lĩnh vực nhân văn chiếm 42.48% (trong đó Ngôn ngữ Anh 22.57%, Ngôn ngữ Trung Quốc 19.91%).

Nhóm ngành lĩnh vực kinh doanh và quản lý chiếm 28.32% (trong đó cao nhất Kế toán và Quản trị kinh doanh cùng 9.73%, thấp nhất Tài chính – Ngân hàng 2.65%). Nhóm ngành lĩnh vực pháp luật chiếm 12.39% (trong đó ngành Luật 7.96%, Luật kinh tế 4.42%). Lĩnh vực máy tính và công nghệ thông tin – ngành Công nghệ thông tin 8.85%. Nhóm ngành lĩnh vực du lịch, khách sạn, thể thao và dịch vụ cá nhân có nhu cầu thấp nhất 7.96% (trong đó Quản trị dịch vụ du lịch lữ hành, Quản trị khách sạn cùng 3.98%).

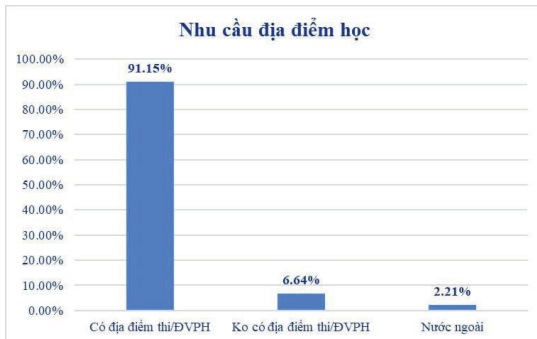
Kết quả khảo sát tại Bảng 2 cho thấy người có trình độ THPT/BTTH có nhu cầu đào tạo cao nhất (54.42%), trình độ từ đại học trở lên có nhu cầu đào tạo nhiều thứ hai (25.66%), trình độ cao đẳng (14.16%) và nhu cầu đào tạo thấp nhất có trình độ trung cấp (5.75%). Từ đó cho thấy tại Biểu đồ 3 nhu cầu đào tạo văn bằng đại học thứ nhất, văn bằng đại học thứ hai, liên thông lên đại học giảm dần lần lượt là 54.42%, 25.66%, 19.91%.

Biểu đồ 3: Nhu cầu đào tạo đại học từ xa trực tuyến tại Trường Đại học Mở Hà Nội



Khảo sát kết quả nhu cầu học về sự phù hợp của địa điểm nơi sinh sống và làm việc với hệ thống đơn vị phối hợp đào tạo từ xa trực tuyến của Trường, cho thấy tại Bảng 3: có 91.15% tỷ lệ người có nhu cầu học được khảo sát là có địa điểm đào tạo của Trường, 8.85% tỷ lệ người có nhu cầu sinh sống tại khu vực không có địa điểm học (trong đó có 2.21% là người đang sinh sống và làm việc tại nước ngoài). Như vậy hệ thống với gần 60 đơn vị phối hợp đào tạo EHOU trên 30 tỉnh thành phố trên toàn quốc đã đáp ứng phần lớn nhu cầu đào tạo.

Bảng 3: Nhu cầu địa điểm đào tạo đại học từ xa trực tuyến tại Trường Đại học Mở Hà Nội

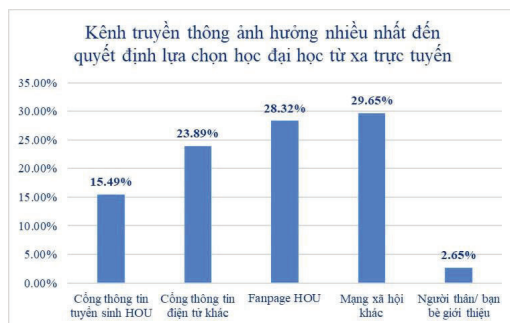


Trong giới hạn nghiên cứu này tác động của yếu tố Nhu cầu đào tạo cá nhân đã tìm hiểu và xác định sự đáp ứng của Trường quyết định lựa chọn học EHOU về ngành đào tạo hiện có, nhu cầu đào tạo đại học, địa điểm học phù hợp với khu vực sinh sống và làm việc.

4.1.2. Tác động của yếu tố Công tác truyền thông tuyển sinh

Theo dữ liệu thống kê tại Bảng 4 cho thấy Mạng xã hội bao gồm Fanpage Trường và Mạng xã hội khác có ảnh hưởng nhiều nhất đến quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến tại Trường chiếm 57.96% (lần lượt là 28.32% và 29.65%). Các kênh truyền thông Công thông tin điện tử khác, Cổng thông tin tuyển sinh HOU, người thân/bạn bè giới thiệu có tỷ lệ ảnh hưởng giảm dần lần lượt là 23.89%, 15.49%, 2.65%.

Bảng 4: Thống kê kênh truyền thông có ảnh hưởng nhiều nhất đến quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến tại Trường Đại học Mở Hà Nội

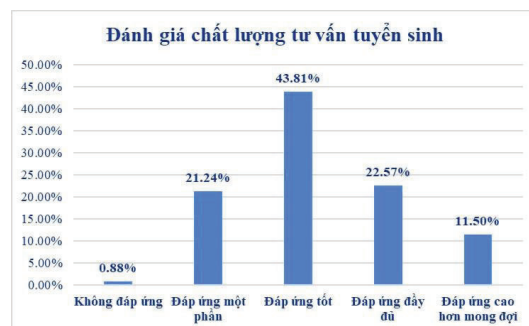


Kết quả khảo sát cho thấy người có nhu cầu học tìm hiểu thông tin tuyển sinh qua internet và chủ yếu là mạng xã hội là phù hợp với xu hướng sử dụng internet tại Việt Nam hiện nay. Trong đó Cổng thông tin tuyển sinh Trường và Fanpage Trường có sự ảnh hưởng lớn chiếm 43.81% cho thấy hiệu quả của công tác truyền thông tuyển sinh qua các kênh truyền thông của Trường. Sự ảnh hưởng của Cổng thông tin điện tử khác và Mạng xã hội khác cũng chiếm 53.54%.

4.1.3. Tác động của yếu tố Nội dung tư vấn tuyển sinh

Kết quả thống kê tại Bảng 5 cho thấy chất lượng tư vấn tuyển sinh EHOU tại Trường được đánh giá tốt, hiệu quả với tỷ lệ đánh giá mức độ Đáp ứng tốt trở lên chiếm 77.88%, trong đó Đáp ứng tốt cao nhất đạt 43.81%, Đáp ứng cao hơn mong đợi đạt 11.50%. Tuy nhiên vẫn có tỷ lệ thấp người được tư vấn đánh giá chưa tốt về chất lượng nội dung tư vấn tuyển sinh chiếm 22.12%, trong đó Đáp ứng một phần 21.24%, Không đáp ứng 0.88%.

Bảng 5: Thống kê đánh giá chất lượng tư vấn tuyển sinh đại học từ xa trực tuyến tại Trường Đại học Mở Hà Nội



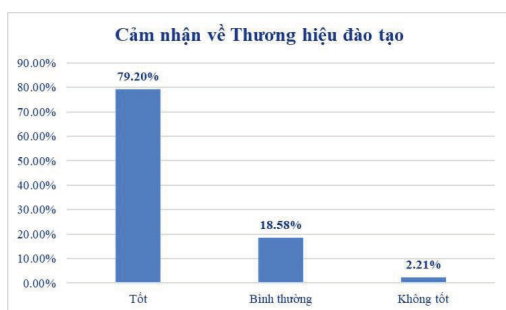
Đánh giá chất lượng tư vấn tuyển sinh trong giới hạn nghiên cứu này phần lớn theo đánh giá dựa trên nội dung tư vấn tuyển sinh, bên cạnh đó còn có ảnh hưởng bởi thái độ giao tiếp và sự chủ động tiếp cận tư vấn với người học. Có

thể thấy Nội dung tư vấn tuyển sinh có sự ảnh hưởng lớn tới quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến trong quá trình tư vấn, giải đáp thắc mắc. Nội dung tư vấn tuyển sinh cũng như chất lượng tư vấn tuyển sinh là vấn đề cần được Trường quan tâm hàng đầu để nâng cao hiệu quả công tác tuyển sinh.

4.1.4. Tác động của yếu tố Thương hiệu đào tạo

Bảng 6 thống kê kết quả khảo sát cho thấy mức độ cảm nhận về thương hiệu đào tạo có ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn học EHOU tại Trường. Trong đó mức đánh giá cảm nhận về thương hiệu đào tạo giảm dần là tốt 79.20%, bình thường 18.58% và không tốt 2.21%.

Bảng 6: Thống kê cảm nhận về thương hiệu đào tạo Trường Đại học Mở Hà Nội

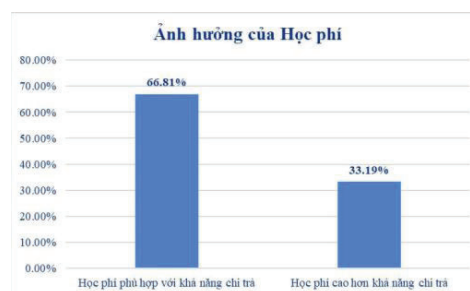


Cảm nhận về thương hiệu đào tạo nói chung, đào tạo trực tuyến nói riêng đối với người đang có nhu cầu học tìm hiểu qua nhiều kênh thông tin khác nhau truyền thông của Trường, đánh giá, bình luận của sinh viên/ cựu sinh viên về Trường trên mạng xã hội ... Đây cũng là một yếu tố có sự tác động lớn đến quyết định lựa chọn học. Thương hiệu đào tạo được đánh giá càng tốt thì càng thu hút nhiều sự quan tâm của người học và góp phần khẳng định chất lượng đào tạo với xã hội. Xây dựng thương hiệu đào tạo tốt, có tầm ảnh hưởng lớn với các thông tin tích cực giúp cho Trường có thể phát triển quy mô tuyển sinh và đào tạo một cách ổn định.

4.1.5. Tác động của yếu tố Học phí

Kết quả tại Bảng 7 cho thấy đa số người có nhu cầu học được khảo sát đánh giá mức học phí phù hợp chiếm 66.81%. Còn lại 33.19% cho rằng học phí cao hơn khả năng chi trả, trong đó 65.33% người thuộc độ tuổi 18-25. Đây là nhóm có khả năng cao quyết định không lựa chọn học vì yếu tố Học phí. Tuy nhiên, với mức học phí hiện tại cũng đã phù hợp với đa số đối tượng về tuổi tác, nghề nghiệp, khu vực sinh sống.

Bảng 7: Thống kê đánh giá mức học phí đại học từ xa trực tuyến tại Trường Đại học Mở Hà Nội

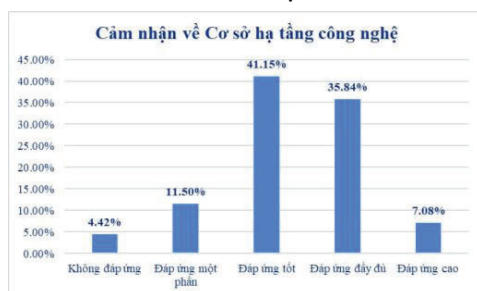


Học phí là thông tin có giá trị tuyệt đối và được công bố thông khai, người có nhu cầu học có thể dễ dàng tìm kiếm và so sánh mức học phí giữa các cơ sở đào tạo có phương thức trực tuyến. Giữa các cơ sở đào tạo có mức học phí khác nhau, cơ sở có mức học phí thấp hơn thường sẽ được người học ưu tiên lựa chọn đăng ký. Bên cạnh đó có các thông tin về chính sách học phí khác như mức dự kiến tăng học phí hàng năm hay học phí cố định cho toàn khoá học cũng có tác động tới người học.

4.1.6. Tác động của yếu tố Cơ sở hạ tầng công nghệ

Cảm nhận cơ sở hạ tầng công nghệ đáp ứng tổ chức đào tạo trực tuyến tại Trường từ mức tốt trở lên chiếm tỷ lệ cao (84.07%). Tuy nhiên vẫn có cảm nhận không đáp ứng với tỷ lệ thấp 4.42%. Chi tiết thống kê tại Bảng 8:

Bảng 8: Thống kê cảm nhận về Cơ sở hạ tầng công nghệ tại Trường Đại học Mở Hà Nội



Cũng như cảm nhận về thương hiệu đào tạo, cảm nhận về cơ sở hạ tầng công nghệ cũng được người có nhu cầu học đánh giá thông qua các thông tin tìm hiểu được. Trong quá trình tìm hiểu, người học có thể tiếp cận một phần thông qua hệ thống học thử, các thông tin mô tả minh họa về hệ thống học trực tuyến nên đây cũng là một phần tác động đến quyết định học.

IV. Kết luận

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy cả 6 yếu tố đề xuất đều có ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến tại Trường Đại học Mở Hà Nội. Trong đó yếu tố có ảnh hưởng, tác động mạnh nhất đến quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến tại Trường là Nội dung tư vấn tuyển sinh. Mức độ ảnh hưởng của các yếu tố còn lại theo thứ tự giảm dần là Học phí, Cơ sở hạ tầng công nghệ, Nhu cầu đào tạo cá nhân, Công tác truyền thông tuyển sinh, Thương hiệu đào tạo. Tuy nhiên nghiên cứu có hạn chế sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính nên chưa xác định được mô hình đầy đủ các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn học đại học từ xa trực tuyến tại Trường. Trong nghiên cứu tiếp theo có thể xây dựng mô hình đầy đủ các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn đại học từ xa trực tuyến tại Trường.

Tài liệu tham khảo:

- [1]. Bùi Cẩm Vân, Hà Ngọc Thắng (2023), Các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn trường đại học của sinh viên các trường đại học trên địa bàn thành phố Hà Nội, Tạp chí Giáo dục, số 24 (1), 42-47.
- [2]. Đỗ Thị Thu Trang(2021), Nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn trường đại học của học sinh trung học phổ thông, Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng, Số 234, tháng 11-2021.
- [3]. Đoàn Thị Hồng Nhung, Đào Thị Thu Thủy, Nguyễn Thị Mai Phương, Ngô Văn Thiện (2024), Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn ngành học của sinh viên Trường Đại học Đại Nam, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, tháng 05-2024,
- [4]. Lê Thị Mỹ Linh, Khúc Văn Quý (2020), Các yếu tố ảnh hưởng tới quyết định chọn trường đại học của học sinh THPT tại Việt Nam: Bằng chứng khảo sát năm 2020, <https://philarchive.org/archive/LINCYT>
- [5]. Narith Por, Chanminea Say, Socheat Mov, Factors influencing students' decision in choosing universities: Build bright university students, Jurnal As-Salam, Vol. 8 No. 1, Jan 2024. DOI: 10.37249/assalam.v8i1.646
- [6]. Ngô Thị Lan Anh, Hoàng Minh Đức (2020), Đào tạo trực tuyến trong các trường đại học ở Việt Nam hiện nay: Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng, Tạp chí Công thương, Số 23, tháng 09-2020.
- [7]. Nguyễn Lê Hoàng Thuy Tô Quyên, Chung Tuyết Minh, Nguyễn Văn Đại (2021), Nghiên cứu mô hình lựa chọn E-learning của sinh viên đại học tại Thành phố Hồ Chí Minh, Tạp chí Khoa học Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh, Số 17(2), 51-65. DOI:10.46223/HCMCOUJS.econ.vi.17.2.1801.2022
- [8]. Trần Thị Len, Nguyễn Thị Kim Ngân (2021), Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến ý định học trực tuyến của sinh viên tại Hà Nội, FTU Working

- Paper Series (FWPS), Vol.2 No. 1, tháng 9-2021, <https://fwps.ftu.edu.vn/2021/09/05/nghien-cuu-cac-nhan-to-anh-huong-den-y-dinh-hoc-truc-tuyen-cua-sinh-vien-tai-ha-noi/>
- [9]. Yenny Maya Dora, Joko Rizlie Widokarti, Andy Ismail, Dwinto Marti Aji Buana, Online course: Factors influencing students' decision, Jurnal Organisasi dan Manajemen, 19(2) 2023, 316-331, DOI: 10.33830/jom.v19i2.5103.2023
- [10]. <https://kinhtevadubao.vn/cac-nhan-to-anh-huong-den-quyet-dinh-lua-chon-nganh-hoc-cua-sinh-vien-truong-dai-hoc-dai-nam-28836.html>
- [11]. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000387824_vie

STUDY ON FACTORS INFLUENCING THE DECISION TO CHOOSE ONLINE DISTANCE EDUCATION AT HANOI OPEN UNIVERSITY

Nguyen Quynh Anh[†], Nguyen Hoang Son[†]

Abstract: *The study aims to identify some factors affecting the decision to choose online distance learning at Hanoi Open University (EHOU). Through online surveying people who want to study a questionnaire about a number of factors affecting the decision to choose online distance learning at Hanoi Open University, including six factors: (1) Personal training needs; (2) Admissions communication; (3) Content of admission consultation; (4) University brand; (5) Tuition fees; (6) Technology infrastructure. Based on the survey results, the study evaluates the impact of 6 factors on the decision to choose learning during the admission consultation process at Hanoi Open University.*

Keywords: *Hanoi Open University, open and distance education, e-learning, decision.*

[†] Hanoi Open University