

Nâng cao mức độ thỏa mãn nhu cầu người học và người sử dụng lao động đối với chuyên ngành thẩm định giá tại Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

NGUYỄN NGỌC QUANG*

Tóm tắt

Nghiên cứu mức độ thỏa mãn của người sử dụng lao động và sinh viên chuyên ngành thẩm định giá (TĐG) tại Trường Đại học Kinh tế Quốc dân được thực hiện dựa trên khung lý thuyết marketing trong lĩnh vực giáo dục của Kotler và Fox (1995). Thang đo được tham khảo từ khung lý thuyết của Parasuraman và bộ tiêu chí AUN-QA. Kết quả cho thấy, đối với sinh viên, các nhân tố: Nội dung giảng dạy, Vai trò của giảng viên, Phương pháp giảng dạy, Chương trình đào tạo và Ý thức của sinh viên có tác động mạnh đến sự hài lòng của người học. Còn đối với người sử dụng lao động, các nhân tố được đánh giá cao là Kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ TĐG của sinh viên; Ý thức tổ chức kỷ luật của sinh viên TĐG; Uy tín của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân và Khoa Marketing.

Từ khóa: thẩm định giá, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, sự hài lòng, sinh viên, người sử dụng lao động

Summary

Based on the framework of marketing theory in education field developed by Kotler and Fox (1995), this paper studies the satisfaction of valuation students who have been studying at National Economics University and their employers. The scale is built on the theoretical framework of Parasuraman and the AUN-QA's standards. The results show that Teaching content, Lecturer's role, Teaching method, Curriculum and Student's awareness create a strong impact on student's satisfaction. For employers, such factors as Professional skills of students; Sense of discipline organization of students, Prestige of National Economics University and Marketing Department are highly appreciated.

Keywords: valuation, National Economics University, satisfaction, student, employer

GIỚI THIỆU

TĐG là hoạt động tư vấn kinh tế nhằm ước lượng một mức giá trị cho một tài sản, phù hợp với môi trường nhất định, ở một thời điểm cụ thể, theo những tiêu chuẩn và cho những mục đích nhất định. Từ khi thông qua Luật Giá năm 2013, vai trò của TĐG ngày càng được khẳng định trong đời sống kinh tế, xã hội ở Việt Nam. Nghề TĐG hiện nay liên quan đến các hoạt động đa dạng, như: TĐG cho mua sắm chi tiêu ngân

sách nhà nước; TĐG doanh nghiệp khi cổ phần hoá, mua bán, sáp nhập và niêm yết doanh nghiệp trên thị trường chứng khoán; định giá bất động sản, sản phẩm xây dựng...

Ngoài việc được đào tạo nghiệp vụ bởi Cục Giá - Bộ Tài chính để cấp chứng chỉ hành nghề TĐG, thì người học có thể được đào tạo cử nhân về TĐG trong các trường đại học. Qua tìm hiểu của tác giả,

* TS., Khoa Marketing, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
Ngày nhận bài: 01/11/2019; Ngày phản biện: 18/11/2019; Ngày duyệt đăng: 22/11/2019

tính đến nay, Việt Nam mới có 5 trường đại học đào tạo chuyên ngành này, đó là: Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh, Trường Đại học Tài chính - Marketing, Học viện Tài chính và Trường Đại học Tài chính - Quản trị kinh doanh.

Trong đó, tại Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, chuyên ngành TĐG bắt đầu được đào tạo ở bậc cử nhân từ khóa 49 tại Khoa Marketing và thuộc ngành kinh tế. Từ khóa 55 đến khóa 59, chuyên ngành này được chuyển sang ngành tài chính - ngân hàng và từ khóa 60, chuyên ngành TĐG được chuyển về ngành marketing với việc bổ sung kiến thức về chính sách giá của doanh nghiệp. Việc điều chỉnh chương trình đào tạo làm thay đổi kiến thức cơ sở ngành của sinh viên, điều này đặt ra vấn đề cần phải tiến hành nghiên cứu, đánh giá sự thỏa mãn của người sử dụng lao động và người học của chuyên ngành này, qua đó đề xuất một số giải pháp marketing nhằm nâng cao mức độ thỏa mãn nhu cầu người học và người sử dụng lao động.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

Kotler và Fox (1995) mô tả mô hình marketing hỗn hợp cho các tổ chức giáo dục bao gồm 7 công cụ marketing (7Ps), đó là: chương trình/dịch vụ cung ứng, giá cả/chi phí, địa điểm, xúc tiến và truyền thông, quy trình, cơ sở vật chất, con người. Trong nghiên cứu này, tác giả sử dụng mô hình được đề xuất bởi Kotler và Fox (1995) làm khung lý thuyết nghiên cứu.

Các mô hình nghiên cứu sự thỏa mãn thường được đặt trong mối quan hệ với hành vi mua lặp lại và sự trung thành của khách hàng, trong đó sự thỏa mãn được coi là biến trung gian được đo bằng khoảng cách giữa chất lượng dịch vụ cảm nhận và sự kỳ vọng của khách hàng và nó tác động đến hành vi mua lặp lại và sự trung thành của khách hàng đối với sản phẩm dịch vụ (SPDV) và thương hiệu. Parasuraman (1985, 1988) đã xây dựng mô hình thang đo SERVQUAL với năm thành phần là: Độ tin cậy; Khả năng đáp ứng; Năng lực phục vụ; Sự đồng cảm; Phương tiện hữu hình. Thang đo SERVQUAL trở thành nền tảng mà sau đó các nghiên cứu khác về chất lượng dịch vụ đã được xây dựng.

HÌNH 1: MÔ HÌNH SỰ THỎA MÃN CỦA NGƯỜI HỌC



Người: Đề xuất của tác giả

Để đánh giá chất lượng dịch vụ đào tạo trong các trường đại học, Mạng lưới trường đại học các nước ASEAN (ASEAN University Network) đã xây dựng bộ tiêu chí AUN-QA với các chỉ tiêu đánh giá chất lượng được hiểu là mức độ hài lòng của các chủ thể liên quan đến quá trình đào tạo tại các trường đại học. Bản công bố thể hệ 3, năm 2015 gồm 11 chỉ tiêu như sau: Kết quả học tập mong đợi, Quy cách chương trình, Nội dung và cấu trúc chương trình, Cách tiếp cận trong dạy và học, Kiểm tra đánh giá người học, Chất lượng đội ngũ cán bộ học thuật, Chất lượng đội ngũ cán bộ phục vụ, Chất lượng người học và phục vụ người học, Cơ sở vật chất và hạ tầng, Nâng cao chất lượng, Đầu ra.

Mô hình và các giả thuyết tác động đến sự thỏa mãn của người học

Trên cơ sở xem xét khung lý thuyết 7Ps của Kotler và Fox (1995), mô hình thang đo SERVQUAL của Parasuraman và cộng sự (1991), cũng như tính đặc thù của nghiên cứu này là chỉ gắn với một chuyên ngành đào tạo TĐG trong một ngành học nhất định tại Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, tác giả xây dựng mô hình tác động đến sự thỏa mãn của người học như Hình 1. Theo đó, có 6 nhân tố được đề xuất có ảnh hưởng đến sự thỏa mãn của người học, đó là: Phương pháp giảng dạy; Nội dung giảng dạy; Ý thức và tham gia học tập của sinh viên; Giảng viên; Khả năng phục vụ; Chương trình đào tạo.

Các giả thuyết gắn với từng nhân tố bao gồm:

H1S: Phương pháp giảng dạy có tác động tích cực đến sự thỏa mãn của sinh viên chuyên ngành TĐG;

H2S: Ý thức và tham gia học tập của sinh viên có tác động tích cực đến sự thỏa mãn của sinh viên chuyên ngành TĐG;

H3S: Nội dung giảng dạy có tác động tích cực đến sự thỏa mãn của sinh viên chuyên ngành TĐG;

H4S: Giảng viên có tác động tích cực đến sự thỏa mãn của sinh viên chuyên ngành TĐG;

H5S: Chương trình đào tạo có tác động tích cực đến sự thỏa mãn của sinh viên chuyên ngành TĐG;

H6S: Khả năng phục vụ có tác động tích cực đến sự thỏa mãn của sinh viên chuyên ngành TĐG.

HÌNH 2: MÔ HÌNH SỰ THỎA MÃN CỦA NGƯỜI SỬ DỤNG LAO ĐỘNG



Nguồn: Đề xuất của tác giả

Mô hình và các giả thuyết tác động đến sự thỏa mãn của người sử dụng lao động

Dựa trên khung lý thuyết và các mô hình nghiên cứu đã được đề cập, tác giả đề xuất mô hình tác động đến sự thỏa mãn của người sử dụng lao động như Hình 2. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự thỏa mãn của người sử dụng lao động là sinh viên tốt nghiệp chuyên ngành TĐG gồm: Kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ TĐG; Kiến thức chuyên ngành TĐG; Ý thức tổ chức kỷ luật của sinh viên TĐG; Kiến thức, kỹ năng bổ trợ (tin học, ngoại ngữ); Hoạt động tương tác giữa Khoa Marketing và doanh nghiệp; Uy tín của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân và Khoa Marketing.

Các giả thuyết gắn với từng nhân tố, bao gồm:

H1E: Kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ TĐG của sinh viên có tác động tích cực đến sự thỏa mãn của người sử dụng lao động chuyên ngành TĐG;

H2E: Kiến thức chuyên ngành TĐG của sinh viên có tác động tích cực đến sự thỏa mãn của người sử dụng lao động chuyên ngành TĐG;

H3E: Ý thức tổ chức kỷ luật của sinh viên TĐG có tác động tích cực đến sự thỏa mãn của người sử dụng lao động chuyên ngành TĐG;

H4E: Kiến thức, kỹ năng bổ trợ (tin học, ngoại ngữ) của sinh viên có tác động tích cực đến sự thỏa mãn của người sử dụng lao động chuyên ngành TĐG;

H5E: Hoạt động tương tác giữa Khoa Marketing và doanh nghiệp có tác động tích cực đến sự thỏa mãn của người sử dụng lao động chuyên ngành TĐG;

H6E: Uy tín của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân và Khoa Marketing có tác động tích cực đến sự thỏa mãn của người sử dụng lao động chuyên ngành TĐG.

Phương pháp nghiên cứu

Tác giả tiến hành khảo sát 180 sinh viên đã và đang theo học chuyên ngành TĐG tại Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (trong đó, sinh viên đang học chiếm 50% và sinh viên đã tốt nghiệp chiếm 50%) và 165 doanh nghiệp, tổ chức sử dụng sinh viên chuyên ngành TĐG. Khảo sát được tiến hành vào tháng 06/2019.

Sau khi thu thập dữ liệu, nghiên cứu này sử dụng các kỹ thuật về phần mềm SPSS để phân tích nhân tố

khám phá (EFA) nhằm loại các biến có trọng số nhân tố nhỏ (Factor loading - FL). Nếu FL nhỏ hơn 0.4 trong phân tích EFA, sẽ tiếp tục hoàn thiện và kiểm tra tổng phương sai. Các biến còn lại (thang đo hoàn chỉnh) sẽ được đưa vào phân tích nhân tố khẳng định (CFA). CFA kiểm tra vai trò của các biến trong các nhân tố. Tiếp theo, nghiên cứu sử dụng phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM) để kiểm định độ phù hợp mô hình lý thuyết và các giả thuyết nghiên cứu, kiểm định độ tin cậy, tính phân biệt, tính đơn nguyên của các thang đo, kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu (*Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế*).

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Đối với người học

Phân tích EFA tổng thể

Kết quả kiểm định tại Bảng 1 cho thấy, chỉ số KMO = 0.781 là cao (>0.5). Bên cạnh đó, kết quả Bartlett's Test khẳng định, các biến quan sát có ý nghĩa thống kê tại mức 0.05 (Sig. = 0.000 < 0.05). Vì vậy, phân tích EFA là phù hợp.

Từ 36 biến quan sát thuộc 7 nhân tố ban đầu, sau khi phân tích EFA với kỹ thuật ma trận xoay Varimax, tác giả rút ra 7 nhân tố dựa trên tiêu chí Eigenvalue > 1. Tổng phương sai giải thích được khi 7 nhân tố rút ra tương đương 62.6% (>50%), trong đó các biến được trích xuất trên 50% giá trị trong các trục nhân tố tương ứng. Kết quả này khẳng định, mô hình lý thuyết về các nhân tố đánh giá sự thỏa mãn của sinh viên phù hợp với dữ liệu thu thập.

Phân tích CFA và mô hình SEM

Kết quả kiểm định độ phù hợp của mô hình nghiên cứu bằng phân tích SEM cho kết quả: Chi-Square/df = 2.166; GFI = 0.895; CFI = 0.919; TLI = 0.924; RMSEA = 0.053. Như vậy, mô hình hoàn toàn phù hợp với dữ liệu của thị trường.

Phân tích SEM nhận được kết quả ước lượng trọng số hồi quy chuẩn hóa thể hiện ở Bảng 2. Các tác động trong mô hình lý thuyết nghiên cứu phần lớn đều có mức ý nghĩa thống kê với P-value < 0.05, ngoài trừ tác động của Khả năng hỗ trợ không có ý nghĩa thống kê, do P-value > 0.05. Như vậy, các giả thuyết được chấp nhận là H1S, H2S, H3S, H4S, H5S. Nói cách khác, có 5 nhân tố ảnh hưởng đến sự thỏa mãn của sinh viên chuyên ngành TĐG, bao gồm: Phương

pháp giảng dạy; Nội dung giảng dạy; Ý thức người học; Giảng viên giảng dạy; Chương trình đào tạo.

Đối với người sử dụng lao động

Phân tích EFA tổng thể

Kết quả kiểm định ở Bảng 3 cho thấy, chỉ số KMO = 0.815 là cao (>0.5). Bên cạnh đó, kết quả Bartlett's Test khẳng định, các biến quan sát có ý nghĩa thống kê tại mức 0.05 (Sig. = 0.000 < 0.05). Vì vậy, phân tích EFA là phù hợp để phân tích mô hình trong các bước tiếp theo.

Từ 33 biến quan sát, sau khi phân tích EFA với kỹ thuật ma trận xoay Varimax, tác giả rút ra 6 nhóm nhân tố dựa trên tiêu chí Eigenvalue > 1. Tổng phương sai giải thích được khi 7 nhóm nhân tố rút ra tương đương 63.497% (>50%). Kết quả phân tích EFA với ma trận xoay Varimax thu được các biến được trích xuất trên 50% giá trị trong các trục nhân tố tương ứng. Kết quả này khẳng định, mô hình lý thuyết về các nhân tố đánh giá sự thỏa mãn của người sử dụng lao động chuyên ngành TDG phù hợp với dữ liệu thu thập.

Phân tích hồi quy bội

Tác giả tiếp tục tiến hành kiểm định mối quan hệ nhân quả giữa 6 nhân tố: Kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ TDG của sinh viên, Kiến thức chuyên ngành TDG của sinh viên, Ý thức tổ chức kỷ luật của sinh viên TDG, Kiến thức, kỹ năng hỗ trợ (tin học, ngoại ngữ) của sinh viên, Hoạt động tương tác giữa Khoa Marketing và doanh nghiệp, Uy tín của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân và Khoa Marketing với Sự thỏa mãn của người sử dụng lao động chuyên ngành TDG. Giả thuyết đặt ra như sau:

H0: 6 nhân tố trên không ảnh hưởng đến Sự thỏa mãn của người sử dụng lao động chuyên ngành TDG;

H1: 6 nhân tố trên có ảnh hưởng tích cực đến Sự thỏa mãn của người sử dụng lao động chuyên ngành TDG

Nếu giá trị P-value < 0.05 thì bác bỏ H0, chấp nhận H1. Ngược lại, nếu P-value > 0.05 thì chấp nhận H0, bác bỏ H1.

Kết quả kiểm định mô hình hồi quy bội ở Bảng 4 cho biết, hệ số tương quan R và R² có kết quả rất cao, tương ứng với giá trị .755 và .570. Điều này cũng được khẳng định trong kiểm định ANOVA (Bảng 5) với giá trị F = 34.846 có mức ý nghĩa thống kê < .001. Vậy có thể kết luận, phương trình hồi quy bội có chất lượng kiểm định tốt.

BẢNG 1: KIỂM ĐỊNH KMO AND BARTLETT'S TEST

Kaiser-Meyer-Olkin đo lường lấy mẫu đầy đủ	0.781	
Bartlett's kiểm định cầu thể	Chi-bình phương xấp xỉ	3436.743
	Độ tự do	630
	Sig.	0.000

BẢNG 2: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH GIẢ THUYẾT

Nhân tố phụ thuộc	Nhân tố độc lập	Trọng số	P	Giả thuyết	Kết luận
Sự thỏa mãn của người học	<--- Phương pháp giảng dạy	.203	.013	H1S	Chấp nhận
Sự thỏa mãn của người học	<--- Nội dung giảng dạy	.282	***	H2S	Chấp nhận
Sự thỏa mãn của người học	<--- Ý thức người học	.155	.004	H3S	Chấp nhận
Sự thỏa mãn của người học	<--- Giảng viên giảng dạy	.215	***	H4S	Chấp nhận
Sự thỏa mãn của người học	<--- Chương trình đào tạo	.184	.002	H5S	Chấp nhận
Sự thỏa mãn của người học	<--- Khả năng hỗ trợ	.034	.314	H6S	Bác bỏ

P: mức ý nghĩa: *** = p < 0.001

BẢNG 3: KIỂM ĐỊNH KMO VÀ BARTLETT'S TEST

Kaiser-Meyer-Olkin đo lường lấy mẫu đầy đủ	0.815	
Bartlett's kiểm định cầu thể	Chi-bình phương xấp xỉ	2853.372
	Độ tự do	496
	Sig.	0.000

BẢNG 4: TÓM TẮT MÔ HÌNH

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.755 ^a	.570	.553	30391

a. Predictors: (Constant), IMF, COF, SUF, ATF, KNF, SKF

BẢNG 5: KIỂM ĐỊNH ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	19.310	6	3.218	34.846	.000 ^b
Residual	14.593	158	.092		
Total	33.903	164			

a. Dependent Variable: Q8 (SAF)

b. Predictors: (Constant), IMF, COF, SUF, ATF, KNF, SKF

Nguồn: Tính toán của tác giả

Theo Bảng 6, hệ số VIF của các khía cạnh phân tích đều < 3 và Sig. < 0.05, do đó các biến đều có ý nghĩa thống kê. Kết quả này cho phép chấp nhận giả thuyết H1, bác bỏ H0. Nói cách khác, sự thỏa mãn của người sử dụng lao động phụ thuộc vào 6 nhân tố trong mô hình đề xuất ban đầu.

Kết quả kiểm định giả thuyết ở Bảng 7 cho thấy, cả 6 nhân tố đều tác động tích cực đến sự thỏa mãn của người sử dụng lao động. Trong đó, các nhân tố có mức ảnh hưởng lớn với trọng số trên 0.3 là: Kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ TDG của sinh viên; Ý thức tổ chức kỷ luật của sinh viên TDG; Uy tín của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân và Khoa Marketing. Nhóm nhân tố có mức ảnh hưởng thấp hơn là: Kiến thức chuyên ngành TDG của sinh viên; Hoạt động tương tác giữa Khoa Marketing và doanh nghiệp; Kiến thức, kỹ năng hỗ trợ (tin học, ngoại ngữ) của sinh viên.

BẢNG 6: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỒI QUY BỘI H1E, H2E, H3E, H4E, H5E, H6E

Mô hình B	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê cộng tuyến	
	Sai số chuẩn	Beta				Độ chấp nhận	VIF
(Constant)	.976	.021		168.043	.000		1.599
H1E	.247	.024	.323	6.193	.000	.505	2.107
H2E	.235	.027	.297	5.695	.000	.625	1.932
H3E	.268	.029	.269	7.062	.000	.369	1.847
H4E	.171	.022	.156	2.993	.003	.541	2.264
H5E	.235	.026	.298	5.708	.000	.406	2.192
H6E	.262	.028	.357	6.847	.000	.358	1.232

Source: Kết quả phân tích hồi quy khảo sát

BẢNG 7: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH GIẢ THUYẾT

Nhân tố phụ thuộc	Giả thuyết	Nhân tố	Trọng số	p	Kết quả kiểm định
Sự thỏa mãn của người sử dụng lao động	H1E	Kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ TDG của sinh viên	.323	.000	Chấp nhận
Sự thỏa mãn của người sử dụng lao động	H2E	Kiến thức chuyên ngành TDG của sinh viên	.297	.000	Chấp nhận
Sự thỏa mãn của người sử dụng lao động	H3E	Ý thức tổ chức kỷ luật của sinh viên TDG	.369	.000	Chấp nhận
Sự thỏa mãn của người sử dụng lao động	H4E	Kiến thức, kỹ năng bổ trợ (tin học, ngoại ngữ) của sinh viên	.156	.003	Chấp nhận
Sự thỏa mãn của người sử dụng lao động	H5E	Hoạt động tương tác giữa Khoa Marketing và doanh nghiệp	.298	.000	Chấp nhận
Sự thỏa mãn của người sử dụng lao động	H6E	Uy tín của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân và Khoa Marketing	.357	.000	Chấp nhận

Người Tác giả phân tích

KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Kết quả nghiên cứu chỉ ra 5 nhân tố tác động đến sự thỏa mãn của người học chuyên ngành TDG, đó là: Phương pháp giảng dạy; Nội dung giảng dạy; Ý thức người học; Giảng viên giảng dạy; Chương trình đào tạo. Các trọng số của các nhân tố tác động này dao động trong khoảng từ 0.155 đến 0.282. Đây là các giá trị ở mức trung bình.

Như vậy, để nâng cao sự thỏa mãn của người học chuyên ngành TDG tại Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, thì Bộ môn Định giá, Khoa Marketing và Trường cần tập trung nâng cao chất lượng nội dung giảng dạy, vai trò của giảng viên trong công tác giảng dạy, áp dụng các phương pháp giảng dạy mới có hiệu quả hơn, hoàn thiện chương trình đào tạo và nâng cao ý thức của sinh viên trong quá trình học tập.

Kết quả cũng chỉ ra 6 nhân tố tác động tích cực

đến sự thỏa mãn của người sử dụng lao động, gồm: Kỹ năng chuyên môn nghiệp vụ TDG của sinh viên; Ý thức tổ chức kỷ luật của sinh viên TDG; Uy tín của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân và Khoa Marketing; Kiến thức chuyên ngành TDG của sinh viên; Hoạt động tương tác giữa Khoa Marketing và doanh nghiệp; Kiến thức, kỹ năng bổ trợ (tin học, ngoại ngữ) của sinh viên.

Từ đó, để nâng cao mức độ hài lòng của đơn vị sử dụng lao động với sinh viên tốt nghiệp chuyên ngành TDG, cần có những giải pháp marketing đồng bộ từ phía Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, từ Khoa Marketing và Bộ môn Định giá. Trong đó, Trường cần tập trung xây dựng hình ảnh, nâng cao uy tín là nơi hàng đầu đào tạo cử nhân kinh tế, quản trị kinh doanh tại Việt Nam, với các sinh viên tốt nghiệp có đầy đủ kiến thức và kỹ năng phục vụ thị trường lao động.

Đối với Khoa Marketing, cần xây dựng, duy trì mối tương tác thường xuyên giữa Khoa và các doanh nghiệp TDG. Hoạt động này vừa làm tăng uy tín của Khoa, vừa có thể giúp nắm bắt nhu cầu về lao động chuyên ngành TDG, cũng như mở ra cơ hội cho sinh viên tìm được cơ sở thực tập. Ngoài ra, Khoa cũng cần xây dựng chương trình đào tạo theo hướng nâng cao trình độ kiến thức cơ sở ngành về kinh tế, tài chính, marketing, các kỹ năng tin học ngoại ngữ, cũng như rèn luyện ý thức tổ chức kỷ luật của sinh viên TDG.

Đối với Bộ môn Định giá, cần phát triển các kiến thức và kỹ năng chuyên sâu của chuyên ngành giúp sinh viên tốt nghiệp tiếp cận ngay được với công việc TDG sau khi tốt nghiệp. Để thực hiện được các nhiệm vụ trên, Bộ môn Định giá cần xây dựng đội ngũ giảng viên tâm huyết, có trình độ chuyên môn cao và được chủ động hơn trong việc lựa chọn quy mô, cơ cấu các học phần chuyên ngành TDG đáp ứng được nhu cầu doanh nghiệp sử dụng lao động. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. ASEAN University Network (2015). *Guide to AUN-QA Assessment at Programme Level: Version 3.0*
2. Kotler, P., & Fox, K. (1995). *Strategic Marketing for Educational Institutions*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall
3. Parasuraman, A. et al. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, 49, 41-50
4. Parasuraman, A. et al. (1988). SERQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40