

# Các nhân tố ảnh hưởng đến văn hóa học đường của trường đại học từ góc nhìn của sinh viên

VŨ HỒNG VÂN\*  
NGUYỄN THỊ OANH\*\*

## Tóm tắt

Mục tiêu chính của bài viết nhằm xem xét, đánh giá của sinh viên về các nhân tố ảnh hưởng đến văn hóa học đường tại trường đại học. Nhóm tác giả nghiên cứu 165 mẫu quan sát tại Trường Đại học Tài chính - Marketing (UFM). Kết quả nghiên cứu chỉ ra, các nhân tố ảnh hưởng tích cực đến Văn hóa học đường, bao gồm: Môi trường học thuật, Hoạt động hội nhóm và Thương hiệu nhà trường. Từ đó, nhóm tác giả đề xuất một số gợi ý nhằm xây dựng văn hóa học đường của UFM nói riêng và các trường đại học nói chung, giúp nâng cao thương hiệu cũng như góp phần vào sự phát triển bền vững của trường đại học.

**Từ khóa:** văn hóa, văn hóa học đường, đại học, Trường Đại học Tài chính - Marketing

## Summary

The main objective of this article is to show students' evaluation to determinants of school culture. Through a survey of 165 students at the University of Finance - Marketing (UFM), it points out some factors positively affecting school culture, which are Academic environment, Group activities and School brand's identification. From this finding, some suggestions are proposed to build a school culture for UFM in particular and for universities in general, to enhance the brand name as well as contribute to the sustainable development of universities.

**Keywords:** culture, school culture, universities, University of Finance - Marketing

## GIỚI THIỆU

Xây dựng văn hóa học đường trong trường đại học là điều kiện để thực hiện tốt mục tiêu giáo dục và đào tạo, đồng thời nâng cao chất lượng để đào tạo ra những sinh viên có đủ đức, đủ tài cống hiến cho sự phát triển giàu mạnh của nước nhà. Tuy nhiên, hiện nay, trong mỗi trường đại học, có thể bắt gặp những mối quan hệ thiếu phần gắn kết và chia sẻ giữa thầy và trò, giữa các đồng nghiệp; hay các sinh viên ăn mặc phần cảm trong môi trường giáo dục, có những lời nói, hành vi kém văn hóa hoặc có thái độ thờ ơ với hành vi thiếu văn hóa, tiêu cực xảy ra trước mắt; một số sinh viên sa ngã vào các tệ nạn xã hội phải bỏ dở việc học tập. Ngoài ra, một số sinh viên không tôn trọng giảng viên, coi giảng viên có nghĩa vụ dạy học để đáp ứng dịch vụ mà sinh viên đã tiêu

dùng. Nhiều sinh viên có lối sống thực dụng và vô cảm, không gắn kết với tập thể, thầy cô và bạn bè để học hỏi, tiến bộ. Một trong những nguyên nhân của tình trạng này là nhiều trường chỉ tập trung vào việc dạy tri thức, kỹ năng..., mà ít chú trọng giáo dục nhân cách, đạo đức, lối sống lành mạnh, tích cực cho sinh viên. Kết quả là, môi trường học đường nơi văn hóa đáng được coi trọng lại đang diễn ra thực trạng thiếu văn hóa (Trần Thị Tùng Lâm, 2017). Điều này chứng tỏ, văn hóa học đường chưa được chú trọng xây dựng và duy trì.

Văn hóa học đường phần nào thể hiện trình độ phát triển của trường đại học, vì chỉ khi được chú ý xây dựng văn hóa tổ chức nói chung, thì tổ chức đó mới đạt tầm cao. Văn hóa học đường cũng thể hiện những đặc tính riêng/đặc trưng của nhà trường mà mỗi thành viên tự hào về nó. Xây dựng văn hóa học đường cần xem xét từ góc độ quản lý hoạt động cung cấp dịch vụ đào tạo, với đối tượng là thành viên của trường học và khách hàng của trường học. Trong bài viết này, các tác giả tiếp cận văn hóa học đường dưới sự nhìn nhận của sinh viên - khách thể của quá trình đào tạo.

\* TS., Trường Đại học Tài chính - Marketing

\*\* TS., Trường Đại học Thủy lợi

Ngày nhận bài: 14/02/2022; Ngày phản biện: 10/3/2022; Ngày duyệt đăng: 15/3/2022

## CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### Cơ sở lý thuyết

#### *Khái niệm văn hóa học đường*

Văn hóa học đường được nghiên cứu từ thập niên 1930 ở Hoa Kỳ và đến những năm 1990 mới được phát triển mạnh tại các quốc gia tiên tiến. Trong tiếng Anh, văn hóa học đường được gọi là school culture, nhưng trong tiếng Việt tồn tại hai khái niệm: văn hóa học đường và văn hóa nhà trường. Khái niệm văn hóa học đường có phổ nghĩa rộng hơn và bao trùm cả khái niệm văn hóa nhà trường. Văn hóa học đường lấy hoạt động dạy và học làm trọng tâm cùng các mối quan hệ tương tác giữa các nhóm khách thể bao gồm: nhà quản lý, giảng viên, cán bộ nhân viên, sinh viên, phụ huynh và doanh nghiệp liên quan. Văn hóa nhà trường được hiểu theo khía cạnh quản lý (bên cung cấp hoạt động học đường) hơn là hoạt động dạy và học trong học đường.

Đứng ở góc nhìn tổ chức, Schein (1985) đã xác định, văn hóa học đường là những mạng lưới phức tạp của những truyền thống và lễ nghi được các thể hệ giảng viên, sinh viên, phụ huynh và nhà quản lý cùng xây dựng theo thời gian.

Nguyễn Ngọc Thơ (2020) đã khái quát văn hóa học đường là hệ thống các giá trị chuẩn mực được kiến tạo và không ngừng hoàn thiện qua các quá trình tương tác, ứng xử giữa nhà quản lý giáo dục, cán bộ giảng viên, sinh viên và cộng đồng với nhau trong hoạt động dạy và học và trong ứng xử với thế giới bên ngoài nhằm xây dựng môi trường học đường nhân văn lành mạnh, tạo tiền đề phát huy hiệu quả truyền thống dạy và học đặc thù của các đơn vị giáo dục, hướng tới đáp ứng nhu cầu nguồn nhân lực có đầy đủ tài - trí - đức và có tư duy sáng tạo đa văn hóa cho xã hội.

#### *Các nhân tố cấu thành văn hóa học đường*

Hai tác giả Deal và Kennedy (1992) đứng ở góc nhìn văn hóa tổ chức đã thảo luận các thành tố của văn hóa tổ chức trong một đơn vị gồm các nhân tố: (1) Môi trường hoạt động/vận hành - nhân tố quyết định những việc cần làm để tiến tới thành công; (2) Hệ giá trị bao gồm quan niệm và niềm tin cốt lõi của đơn vị - nhân tố hình thành hạt nhân của văn hóa đơn vị; (3) Hình ảnh nhân vật tiêu biểu - những hình mẫu có thực về tinh thần trách nhiệm và hiệu quả; (4) Hệ thống nghi thức và nghi lễ chứa đựng lễ lối, trường quy hoạt động mỗi ngày của đơn vị; (5) Hệ thống các mạng lưới văn hóa làm phương tiện/công cụ giao tiếp trong đơn vị như người kể chuyện, mạng lưới cán bộ chủ chốt, người dẫn dắt và kết nối các cá nhân...

Peterson và Deal (2010) chia môi trường văn hóa học đường gồm 6 thành tố, gồm: Nội quy học đường; Các giá trị cốt lõi và triết lý giáo dục của nhà trường; Hệ thống nghi lễ khánh tiết đặc trưng của nhà trường; Hệ thống biểu tượng đặc trưng riêng của nhà trường (logo, huy hiệu, vật biểu, màu sắc đặc trưng...); Những tấm gương đại diện dạy tốt, học tốt và lao động tốt; Những giai thoại, mẫu chuyện về truyền thống, thế mạnh của trường.

Shen và Tian (2012) đã phân văn hóa học đường thành ba thành tố, gồm: Văn hóa vật chất (hệ thống cơ sở vật chất và các tài sản hữu hình đặc trưng của nhà trường); Văn hóa quản trị (hệ thống quản trị và các cơ chế, chính sách vận hành nhà trường); Văn hóa tinh thần (các giá trị cốt lõi, quan điểm học thuật và cách thức, kết quả mọi người tham gia vào các hoạt động văn hóa của nhà trường). Theo hai tác giả này, thành tố văn hóa tinh thần đóng vai trò chủ chốt của văn hóa học đường.

Có thể thấy, văn hóa học đường là một hệ thống có các thành tố tương tác lẫn nhau. Về mặt chủ thể, theo Peterson và Deal (2010), nhân tố dẫn tới thành công văn hóa học đường nằm ở 3 nhóm đối tượng chính là: nhà quản lý, cán bộ giảng viên và sinh viên. Trong 3 nhóm chủ thể này, nhà quản lý vẫn đóng vai trò đầu tàu. Môi trường học đường thành công phải có đội ngũ những con người có thể tiếp cận, nắm bắt và chủ động củng cố truyền thống và các giá trị cốt lõi; nhà quản lý phải có cung cách quản lý giúp duy trì và thúc đẩy việc học tập của sinh viên cũng như việc giảng dạy và nghiên cứu khoa học của cán bộ giảng viên.

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

Kế thừa các kết quả nghiên cứu trước đây, đứng trên quan điểm của sinh viên nhận thức về vấn đề văn hóa học đường, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu với 6 nhân tố độc lập tác động đến Văn hóa học đường (VHHĐ) của trường đại học, bao gồm: Nhận diện thương hiệu (TH); Giá trị cảm nhận (GT); Dịch vụ đào tạo (DV); Môi trường học thuật (MT); Câu lạc bộ và hội nhóm (HN); Sự kết nối (KN).

Các giả thuyết được đưa ra như sau:

*H1:* Nhận diện thương hiệu có tác động tích cực đến Văn hóa học đường.

*H2:* Giá trị cảm nhận có tác động tích cực đến Văn hóa học đường.

*H3:* Dịch vụ đào tạo có tác động tích cực đến Văn hóa học đường.

*H4:* Môi trường học thuật có tác động tích cực đến Văn hóa học đường.

*H5:* Câu lạc bộ và hội nhóm có tác động tích cực đến Văn hóa học đường.

*H6:* Sự kết nối có tác động tích cực đến Văn hóa học đường.

Thang đo nghiên cứu được tổng hợp ở Bảng 1.

#### **Phương pháp nghiên cứu**

Phương pháp khảo sát bằng bảng hỏi được thiết kế gồm 32 câu hỏi theo

6 nhóm nhân tố, được đánh giá thông qua thang đo Likert 5 mức độ. Cơ mẫu nghiên cứu là 165 sinh viên của UFM. Khảo sát được thực hiện vào tháng 11/2021 qua Google form. Nhóm tác giả sử dụng phần mềm SPSS 26.0 để xử lý dữ liệu (Nghiên cứu sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế).

## KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

### Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Kết quả đo lường ở Bảng 2 cho biết, hệ số Cronbach's Alpha đều > 0.7, các hệ số tương quan biến - tổng đều có kết quả > 0.4. Do đó, tất cả các thang đo đều đạt được giá trị tin cậy và phân biệt, nên 25 biến quan sát của 6 nhân tố được giữ lại để phân tích nhân tố khám phá (EFA).

### Phân tích EFA

#### Phân tích EFA đối với biến độc lập

Kết quả ở Bảng 3 và 4 cho thấy, hệ số KMO = 0.928 > 0.5; thống kê Chi-square của kiểm định Bartlett đạt 2597.473 với mức ý nghĩa Sig. = 0.000 < 0.05, thỏa mãn yêu cầu; giá trị hệ số Eigenvalue của các nhân tố đều > 1. Phân tích EFA rút ra 4 nhân tố với tổng phương sai trích đạt 62.972%. Bốn nhân tố này giải thích được 62.97% sự biến thiên của dữ liệu. Hệ số tải của các biến quan sát đều > 0.5, cho thấy phân tích EFA là phù hợp.

Nhóm tác giả đặt tên các biến độc lập như sau:

- Môi trường học thuật (MTHT) gồm các biến: GT1, GT2, GT3, GT4, MT2, MT3, MT4, DV1, DV4

- Dịch vụ đào tạo (DVĐT) gồm các biến: KN1, KN2, KN3, KN5, DV2, DV3, TH4

- Hoạt động hội nhóm (HĐHN) gồm các biến: HN1, HN2, HN3, HN4

- Nhận diện thương hiệu (NDTH) gồm các biến: TH1, TH3

#### Phân tích EFA đối với biến phụ thuộc

Kết quả phân tích EFA với biến phụ thuộc cho giá trị KMO = .803, Chi-square = 293.846 và các quan sát của biến phụ thuộc tải lên cùng một biến, giải thích 70.259% biến thiên của biến phụ thuộc. Như vậy, biến phụ thuộc vẫn giữ nguyên sau phân tích EFA.

### Phân tích tương quan

Theo kết quả phân tích hệ số tương quan ở Bảng 5, các biến có tương quan với nhau, 4 biến độc lập có tương quan với biến phụ thuộc. Trong đó, tương quan mạnh nhất là biến Môi trường học thuật và tương quan yếu nhất là biến Nhận

BẢNG 1: THANG ĐO NGHIÊN CỨU CHÍNH THỨC

STT	Tên biến	Nội dung biến quan sát	Nguồn gốc
<i>Nhận diện thương hiệu</i>			
1	TH1	Hình ảnh UFM được nhận diện dễ dàng thông qua logo, slogan, motto	Lê Văn Hào (2018)
2	TH2	Hình ảnh thương hiệu của UFM hiển thị ở nhiều hoạt động trong và ngoài trường	Lê Văn Hào (2018)
3	TH3	Hình ảnh thương hiệu UFM có đặc trưng riêng	Nhóm tác giả
4	TH4	Hình ảnh thương hiệu của UFM luôn được chăm chút, cải tiến	Nhóm tác giả
<i>Giá trị cảm nhận</i>			
5	GT1	Chất lượng đầu vào (điểm đầu vào) của UFM ngày càng cao	Nhóm tác giả
6	GT2	Tôi tự hào là sinh viên UFM	Nhóm tác giả
7	GT3	Tôi tin tưởng vào lựa chọn học tập tại UFM	Nhóm tác giả
8	GT4	Uy tín của UFM ngày càng tăng lên	Nhóm tác giả
<i>Dịch vụ đào tạo</i>			
9	DV1	Các cán bộ, giảng viên lịch sử và nhiệt tình hỗ trợ sinh viên	Trần Thị Tùng Lâm (2017)
10	DV2	Dịch vụ hỗ trợ sinh viên được thực hiện nhanh gọn và thuận lợi	Nhóm tác giả
11	DV3	Các thông tin cần thiết được cung cấp cho sinh viên đầy đủ, rõ ràng	Lê Văn Hào (2018)
12	DV4	Tôi ý thức tuân thủ các quy định và góp phần xây dựng văn hóa trường học	Nhóm tác giả
<i>Môi trường học thuật</i>			
13	MT1	Cơ sở vật chất không ngừng được cải thiện phục vụ việc học tập	Nhóm tác giả
14	MT2	Thầy/cô có phương pháp giảng dạy phù hợp và hỗ trợ sinh viên tốt	Trần Thị Tùng Lâm (2017)
15	MT3	Đánh giá học phần công bằng và khách quan	Nhóm tác giả
16	MT4	Tôi học hỏi được nhiều từ các thầy/cô	Trần Thị Tùng Lâm (2017)
<i>Câu lạc bộ và hội nhóm</i>			
17	HN1	UFM có nhiều câu lạc bộ thú vị	Trần Thị Tùng Lâm (2017)
18	HN2	Tham gia hội nhóm giúp tôi đóng góp cho công đồng	Trần Thị Tùng Lâm (2017)
19	HN3	Tham gia hội nhóm giúp tôi rèn luyện kỹ năng, phẩm chất và năng lực	Nhóm tác giả
20	HN4	Tham gia hội nhóm giúp tuổi trẻ của tôi sôi nổi và có ý nghĩa hơn	Nhóm tác giả
<i>Sự kết nối</i>			
21	KN1	Mối quan hệ giữa Nhà trường, phụ huynh, sinh viên tốt	Trần Thị Tùng Lâm (2017)
22	KN2	Các kênh thông tin giữa Nhà trường với sinh viên luôn thông suốt	Trần Thị Tùng Lâm (2017)
23	KN3	Trang web của Nhà trường thực sự hữu ích cho sinh viên	Nhóm tác giả
24	KN4	Bộ quy tắc ứng xử của Nhà trường hợp lý	Lê Văn Hào (2018)
25	KN5	Nhà trường kết nối với doanh nghiệp tốt	Lê Văn Hào (2018)
<i>Văn hóa học đường</i>			
26	VHHĐ1	Văn hóa học đường được UFM chú trọng xây dựng	Nhóm tác giả
27	VHHĐ2	Văn hóa học đường ảnh hưởng đến thái độ và việc rèn luyện tri thức của tôi	Nhóm tác giả
28	VHHĐ3	Văn hóa học đường giúp Nhà trường củng cố thương hiệu	Nhóm tác giả
29	VHHĐ4	Xây dựng văn hóa học đường cần sự chung tay của tất cả giảng viên, cán bộ và sinh viên	Nhóm tác giả

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp và đề xuất

BẢNG 2: KẾT QUẢ ĐÁNH GIÁ ĐỘ TIN CẬY THANG ĐO

Biến quan sát	Hệ số Cronbach's Alpha
TH	.758
GT	.826
DV	.822
MT	.776
HN	.901
KN	.850
VHHĐ	.857

Nguồn: Xu Li et al., 2019, trang 85-85

diện thương hiệu và mối tương quan có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 99%, nên có thể đưa các biến độc lập vào mô hình để giải thích cho biến Văn hóa học đường.

**BẢNG 3: KIỂM ĐỊNH KMO VÀ BARTLET'S TEST**

<b>Hệ số KMO</b>		.928
<b>Kiểm định Bartlett</b>	Approx. Chi-Square	2597.473
	Df	300
	Sig.	.000

**BẢNG 4: MA TRẬN XOAY CÁC NHÂN TỐ**

	<b>Nhân tố</b>			
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
GT3	.757			
GT2	.706			
MT2	.674			
MT4	.662			
MT3	.654			
DV1	.632			
GT4	.607			
DV4	.604			
GT1	.597			
DV2		.752		
KN1		.701		
TH4		.676		
KN2		.639		
KN3		.626		
DV3		.609		
KN5		.596		
MT1				
HN3			.775	
HN2			.774	
HN4			.756	
HN1			.725	
KN4				
TH1				.785
TH3				.739
TH2				

**BẢNG 5: HỆ SỐ TƯƠNG QUAN TUYẾN TÍNH PEARSON**

		<b>VHHD</b>	<b>MTHT</b>	<b>DVĐT</b>	<b>HĐHN</b>	<b>NDTH</b>
<b>VHHD</b>	Hệ số tương quan Pearson	1	.769**	.625**	.681**	.588**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	165	165	164	165	165
<b>MTHT</b>	Hệ số tương quan Pearson	.769**	1	.700**	.657**	.566**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	165	165	164	165	165
<b>DVVH</b>	Hệ số tương quan Pearson	.625**	.700**	1	.626**	.537**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	164	164	164	164	164
<b>HĐHN</b>	Hệ số tương quan Pearson	.681**	.657**	.626**	1	.549**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	165	165	164	165	165
<b>NDTH</b>	Hệ số tương quan Pearson	.588**	.566**	.537**	.549**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	165	165	164	165	165

Ghi chú: \*\* nghĩa là tương quan có ý nghĩa ở mức 0.01 (2-tailed).

**BẢNG 6: ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ PHÙ HỢP CỦA MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU**

<b>Mô hình</b>	<b>Hệ số R</b>	<b>Hệ số R<sup>2</sup></b>	<b>Hệ số R<sup>2</sup> hiệu chỉnh</b>	<b>Sai số chuẩn của ước lượng</b>	<b>Hệ số Durbin-Watson</b>
1	0.815	0.664	0.655	0.37733	2.067

a. Biến độc lập: (Hàng số), NDTH, DVĐT, HĐHN, MTHT  
b. Biến phụ thuộc: VHHD

**Phân tích hồi quy**

Kết quả ở Bảng 6 cho thấy, hệ số xác định R<sup>2</sup> = 0.664 ≠ 0, như vậy mô hình nghiên cứu là phù hợp. R<sup>2</sup> hiệu chỉnh = 0.655 < R<sup>2</sup>, như vậy 65.5% biến thiên của biến phụ thuộc được giải thích bởi 4 biến độc lập trong mô hình.

Giá trị Durbin-Watson = 2.067 nằm trong khoảng từ 1 đến 3, nên không có sự tương quan giữa các phần dư. Giá trị F = 78.398 và mức ý nghĩa Sig. = 0.000 < 0.05. Do đó, mô hình hồi quy đưa ra phù hợp với dữ liệu và có thể sử dụng được. Về kiểm định đa cộng tuyến, hệ số phóng đại phương sai (VIF) < 3, cho thấy hiện tượng đa cộng tuyến không bị vi phạm.

Kết quả phân tích Anova và kiểm định F cho thấy, trị số thống kê được tính từ R<sup>2</sup> có giá trị Sig. = 0.000 (< 0.05) và tổng bình phương hồi quy (44.647) lớn hơn tổng bình phương phần dư (22.638), do đó mô hình giải thích hầu hết các phương sai của biến phụ thuộc.

Theo kết quả phân tích hồi quy ở Bảng 8, nhân tố Dịch vụ đào tạo (DVĐT) có hệ số Sig. = 0.499 > 0.05 nên loại.

Khi đó, còn lại 3 biến độc lập là: Môi trường học thuật, Hoạt động hội nhóm và Nhận diện thương hiệu. Nhóm tác giả tiếp tục phân tích hồi quy 3 biến này và cho kết quả R<sup>2</sup> = 0.661 (R<sup>2</sup> điều chỉnh = 0.655); tổng bình phương hồi quy (44.732) lớn hơn tổng bình phương phần dư (22.905).

Giá trị Durbin-Watson = 2.084 nằm trong khoảng từ 1 đến 3, nên không có sự tương quan giữa các phần dư. Giá trị F = 104.809 và mức ý nghĩa Sig. = 0.000 < 0.05. Do vậy, mô hình hồi quy đưa ra phù hợp với dữ liệu và có thể sử dụng được. Về kiểm định đa cộng tuyến, hệ số phóng đại phương sai VIF < 2, tức là hiện tượng đa cộng tuyến không bị vi phạm (Bảng 9).

Mô hình hồi quy chuẩn hóa có dạng như sau:

$$VHHD = 0.51 * MTHT + 0.26 * HĐHN + 0.157 * NDTH$$

Như vậy, Văn hóa học đường chịu tác động bởi 3 nhân tố: Môi trường học thuật; Hoạt động hội nhóm; Nhận diện thương hiệu. Ba nhân tố đều tác động thuận chiều, trong đó Môi trường học thuật ảnh hưởng nhiều nhất, tiếp đến là Hoạt động hội nhóm và cuối cùng là Nhận diện thương hiệu.

**KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT**

Kết quả nghiên cứu chỉ ra 3 nhân tố tác động thuận chiều đến Văn hóa học đường tại UFM, xếp theo thứ tự tác động giảm dần là: Môi trường học thuật, Hoạt động hội nhóm, Nhận diện thương hiệu.

Từ kết quả trên, nhóm tác giả đưa ra một số đề xuất nhằm xây dựng văn hóa học đường tại UFM, như sau:

**Một là, xây dựng môi trường học thuật nhằm nâng cao chất lượng đào tạo của Nhà trường**

UFM cần định hướng xây dựng ý thức, tinh cảm tốt đẹp cho sinh viên, giúp sinh viên có thái độ và hành vi tích cực, chủ động, sáng tạo trong học tập và rèn luyện. Nhà trường cần trang bị cho sinh viên về văn hóa học đường ngay từ khi bắt đầu vào khóa học, để sinh viên nắm được cụ thể các giá trị cốt lõi cũng như các chuẩn mực hành vi cần có trong ứng xử và trong học tập. Bên cạnh đó, Nhà trường cũng cần ban hành các chế tài cụ thể đối với các hành vi vi phạm văn hóa học đường.

Mặt khác, cần phát huy vai trò gương mẫu của giảng viên, cán bộ nhân viên Nhà trường. Mỗi giảng viên cần có chuẩn mực trong hành vi khi dạy học, đồng thời kết hợp rèn luyện các kỹ năng sống và kỹ năng mềm cho sinh viên. Cán bộ nhân viên Nhà trường cần có trách nhiệm cao, tuân thủ quy tắc ứng xử của Nhà trường đã ban hành để góp phần xây dựng môi trường dạy học kỷ cương và hiệu quả.

**Hai là, đẩy mạnh vai trò của Đoàn thanh niên, Hội sinh viên và các câu lạc bộ**

UFM cần thành lập thêm các câu lạc bộ học thuật và hoạt động ngoại khóa bổ ích cho sinh viên. Các khoa chuyên môn nên tăng cường các hoạt động học thuật, như: tổ chức giao lưu với doanh nghiệp, gặp gỡ doanh nhân, tham quan thực tế doanh nghiệp hay giao lưu các khóa sinh viên, giao lưu với các sinh viên tiêu biểu để các em sinh viên thêm động lực học tập, cũng như có cái nhìn thực tế về công việc và nghề nghiệp.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Nguyễn Vũ Bích Hiền, Nguyễn Thị Minh Nguyệt, Nguyễn Xuân Thanh (2017). *Giáo trình Văn hóa tổ chức vận dụng vào phân tích văn hóa nhà trường*, Nxb Đại học Sư phạm
2. Lê Văn Hảo (2018). *Phát triển văn hóa trường đại học phù hợp với yêu cầu của Bộ tiêu chuẩn đánh giá chất lượng cơ sở giáo dục đại học 2017 của Bộ Giáo dục và Đào tạo*, tham luận tại Hội thảo quốc tế: “Văn hóa học đường đại học Việt Nam trong thời kỳ phát triển và hội nhập”, Trường Đại học Khoa học, Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh
3. Trần Thị Tùng Lâm (2017). *Hiệu quả giáo dục văn hóa học đường cho sinh viên các trường đại học ở Hà Nội hiện nay*, Luận án tiến sĩ, Học viện Báo chí và Tuyên truyền
4. Nguyễn Ngọc Thơ (2020). *Khái luận văn hóa học đường*, *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Trà Vinh*, số 37, 63
5. Deal, T. E., Kennedy, A. (1982). *Corporate cultures: the rites and rituals of corporate life*, New York: Addison-Wesley
6. Peterson, K. D., Deal, T. E. (2010). *Shaping school culture: pitfalls, paradoxes, and promises*, San Francisco: John Wiley & Sons
7. Schein, E. H. (1985). *Organizational culture and leadership*, San Francisco: Jossey Bass
8. Shen, X., Tian, X. (2012). Academic culture and campus culture of universities, *Higher Education Studies*, 2(2), 61-65

**BẢNG 7: KIỂM ĐỊNH ANOVA CỦA MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU**

Mô hình	Tổng bình phương	Hệ số Df	Trung bình bình phương	Hệ số F	Sig.
1 Hồi quy	44.647	4	11.162	78.398	.000 <sup>b</sup>
Phần dư	22.638	159	.142		
Tổng	67.285	163			

a. Biến phụ thuộc: VHHD

b. Biến độc lập: (Hằng số), NDTH, DVĐT, HĐHN, MTHT

**BẢNG 8: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỒI QUY**

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Dung sai điều chỉnh	VIF
(Hằng số)	.321	.222		1.443	.151		
1 MTHT	.538	.079	.491	6.849	.000	.411	2.432
DVĐT	.047	.069	.047	.678	.499	.449	2.230
HĐHN	.207	.055	.248	3.766	.000	.488	2.050
THNT	.132	.053	.148	2.510	.013	.607	1.646

a. Biến phụ thuộc: VHHD

**BẢNG 9: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỒI QUY SAU KHI LOẠI BIẾN DVĐT**

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Dung sai điều chỉnh	VIF
(Hằng số)	.332	.220		1.505	.134		
1 MTHT	.560	.071	.510	7.934	.000	.509	1.965
HĐHN	.218	.053	.260	4.097	.000	.522	1.914
NDTH	.140	.052	.157	2.697	.008	.624	1.602

a. Biến phụ thuộc: VHHD

Nguồn: Kết quả phân tích bằng SPSS 26.0

Ngoài ra, hoạt động truyền thông nội bộ cần được phát huy để giáo dục kỹ năng sống cho sinh viên, tuyên truyền văn hóa học đường, nêu gương các em sinh viên tiêu biểu trong học tập hay rèn luyện.

**Ba là, tiếp tục xây dựng thương hiệu Nhà trường**

UFM cần xây dựng bộ nhận diện thương hiệu và cần hướng đến các hoạt động bên trong, cũng như mở rộng các hoạt động xã hội, cộng đồng. Khi đó, văn hóa học đường sẽ đóng góp vào sự phát triển của Nhà trường, để mỗi cán bộ, giảng viên và sinh viên đều tự hào là một thành viên của Nhà trường. □