

THÁI ĐỘ ĐỐI VỚI NGHỀ NGHIỆP CỦA SINH VIÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH - MARKETING

LÊ VĂN QUÝ^(*)

TRẦN CHÍ VĨNH LONG^(**)

TÓM TẮT: Hiện nay, các trường cao đẳng và đại học ở nước ta ngày càng quan tâm, nhận thức đúng hơn về thái độ đối với nghề nghiệp của sinh viên. Với bài báo này, chúng tôi làm rõ thực trạng thái độ đối với nghề nghiệp của sinh viên ngành Quản trị kinh doanh, trường Đại học Tài chính - Marketing, từ những biểu hiện đến các kết quả đo lường; đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nghề nghiệp cho sinh viên.

Từ khóa: thái độ, thái độ đối với nghề, sinh viên.

ABSTRACT: Now, colleges and universities in our countries are more and more paying attention to and having proper awareness of the attitude to employment of students. Hereby, we would like to make clear the reality of such issues of students in Faculty of Business Administration, University of Finance – Marketing, from their expression to measured outputs; propose solutions to advance the quality of occupational education for students.

Key words: attitudes, attitudes of students toward career, student.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thái độ là trạng thái tâm lý chủ quan của mỗi người, sẵn sàng phản ứng theo một khuynh hướng tích cực hay tiêu cực đối với một sự vật, hiện tượng nào đó. Con người cũng có thể có thái độ trung tính, có nghĩa là họ đồng thời biểu hiện thái độ tích cực và tiêu cực đối với cùng một mục tiêu.

Quan điểm thái độ là sự kết hợp của các thành phần: (i) nhận thức, (ii) xúc cảm - tình cảm, (iii) hành vi và ý định hành vi. Thành phần xúc cảm - tình cảm của thái độ được cho là bao gồm sự đánh giá ý thích, hoặc cảm xúc của một người với một số tình huống, đối tượng hoặc con người.

Thái độ nghề nghiệp tích cực sẽ tạo nên hứng thú nghề nghiệp, thúc đẩy sinh viên học tập nỗ lực và đạt kết quả tốt hơn. Sinh viên sau tốt nghiệp sẽ có tâm huyết với nghề

và gặt hái được nhiều thành công hơn trong công việc, sự nghiệp của mình khi họ có thái độ tích cực đối với ngành nghề mà họ đang theo học. Như vậy, nhiệm vụ đặt ra ở đây đối với các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực ngành Quản trị kinh doanh không chỉ chú trọng đào tạo chuyên môn nghề nghiệp mà còn giúp sinh viên có thái độ đầy đủ, đúng mực với nghề mà họ đã lựa chọn.

Do đó, việc nghiên cứu thái độ của sinh viên đối với nghề nghiệp sẽ giúp cho nhà trường và cơ sở thực hành, thực tập nghề nghiệp có những quyết sách đúng đắn, có cơ sở khoa học hơn để giáo dục cho sinh viên nghề kinh doanh.

2. KHÁI NIỆM

James (2004) đã định nghĩa kỹ năng mềm hay kỹ năng nghề nghiệp là một cách để mô tả các khả năng hay năng lực mà một

(*) Thạc sĩ. Trường Đại học - Tài chính Marketing.

(**) Thạc sĩ. Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh.

người có thể mang đến cho tổ chức nơi họ làm việc (Geana W. Mitchell và cộng sự, 2010). Trong thời gian qua, đã có nhiều nỗ lực trong việc tìm hiểu các kỹ năng nghề nghiệp cần thiết cho các ứng viên trong lĩnh vực kinh doanh, đặc biệt là các sinh viên Marketing mới ra trường. Tuy nhiên, một phần rất quan trọng của hoạt động nghề nghiệp đó chính là thái độ của con người đối với con người, với công việc. Do đó để phát triển một danh sách thái độ nghề nghiệp phù hợp cần xem xét các thông tin sẵn có cùng với sự tham gia của các nhà tuyển dụng, sinh viên, giáo viên và đối tượng khác quan tâm đến sự phát triển của sinh viên (Geana W. Mitchell và cộng sự, 2010). Như vậy, danh sách các những thái độ phù hợp đối với nhóm ngành nghề Quản trị kinh doanh cuối cùng được đưa vào đánh giá gồm 09 nhóm (xem Bảng 1).

3. THỰC TRẠNG NHẬN THỨC VỀ KỸ NĂNG NGHỀ NGHIỆP CỦA SINH VIÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING

3.1. Khách thể nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu trên 284 sinh viên thuộc 3 nhóm học lực gồm dưới 6.5 (12.7%), 6.5 đến 7.5 (66.9%) và trên 7.5 (20.4%) của khoa Quản trị kinh doanh Trường Đại học Tài chính – Marketing. Trong đó: sinh viên năm nhất có 48 sinh viên chiếm 16.9%; năm hai có 82 sinh viên chiếm 28.9%; năm ba có 114 sinh viên chiếm 40.1%; năm tư có 40 sinh viên chiếm 14.1%. Trong tổng số 284 sinh viên khảo sát có 112 nam chiếm 39.4% và 172 nữ chiếm 60.6%.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài sử dụng 3 nhóm phương pháp cơ bản gồm phương pháp nghiên cứu lý thuyết (phân tích, tổng hợp lý thuyết,...) là quá trình thu thập thông tin thông qua đọc sách báo, tài liệu nhằm mục đích tìm chọn những khái niệm và tư tưởng cơ bản về thái độ nghề

ng nghiệp từ đó hình thành giả thuyết khoa học của đề tài cũng như xây dựng mô hình lý thuyết ban đầu về thái độ của sinh viên đối với nghề nghiệp. Phương pháp nghiên cứu thực tiễn (quan sát, điều tra viết,...) nhằm tìm hiểu thái độ của sinh viên đối với nghề nghiệp thông qua việc đo lường biến quan sát cũng như kiểm định mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu; phương pháp toán thống kê (tính phần trăm, điểm số trung bình,...) thông qua phần mềm SPSS 16.0 để loại bỏ các biến quan sát không đạt độ tin cậy, đồng thời tái cấu trúc các biến quan sát còn lại vào các nhân tố phù hợp, đặt cơ sở cho việc hiệu chỉnh mô hình nghiên cứu.

3.3. Kết quả nghiên cứu

Để tìm hiểu về thái độ đối với nghề nghiệp của sinh viên ngành Quản trị kinh doanh Trường Đại học Tài chính – Marketing, chúng tôi sử dụng danh sách 09 nhóm tố chất nghề nghiệp đã được cân nhắc, đánh giá. Kết quả thu được như sau:

Kết quả Bảng 1 cho thấy, đối với nhân tố thái độ nghề nghiệp (TĐNN), sinh viên đánh giá ở mức cao và tiệm cận mức rất cao với điểm trung bình tất cả đều nằm trong từ 3.89 trở lên. Trong đó, sinh viên đánh giá cao nhất thuộc về biến quan sát TĐNN4 “Im lặng đúng lúc và cũng biết nói thích hợp. Im lặng là vàng, nhưng lời nói thích hợp lại là kim cương”, ĐTB là 4.08, xếp vị trí thứ 1/9. Điều này chứng tỏ, sinh viên khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Tài chính – Marketing đã có nhận thức về những giá trị thuộc về thái độ tích cực trong công việc thuộc lĩnh vực nghề nghiệp mà mình theo học. Vì trong nghề nghiệp tương lai, sinh viên sẽ là những người mới chấp chững bước vào nghề nên có thái độ trong giao tiếp phù hợp để có thể học hỏi được nhiều kiến thức, kỹ năng phù hợp từ những người đi trước.

Bảng 1: *Mức độ biểu hiện thái độ đối với nghề nghiệp của sinh viên ngành Quản trị kinh doanh Trường Đại học Tài chính – Marketing*

Thái độ nghề nghiệp	Tên biến	Tổng số quan sát	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Thứ bậc
Công nhận, khích lệ các giá trị và thành tựu của người khác, dù giá trị đó là của người dưới quyền	TĐNN1	284	1.0	5.0	3.94	1.01	6
Im lặng đúng lúc và cũng biết nói thích hợp. Im lặng là vàng, nhưng lời nói thích hợp lại là kim cương	TĐNN2	284	1.0	5.0	4.08	1.05	1
Ghi nhận và suy ngẫm trước những khác biệt trong ý nghĩ của người khác, từ đó soi rọi lại những ý tưởng của mình trong doanh nghiệp	TĐNN3	284	1.0	5.0	4.08	0.93	2
Lắng nghe và thấu hiểu, tránh nói nhiều và nói không đúng chỗ. Chỉ nên nói sau khi đã có đủ thông tin chắc chắn	TĐNN4	284	1.0	5.0	3.76	1.01	9
Chủ động thích nghi nhanh với các đổi thay trong môi trường kinh doanh để tồn tại và phát triển	TĐNN5	284	1.0	5.0	3.96	1.09	5
Linh hoạt (nhưng không tùy tiện) thay đổi quyết định khi thấy thật cần thiết vì lợi ích lâu dài của kinh doanh	TĐNN6	284	1.0	5.0	3.89	1.04	7
Xử lý căng thẳng và tự giải tỏa được stress khi phải đối đầu quyết liệt với mọi thử thách trong kinh doanh	TĐNN7	284	1.0	5.0	3.78	0.97	8
Luôn nhạy bén cập nhật những thông tin mới về tri thức tổng quát, kinh tế thương mại và luật lệ kinh doanh	TĐNN8	284	1.0	5.0	4.00	1.04	3
Mạnh về sức khỏe tinh thần. Dám nhận trách nhiệm khi bị sai sót. Chịu sửa sai và biết cải thiện khi sai lầm	TĐNN9	284	1.0	5.0	3.97	1.08	4

(**Nguồn:** Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả)

Từ nhận thức về giá trị thái độ nghề nghiệp trên, nhóm tác giả nhận thấy sinh viên khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Tài chính – Marketing nhận thức về giá trị thái độ nghề nghiệp còn nhiều bị động trong công việc cụ thể là thiếu linh hoạt khi xử lý công việc, thụ động trong việc xử lý thông tin mình lắng nghe được vì phải chờ có đủ dữ liệu mới phản hồi (TĐNN4, ĐTB là 3.76, xếp thứ 9/9) hay bị ảnh hưởng nhiều bởi yếu tố căng thẳng, áp lực trong kinh doanh (TĐNN7, ĐTB là 3.78, xếp thứ 8/9).

Tóm lại, sinh viên khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Tài chính – Marketing đều có nhận thức cao về giá trị nghề nghiệp mà ngành Quản trị kinh doanh mang lại, trong đó sinh viên nhận thức rằng kiến thức ngành Quản trị kinh doanh mang lại chủ yếu là để làm nhân viên kinh doanh, bán hàng, văn phòng,... chưa có tầm mức cao hơn như điều hành, quản lý. Tiếp đến, sinh viên cũng nhận thức cao nhóm kỹ năng lãnh đạo - điều hành, giải quyết vấn đề - ra quyết định và tự chủ - tự quản là những nhóm kỹ năng cần thiết, là tiền đề quan trọng đối với sinh viên theo học các chuyên ngành thuộc ngành Quản trị kinh doanh. Sau cùng, sinh viên có thái độ im lặng nhằm quan sát, học hỏi nghề nghiệp để có những ứng xử thích hợp sau đó nhưng vẫn còn thiếu linh hoạt trong xử lý tình huống và những áp lực, căng thẳng trong kinh doanh.

4. MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO KỸ NĂNG NGHỀ NGHIỆP CỦA SINH VIÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING

Trên cơ sở thực trạng thái độ đối với nghề nghiệp của sinh viên ngành Quản trị kinh doanh trường Đại học Tài chính – Marketing, chúng tôi đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng đào tạo nghề nghiệp cho sinh viên:

- *Một là*, thông qua công tác đào tạo kỹ năng của nhà trường gồm bộ 6 kỹ năng mềm đáp ứng chuẩn đầu ra, cần chú trọng kỹ năng lắng nghe thấu cảm trong gói kỹ năng giao tiếp và ứng xử trong kinh doanh.

- *Hai là*, thông qua quá trình giảng dạy và cố vấn học tập, giảng viên cần quan tâm và hướng dẫn các kỹ năng thuyết trình, thảo luận nhóm do sinh viên tự điều khiển theo các chủ đề liên quan đến nghề nghiệp để sinh viên có thể thực hành các kỹ năng này nhằm có thái độ xử lý căng thẳng và tự giải tỏa được stress khi phải đối đầu quyết liệt với mọi thử thách trong kinh doanh một cách tích cực nhất sau này.

- *Ba là*, nhà trường và khoa cần tổ chức các buổi báo cáo chuyên đề, hội chợ việc làm, tham quan doanh nghiệp thường xuyên nhằm giúp sinh viên được tiếp xúc với môi trường làm việc, với doanh nhân, với khách hàng,... để học hỏi, làm quen môi trường nghề nghiệp nhằm có văn hóa ứng xử phù hợp.

- *Bốn là*, đoàn thanh niên và hội sinh viên cần tổ chức các hình thức câu lạc bộ nhằm tạo điều kiện cho sinh viên mở rộng phạm vi và đối tượng tương tác, tạo điều kiện cho các em rèn luyện đạo đức nghề nghiệp phù hợp với nhu cầu xã hội.

- *Năm là*, bản thân mỗi sinh viên cần có thái độ tích cực rèn luyện tài năng bằng cách tham gia các hoạt động cụ thể, đặc biệt là hoạt động thực hành nghề nghiệp, thực tập tốt nghiệp.

5. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Kết quả điều tra của đề tài cho thấy sinh viên khoa Quản trị kinh doanh Trường Đại học Tài chính – Marketing có thái độ tích cực đối với nghề kinh doanh, môi trường thực tập nghề nghiệp, luôn phấn đấu rèn luyện để đạt được những phẩm chất đạo đức nghề nghiệp của người kinh doanh, đồng thời thể hiện tốt vai trò của mình đối với xã hội.

Để đào tạo được đội ngũ nhà kinh doanh, quản lý giỏi kế thừa, ngoài việc nhà trường cần có những chính sách thu hút học sinh giỏi thi vào trường thì các khoa cần chuẩn bị lực lượng giảng viên yêu nghề và giỏi chuyên môn.

Thế hệ nhà quản lý, nhà kinh doanh tiếp nối cần có những đặc điểm về thái độ đối với nghề nghiệp tích cực để tiếp tục tiếp lửa cho

các tân sinh viên tương lai, đáp ứng được các yêu cầu của tổ chức, doanh nghiệp và xã hội.

Nhà nước cần quan tâm hơn về chính sách lương và phúc lợi của nhân viên tại các tổ chức, công ty, doanh nghiệp để họ có thể toàn tâm toàn ý hoàn thành nhiệm vụ được giao.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Vũ Thế Dũng, Trần Thanh Tòng (2008), *Yêu cầu của nhà tuyển dụng về những kỹ năng đối với sinh viên mới tốt nghiệp các ngành quản lý - kinh tế: Ứng dụng phương pháp phân tích nội dung*, Khóa luận tốt nghiệp, Trường Đại học Bách Khoa Thành phố Hồ Chí Minh.
2. Geana W. Mitchell và cộng sự (2010), *Essential Soft Skills for Success in the Twenty-first Century Workforce as Perceived by Business Educators*, The Delta Pi Epsilon Journal, LII, 1, 43-53.
3. Lê Văn Quý (Chủ nhiệm, 2015), Bùi Đức Tâm, Trần Chí Vĩnh Long, *Nghiên cứu nhận thức của sinh viên khoa Quản trị kinh doanh Trường Đại học Tài chính - Marketing về giá trị nghề Quản trị kinh doanh*, Đề tài Khoa học Công nghệ cấp Cơ sở, Trường Đại học Tài chính - Marketing.

Ngày nhận bài: 12/10/2016. Ngày biên tập xong: 24/11/2016. Duyệt đăng: 30/11/2016