

# CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN XU HƯỚNG CHỌN NGÀNH HỌC CỦA HỌC SINH TRUNG HỌC PHỔ THÔNG BÌNH THUẬN

LÊ THỊ THÙY VÂN, CAO HÀO THI  
Đại học Quốc gia TPHCM

## 1. Đặt vấn đề

Một trong những yếu tố quan trọng quyết định tương lai của mỗi người là việc lựa chọn nghề nghiệp. Tư vấn nghề nghiệp của nhiều bậc phụ huynh cho con cái và việc chọn trường, chọn nghề vẫn theo cảm tính<sup>[1]</sup> hoặc theo tâm lí đám đông, thị hiếu nhất thời của xã hội, chưa xuất phát trên nhu cầu sử dụng nhân lực, cơ hội việc làm thật sự<sup>[2]</sup> của học sinh (HS) trung học phổ thông (THPT) đã dẫn đến hệ quả tất yếu là chọn sai ngành học, gây nên hậu quả lớn. Một số sinh viên (SV) chán nản, bỏ học nửa chừng vì không biết mình sẽ làm gì khi ra trường; số khác thì chọn con đường ôn thi lại hoặc học thêm một trường đại học (ĐH), cao đẳng (CD) khác – lãng phí công sức, tiền của và thời gian nhưng không mang lại kết quả tốt. Một vấn đề nữa là không ít SV sau khi ra trường làm việc không đúng với chuyên ngành đã học. Vấn đề cần tìm hiểu là xu hướng chọn ngành của HS THPT như thế nào? Các yếu tố nào ảnh hưởng đến việc chọn ngành của HS và mức độ tác động của chúng? Có sự khác biệt của các đặc điểm về nhân khẩu học trong ảnh hưởng của các yếu tố trên đối với việc chọn ngành không? Đây chính là mục tiêu của nghiên cứu được thực hiện với đối tượng là HS lớp 12 tại các trường THPT tỉnh Bình Thuận.

## 2. Cơ sở lý thuyết để xây dựng các giả thuyết nghiên cứu

Chọn ngành là nhu cầu của HS và là một quyết định quan trọng. So sánh việc mua các sản phẩm khác thì mua sản phẩm giáo dục là một quyết định đầy rủi ro. Vấn đề rủi ro trong chọn lựa ngành mang tính đặc trưng, bởi vì chúng không thể chia lại hoặc chuyển nhượng<sup>[3]</sup>. Trên phương diện là người nghiên cứu tiếp thị, các tổ chức đào tạo được xem là các nhà cung ứng dịch vụ, còn HS THPT là khách hàng có nhu cầu sử dụng dịch vụ. Do đó, nghiên cứu sử dụng một số khái niệm về tiếp thị có liên quan gồm thang nhu cầu của Maslow (1943)<sup>[4]</sup>, mô hình thái độ của Schiffman & Kanuk (2000)<sup>[5]</sup> định nghĩa Thái độ là một phẩm chất được hình thành do tri thức (learned

predisposition) để phản ứng một cách thức thiện cảm hay ác cảm đối với một vật hoặc sự việc và lý thuyết hành vi hợp lí của Fishbein & Ajzen (1975)<sup>[6]</sup>, gọi tắt là TRA (theory of reasoned action) cho rằng niềm tin của một người tiêu dùng về kết quả của một hành vi là yếu tố giải thích cho thái độ của họ đối với hành vi đó. Thái độ này cùng với chuẩn chủ quan (subjective norm) sẽ giải thích cho xu hướng hành vi của người này. Chuẩn chủ quan là cảm nhận của người tiêu dùng về thái độ của những người quan trọng đối với họ như gia đình, bạn bè,... về việc họ có nên hay không nên thực hiện hành vi.

Ngoài các khái niệm về Marketing kể trên, nghiên cứu còn sử dụng một số nghiên cứu trước có liên quan đến chủ đề gồm:

- Nghiên cứu của Michael Borchert (2002)<sup>[7]</sup> cho thấy có ba yếu tố ảnh hưởng đến việc chọn ngành là môi trường bao gồm hỗ trợ của gia đình và các cá nhân khác (cha mẹ, họ hàng, anh chị em, bạn bè, thầy cô, các nhà tư vấn hướng nghiệp), chính trị, kinh tế và xã hội; cơ hội và tính cách cá nhân.

- Theo quan điểm của một số nhà nghiên cứu trích từ Jay W. Rojewski & Heeja Kim (2003)<sup>[8]</sup>, hành vi chọn nghề của thanh niên dựa trên sự kết hợp các quan điểm tâm lí, xã hội và kinh tế và các biến nhân khẩu như giới tính, chủng tộc với kinh tế xã hội, yếu tố tâm lí cá nhân và môi trường.

- Nhận định của các nhà nghiên cứu được trích từ nghiên cứu của J. G. Maree, N. Hislop-Esterhuizen và các cộng sự (2009)<sup>[9]</sup> cho rằng ảnh hưởng đến việc theo đuổi mục tiêu nghề nghiệp của HS là gia đình, bạn bè, hệ thống hỗ trợ xã hội và các yếu tố vị trí địa lý, sự di truyền và truyền thống gia đình, tình trạng kinh tế xã hội, bối cảnh gia đình, phong cách và quan điểm của cha mẹ về nghề nghiệp, cơ hội học tập và làm việc, nguồn tài chính sẵn có của gia đình.

- Blannie E. Bowen và cộng sự (2005)<sup>[10]</sup> đã nêu ra những yếu tố ảnh hưởng đến việc chọn ngành của HS của các nhà nghiên cứu trước gồm

cơ hội nghề nghiệp, giáo dục hướng nghiệp ở phổ thông, giới tính, chủng tộc, ảnh hưởng của cha mẹ, bạn bè, kết quả học tập và lòng tự trọng của bản thân.

Khái niệm cơ hội nghề nghiệp được đề cập dựa trên kết quả nghiên cứu của Pimpa & Suwannapirom (2008)<sup>[11]</sup> là khả năng có việc làm ổn định và theo mong muốn của HS sau khi tốt nghiệp, bao gồm các biểu hiện: có được công việc như mong muốn, sự thu hút đối với thị trường lao động, sự đảm bảo công việc trong tương lai và

theo nghiên cứu của Trần Văn Quí (2009)<sup>[12]</sup> cơ hội việc làm là có thu nhập cao, vị trí cao trong xã hội; cơ hội học tập là mong muốn được học cao hơn, mong muốn được du học nước ngoài.

Tổng hợp những cơ sở lí thuyết đã trình bày ở trên, các giả thuyết nghiên cứu được hình thành gồm 6 yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng chọn ngành của HS THPT đó là Đặc điểm cá nhân, Đặc điểm gia đình, Các cá nhân ảnh hưởng khác, Cơ hội nghề nghiệp, Cơ hội học tập và Kinh tế - Xã hội.

**Bảng 1.** Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Biến quan sát	Ý nghĩa biến quan sát	Yếu tố					
		Kế thừa nghề nghiệp	Thông tin xã hội	Tương lai nghề nghiệp	Đối tương ngoài gia đình	Đặc điểm cá nhân	Cơ hội học tập
Giadinh08	Theo nghề cha	.947					
Giadinh09	Theo nghề mẹ	.931					
Giadinh10	Theo nghề truyền thống của gia đình	.791					
Ktxaho35	Theo nhu cầu nhân lực địa phương		.817				
Ktxaho34	Nhu cầu nhân lực hội		.758				
Ktxaho36	Thông tin trên các phương tiện đại chúng		.743				
Chnghe25	Thu nhập cao			.867			
Chnghe26	Vị trí cao trong xã hội			.801			
Chnghe22	Công việc ổn định			.620			
Dtkhac16	Ảnh hưởng bạn bè				.808		
Dtkhac15	Họ hàng, người quen				.718		
Dtkhac17	Ảnh hưởng thầy cô				.683		
Canhan03	Phù hợp năng khiếu					.758	
Canhan04	Phù hợp sở thích					.738	
Canhan05	Phù hợp tính cách					.721	
Chhoc31	Tự nghiên cứu nâng cao trình độ						.892
Chhoc30	Học nâng cao trình độ trong nước						.843
Trị số đặc trưng (Eigenvalues)	3.127	2.284	1.958	1.573	1.455	1.112	
Phương sai được giải thích Variance explained %	18.394	13.437	11.516	9.250	8.557	6.554	
Phương sai tích lũy được giải thích Cumulative variance explained %	18.394	31.831	43.347	52.597	61.155	67.698	
Thống kê Kaiser Meyer Olkin (KMO)	0.661						
Mức ý nghĩa (Sig.)	.000						
Phương sai tích	67.698%						

Kết quả phân tích EFA cuối cùng còn 17 biến nhóm thành 6 nhân tố được xây dựng như ban đầu. Các nhân tố đã được đặt tên lại cho phù hợp với ý nghĩa của các biến trong từng nhân tố.

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được chia làm hai giai đoạn chính gồm nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Thực hiện nghiên cứu định tính bằng phỏng vấn sâu để hiểu chỉnh thang đo và bổ sung thêm ý tưởng vào các nhóm biến quan sát. Các thang đo đều được đo bằng thang đo Likert 5 điểm từ "1: Hoàn toàn không đồng ý" đến "5: Hoàn toàn đồng ý". Nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua phỏng vấn bằng bảng câu hỏi được xây dựng dựa trên cơ sở lý thuyết và kết quả nghiên cứu định tính.

Mẫu được chọn theo phương pháp phi xác suất – lấy mẫu theo chỉ tiêu (quota) với 2 thuộc tính kiểm soát là giới tính và học phân ban với tỷ lệ: 50% HS nam, 50% HS nữ và 50% HS Ban Cơ bản, 50% HS Ban Tự nhiên. Kích thước mẫu tối thiểu là 5 mẫu cho 1 ước lượng (tỉ lệ 5:1)<sup>[13]</sup>. Mô hình nghiên cứu có 36 biến quan sát nên kích thước mẫu tối thiểu là  $36 \times 5 = 180$ . Dựa theo số lượng mẫu tối thiểu này và theo kinh nghiệm của các nghiên cứu trước, cỡ mẫu được chọn cho nghiên cứu là 360. Với số lượng mẫu đã nêu trên, 6 trường THPT của 6 huyện và thành phố của tỉnh Bình Thuận được chọn để nghiên cứu đó là Trường THPT Phan Bội Châu, Trường THPT Tuy Phong, Trường THPT Hàm Thuận Bắc, Trường THPT Hàm Thuận Nam, Trường THPT Lí Thường Kiệt, Trường THPT Tánh Linh. Số lượng bảng câu hỏi cuối cùng có giá trị đưa vào phân tích chính thức là 340.

Dữ liệu khảo sát được tiến hành xử lí bằng phần mềm PASW 18. Độ tin cậy và độ giá trị của thang đo được đánh giá qua hệ số Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis). Hệ số Cronbach's Alpha được sử dụng trước để loại các biến không phù hợp. Phương pháp phân tích nhân tố được sử dụng để chọn ra nhân tố chính từ cơ sở lý thuyết đưa ra<sup>[13]</sup>. Kế đó, kiểm định Paired Samples T-test với mức ý nghĩa 5% được sử dụng để xác định mức độ ảnh hưởng của các nhóm nhân tố đến xu hướng chọn ngành của HS. Cuối cùng, sử dụng phân tích ANOVA để phân tích sự khác biệt của các thuộc tính về nhân khẩu học trong ảnh hưởng của các nhân tố trên.

### 4. Các kết quả phân tích

#### 4.1. Mô tả mẫu nghiên cứu

Mẫu tham gia khảo sát gồm 49.4% nam và 50.6% nữ; 52.1% HS thuộc Ban Cơ bản và 47.9% HS thuộc Ban Tự nhiên. Trong số 340 bảng khảo sát được đưa vào phân tích có 8.5% HS đạt loại

Giỏi, 54.7% HS đạt loại Khá, 33.8% HS đạt loại Trung bình, 2.9% HS xếp loại Yếu, không có HS xếp loại Kém. HS sống ở thành phố chiếm 11.5%, ở thị trấn, thị xã chiếm 42.6%, khu vực nông thôn chiếm 45.9%. HS nghĩ đến việc chọn ngành trước lớp 9 là 4.1%, từ lớp 9 là 8.2%, từ lớp 10 là 20.9%, từ lớp 11 là 30.9%, ở lớp 12 là 35.9%, chứng tỏ đa số các em HS nhận thức về nghề nghiệp hơi muộn. Xét về trình độ của bố, HS có bố đạt trình độ sau đại học 2.9%, trình độ đại học 10%, trình độ cao đẳng 5.3%, trình độ trung học phổ thông 32.6%, trình độ trung học cơ sở 49.1%. Xét về trình độ của mẹ, HS có mẹ đạt trình độ sau đại học 1.5%, trình độ đại học 9.1%, trình độ cao đẳng 5.6%, trình độ trung học phổ thông 27.6%, trình độ trung học cơ sở 56.2%. Số gia đình HS có thu nhập bình quân đầu người/tháng dưới 500.000đ/tháng là 14.1%, từ 500.000-2.000.000đ/tháng là 43.5%, từ 2.000.000-5.000.000đ/tháng là 37.1%, số hộ có thu nhập trên 5.000.000 là 5.3%.

#### 4.2. Đánh giá thang đo

Với mô hình nghiên cứu ban đầu có 6 thang đo định lượng (gồm 36 biến quan sát), sau khi tiến hành phân tích hệ số Cronbach's Alpha, các thang đo đã đạt độ tin cậy với số lượng 26 biến và đưa vào phân tích nhân tố khám phá EFA được trình bày trong bảng 1.

#### 4.3. Xác định mức độ quan trọng của các nhân tố ảnh hưởng đến xu hướng chọn ngành của HS

Kết quả phân tích trị trung bình các nhân tố được trình bày ở bảng 2.

Bảng 2. Kết quả phân tích giá trị trung bình của các nhân tố

STT	Nhân tố	Trung bình	Độ lệch chuẩn
1	Đặc điểm cá nhân	3.79	.675
2	Tương lai nghề nghiệp	3.72	.683
3	Cơ hội học tập	3.63	.884
4	Thông tin xã hội	3.50	.722
5	Đối tượng ngoài gia đình	2.40	.770
6	Kế thừa nghề nghiệp	1.67	.658

Từ kết quả trên có thể kết luận có 6 nhóm yếu tố ảnh hưởng đến xu hướng chọn ngành của HS được sắp xếp theo tầm quan trọng giảm dần là Đặc điểm cá nhân, Tương lai nghề nghiệp, Cơ hội học tập; kế tiếp là yếu tố Thông tin xã hội; 2 yếu tố có mức ảnh hưởng ít và giảm dần là Đối tượng

ngoài gia đình và Kế thừa nghề nghiệp.

Kết quả phân tích ANOVA cho thấy HS nam quan tâm đến cơ hội học tập nhiều hơn HS nữ và HS Ban Tự nhiên xem xét chọn ngành phù hợp với đặc điểm cá nhân hơn HS Ban Cơ bản. Phân tích ANOVA cũng cho thấy đối tượng ngoài gia đình có ảnh hưởng tích cực đến học HS có học lực tốt hơn HS có học lực chưa tốt. Thông tin xã hội ít có ảnh hưởng đến HS học các trường thuộc các huyện vùng biển hơn HS học các trường ở thành phố hoặc huyện khác. Cơ hội học tập được HS thuộc khu vực thị xã, thị trấn, nông thôn quan tâm nhiều hơn HS ở thành phố nhưng HS ở thành phố lại nghĩ đến tương lai nghề nghiệp nhiều hơn. HS bắt đầu nghĩ đến chọn ngành ở bậc học THPT chịu ảnh hưởng kể thừa nghề nghiệp gia đình và đối tượng ngoài gia đình nhiều hơn ở bậc học THCS. Về mặt lý thuyết, yếu tố gia đình có ý nghĩa nhưng theo nghiên cứu này trình độ của bố mẹ không có ảnh hưởng đến xu hướng chọn ngành của HS. HS thuộc gia đình có thu nhập càng cao thì ảnh hưởng của Đặc điểm cá nhân đến xu hướng chọn ngành của HS càng lớn.

#### **4.4. Đánh giá kết quả chọn ngành của HS**

Xu hướng chọn ngành của 340 HS trong mẫu khảo sát được xem xét thông qua đăng ký tuyển sinh năm 2011. Nghiên cứu tập trung chú ý vào nhóm ngành được lựa chọn đầu tiên. Kết quả được trình bày ở bảng 3.

**Bảng 3. Thống kê nhóm ngành HS chọn**

STT	Nhóm ngành	Tần suất	Phân trăm
1	Kinh tế - Pháp lí	155	45.6%
2	Công nghiệp	87	25.6%
3	Khoa học cơ bản	51	15.0%
4	Sư phạm	28	8.2%
5	Y tế - Thể dục thể thao	17	5.0%
6	Nông – Lâm – Ngu nghiệp	2	.6%

Thống kê của nghiên cứu cho thấy mẫu nghiên cứu có tỷ lệ phân bổ giữa các nhóm ngành được chọn giống với thống kê các kì thi hiện nay: HS vẫn “mãi chạy theo số đông” và tồn tại tư tưởng “Nhất kinh tế, nhì công nghệ”<sup>[14]</sup> như những năm qua.

#### **5. Kết luận và kiến nghị**

##### **5.1. Kết luận**

Qua nghiên cứu đã xác định được 6 yếu tố chính tác động đến xu hướng chọn ngành của HS

là Đặc điểm cá nhân, Tương lai nghề nghiệp, Cơ hội học tập, Thông tin xã hội, Đối tượng ngoài gia đình, Kế thừa nghề nghiệp.

- Yếu tố Đặc điểm cá nhân được đại diện với các biến quan sát như năng khiếu, năng lực học tập và sở thích của HS. Cùng có mức ảnh hưởng tương đương là yếu tố Tương lai nghề nghiệp và Cơ hội học tập hoàn toàn phù hợp vì khi chọn ngành gì để học sẽ quyết định tương lai của HS; và ước muốn được học tập cao hơn là nguyện vọng chính đáng nhằm giúp HS luôn có năng lực làm việc phù hợp với phát triển của xã hội.

- HS có thể tham khảo thông tin từ xã hội về ngành nghề nhiều nhất ở “Những điều cần biết về tuyển sinh” được xuất bản hàng năm và các trang website riêng của trường. Tuy nhiên các nguồn cung cấp trên mang tính chất chung chung, chưa thỏa mãn nhu cầu tìm hiểu của HS.

- Các đối tượng khác ngoài gia đình như thầy cô, những người quen đang học hoặc làm việc ở những lĩnh vực liên quan đến ngành học mà HS quan tâm hoặc trao đổi thông tin cùng với bạn bè cũng có ảnh hưởng đáng kể trong việc chọn ngành. Điều này hoàn toàn phù hợp với kết quả thu được từ phân tích ANOVA là thầy cô, bạn bè và người quen có ảnh hưởng rất tích cực với HS có ý thức học tập tốt và quan tâm đến việc chọn ngành.

- Yếu tố Kế thừa nghề nghiệp có ảnh hưởng rất nhỏ đến xu hướng chọn ngành của HS. HS ít hướng ngành học theo công việc hiện tại của gia đình có thể lí giải được với thống kê về trình độ bố mẹ đa phần chỉ tốt nghiệp THPT và THCS nên khả năng của bố mẹ trong vai trò tư vấn nghề nghiệp cho con em mình rất hạn chế.

##### **5.2. Kiến nghị**

Dựa trên kết quả nghiên cứu về việc xác định các yếu tố ảnh hưởng và 4 yếu tố ảnh hưởng mạnh đến xu hướng chọn ngành của HS THPT, một số kiến nghị được đề xuất mang ý nghĩa về mặt quản lí như sau:

- Để giúp HS hiểu rõ được năng lực bản thân, chọn ngành phù hợp với bản thân, các nhà quản lí của các trường ĐH, CĐ nên phối hợp chặt chẽ với các trường THPT thường xuyên tổ chức những buổi giao lưu hướng nghiệp. Nếu được, trường ĐH, CĐ phối hợp với trường THPT tổ chức một nhóm hoặc một tổ chuyên về công tác hướng nghiệp để có thể giải đáp mọi thắc mắc liên quan đến ngành nghề, tạo niềm tin và hứng thú HS đối với giờ hướng nghiệp. Hoạt động này có hiệu quả hay không còn cần có sự hỗ trợ của Sở Giáo dục

và Đào tạo trong việc tập huấn đội ngũ giáo viên tham gia hướng nghiệp.

- Những thắc mắc về công việc sau khi học xong sẽ làm gì, ở đâu là vấn đề được HS rất quan tâm. Sở Lao động và thương binh xã hội nên cung cấp những thông tin về nhu cầu lao động trong tỉnh, hoặc ngoài tỉnh từng năm. Bên cạnh đó, trường ĐH, CĐ nên liên kết với các tổ chức, doanh nghiệp nhằm xác định nhu cầu và yêu cầu nhân lực cần thiết để đào tạo nguồn nhân lực chất lượng phù hợp với yêu cầu của các tổ chức tuyển dụng lao động và lên kế hoạch mở các mã ngành đáp ứng kịp thời nhu cầu phát triển của xã hội. Những điều này sẽ giúp trường đào tạo nguồn đầu ra có cơ hội cao về tương lai nghề nghiệp, các em có thể dễ dàng nhận được công việc ổn định như mong muốn với mức lương thỏa đáng và vị trí công việc xứng đáng. Hơn nữa, những "bằng chứng sống" này sẽ là một đội ngũ Marketing không chuyên hùng mạnh giúp trường thu hút được nhiều sinh viên tiềm năng.

- Thông tin xã hội được HS rất chú trọng. Thực hiện cung cấp thông tin nhiều chiều cho HS bằng cách tạo điều kiện HS được lắng nghe các anh chị đi trước nói về ngành mà họ đã chọn, lắng nghe các chuyên viên tư vấn giải thích về các ngành học hay tự tham khảo thông tin nghề nghiệp trên các phương tiện sẵn có như tạp chí, tạp san hay website, thống kê số lượng HS có được việc làm sau khi tốt nghiệp, vị trí công việc với mức lương cụ thể kèm theo là cần thiết.

- Việc xây dựng những chiến lược Marketing của các trường ĐH, CĐ thông qua những hoạt động trên cần phải tổ chức thường xuyên và lồng ghép trong chương trình hướng nghiệp. Định hướng nghề nghiệp là một quá trình lâu dài do đó nên thực hiện công tác hướng nghiệp ngay từ những năm cuối cấp học THCS và xây dựng nội dung phù hợp theo lứa tuổi để gây sự tập trung chú ý và hứng thú của HS.

Hiện nay các trường thường xuyên tổ chức những chuyến đi tư vấn tuyển sinh trên khắp các tỉnh thành cả nước, tuy nhiên, hầu như các trường chỉ chú trọng những điểm đến là các thành phố, thị xã mà ít quan tâm đến HS vùng nông thôn. Trong khi đó, theo kết quả nghiên cứu cho thấy các em HS vùng nông thôn rất mong đợi được tiếp cận những thông tin cần thiết về ngành nghề mà các em sẽ chọn. Các nhà quản trị Marketing nên xem xét lại kế hoạch và nội dung tư vấn tuyển sinh trong những năm tới sao cho hiệu quả hơn.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Lao động online (26.08.2009), *Hướng nghiệp bị lãng quên*.
- [2] Tuổi trẻ online (11.01.2011), *Những ngành học ít "đụng hàng"*.
- [3] Tư vấn hướng nghiệp online (04.01.2010) (theo SGGP). *Cái giá phải trả khi chọn sai ngành học*
- [4] Viện Khoa học xã hội Việt Nam (06.03.2009), *Tư vấn hướng nghiệp cho HS trung học phổ thông*.
- [5] Raven Saks and Stephen H. Shore (2003), Risk and career choice. Harvard University, Cambridge, MA. Email: Shore@fas.harvard.edu.
- [6] Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2007), *Nguyên lý Marketing*, NXB Đại học Quốc gia TP.HCM.
- [7] Michael Borchert (2002), *Career choice factors of highschool students. A Research Paper*, Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master of Science Degree With a Major in Career and Technical Education.
- [8] Jay W. Rojewski & Heeja Kim (2003), *Career choice Patterns and Behavior of Work-Bound Youth during Early Adolescence*. Journal of Career Development, Vol.30, No.2, Winter 2003.
- [9] J. G. Maree and N. Hislop-Esterhuizen (2009), *Factors affecting the career choice of first-year student teachers*, International Journal of Adolescence and Youth, Volume 15, pp. 39-80.
- [10] Balannie E. Bowen, Professor & Levon T. Esters, Assistant Professor (2005), *Factors influencing career choice of urban agricultural education students*, Journal of Agricultural Education, Volume 46, Number 2, 2005.
- [11] Pimpa, N. & Suwannapirom (2008), *Thai students' choice of vocational education: marketing factors and preference group*, Educational Research for Policy and Practice, 7, pp. 99-108. Harvard University, Cambridge, MA.
- [12] Trần Văn Quý (9.2009), *Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn trường đại học của HSTHPT*, Luận văn thạc sĩ, Đại học Bách khoa TP.HCM
- [13] Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2009), *Nghiên cứu thị trường*, Đại học Kinh tế TP.HCM, NXB Lao động
- [14] Tuổi trẻ online (07.01.2011), *Nhất kinh tế, nhì công nghệ*.

## SUMMARY

From the theoretical basis and research methods the article has identified the importance of 6 main factors affecting the selection of study fields by upper secondary students and made proposals for enhancing counseling.