

CHIẾN LƯỢC QUẢN TRỊ QUAN HỆ NGƯỜI HỌC (SRM) NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH – TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ CÔNG NGHIỆP LONG AN: TIẾP CẬN TỪ MÔ HÌNH CHIẾN LƯỢC CỦA PEARCE & ROBINSON

Strategic Learner Relationship Management (SRM) in Business Administration – Long An University of Economics and Industry: An Application of Pearce and Robinson’s Strategic Management Framework

Lê Thị Tiên¹ và Đặng Phúc Danh²

¹Giảng viên Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Tây Ninh, Việt Nam

²Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Tây Ninh, Việt Nam

le.thitien@daihoclongan.edu.vn

Tóm tắt — Nghiên cứu tập trung vào thực trạng và xây dựng hệ thống giải pháp chiến lược nhằm hoàn thiện công tác quản trị quan hệ người học dành riêng cho ngành Quản trị kinh doanh tại Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An. Dựa trên nền tảng lý thuyết quản trị chiến lược của Pearce & Robinson, kết hợp với Mô hình nhận diện – phân biệt – tương tác – cá nhân hóa (IDIC) và các chỉ số đo lường giá trị vòng đời khách hàng, nghiên cứu tiến hành phân tích dữ liệu thứ cấp và sơ cấp giai đoạn 2023–2025. Kết quả chỉ ra rằng mặc dù ngành Quản trị kinh doanh đã có những bước tiến trong việc cải thiện chất lượng dịch vụ đào tạo, nhưng sự thiếu hụt trong việc ứng dụng công nghệ phân tích dữ liệu dự báo và cá nhân hóa lộ trình học tập đang tạo ra rào cản cho sự phát triển bền vững. Nghiên cứu đề xuất hệ thống Smart SRM tích hợp mô hình dự báo rời bỏ với độ chính xác kỳ vọng trên 90%, giúp chuyển đổi từ hỗ trợ bị động sang can thiệp chủ động, tối ưu hóa giá trị vòng đời người học tại Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An.

Từ khóa — Quản trị chiến lược, quản trị quan hệ người học, quản trị kinh doanh, Pearce & Robinson.

Abstract — This study examines the current state and develops a system of strategic solutions to enhance learner relationship management specifically for the Business Administration program at Long An University of Economics and Industry. Drawing on the strategic management theoretical framework of Pearce and Robinson, combined with the Identify–Differentiate–Interact–Customize (IDIC) model and key customer lifetime value (CLV) metrics, the research analyzes both secondary and primary data from the 2023–2025 period. The findings indicate that although the Business Administration program has made notable progress in improving the quality of training services, deficiencies in the application of predictive data analytics and personalized learning pathway technologies remain significant barriers to sustainable development. The study proposes a Smart SRM system that integrates a churn prediction model with an expected accuracy of over 90%. This system facilitates the transition from passive support to proactive intervention, thereby optimizing the lifetime value of learners at Long An University of Economics and Industry.

Keywords — Strategic management, student relationship management, business administration, Pearce & Robinson.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự bùng nổ của nền kinh tế số, giáo dục đại học tại Việt Nam đang chuyển dịch mạnh mẽ từ mô hình "cung cấp những gì mình có" sang "cung cấp những gì người học cần". Ngành quản trị kinh doanh (gọi tắt là QTKD) với đặc thù là ngành đào tạo có tính cạnh tranh cao nhất, đòi hỏi các cơ sở giáo dục phải không ngừng đổi mới tư duy quản trị. Tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, Trường Đại

học Kinh tế Công nghiệp Long An đã xác định ngành QTKD là một trong những ngành mũi nhọn. Theo Pearce và Robinson [3], các cơ sở giáo dục đại học hiện nay không chỉ cạnh tranh về chương trình đào tạo mà còn cạnh tranh về trải nghiệm người học (Student Experience), xem người học như một "khách hàng đặc biệt" trong môi trường giáo dục đại học.

Tính cấp thiết của nghiên cứu này xuất phát từ thực tế tỷ lệ sinh viên chuyển trường hoặc bỏ

<https://doi.org/10.63783/dla.2026.024>

Ngày nộp bài: 13/5/2026; Ngày nhận bản chỉnh sửa: 02/6/2026; Ngày duyệt đăng: 25/6/2026

học giữa chừng trong khối ngành kinh tế có xu hướng gia tăng do áp lực tài chính và sự thiếu định hướng. Việc áp dụng SRM (Student Relationship Management) không chỉ là cài đặt một phần mềm mà là thực thi một chiến lược lấy người học làm trung tâm để tối ưu hóa giá trị tài sản sinh viên cho nhà trường.

2. Cơ sở lý luận và khung nghiên cứu

2.1. Quản trị chiến lược theo quan điểm Pearce & Robinson

Theo Pearce & Robinson, quản trị chiến lược (QTCL) là quá trình bao gồm tập hợp các quyết định và hành động quản trị nhằm xây dựng, triển khai và đánh giá các chiến lược để giúp tổ chức đạt được mục tiêu dài hạn [1]. QTCL không chỉ đơn thuần là việc lập kế hoạch mà còn bao gồm quá trình phân tích môi trường, xác định lợi thế cạnh tranh, lựa chọn chiến lược phù hợp và tổ chức thực hiện chiến lược một cách hiệu quả. Thông qua QTCL, tổ chức có thể chủ động thích ứng với sự biến động của môi trường kinh doanh, nâng cao hiệu quả hoạt động và duy trì sự phát triển bền vững.

Trong lĩnh vực giáo dục đại học, QTCL ngày càng giữ vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng đào tạo và tăng cường khả năng cạnh tranh giữa các cơ sở giáo dục. Đối với hoạt động Quản trị quan hệ người học (Student Relationship Management – SRM), việc vận dụng quan điểm QTCL giúp nhà trường xây dựng hệ thống quản lý người học theo hướng hiện đại, lấy người học làm trung tâm và tăng cường trải nghiệm học tập toàn diện. Đồng thời, QTCL còn hỗ trợ nhà trường trong việc dự báo nhu cầu người học, nâng cao mức độ hài lòng và gia tăng sự gắn kết giữa sinh viên với cơ sở đào tạo.

Theo Pearce và Robinson [3], QTCL bao gồm các giai đoạn phân tích môi trường, xây dựng, thực thi và đánh giá chiến lược. Nghiên cứu vận dụng quan điểm này để xem sinh viên không chỉ là người học mà còn là “tài sản chiến lược” của nhà trường. Theo hướng tiếp cận Resource-Based View (RBV), lợi thế cạnh tranh của ngành Quản trị kinh doanh tại Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An không chỉ nằm ở chương trình đào tạo mà còn ở năng lực khai thác dữ liệu người học để cá nhân hóa dịch vụ hỗ trợ và nâng cao trải nghiệm sinh viên. Theo đó, chiến lược SRM giúp tạo sự phù hợp giữa năng lực số hóa của nhà trường và nhu cầu cá nhân hóa của thế hệ Gen Z.

Nghiên cứu tập trung vào ba giai đoạn cốt lõi: (1) phân tích môi trường bằng mô hình SWOT; (2)

lựa chọn chiến lược SRM tích hợp dựa trên dữ liệu người học; và (3) thực thi chiến lược thông qua hệ thống Student 360, mô hình Churn Prediction và chuẩn hóa quy trình chăm sóc người học theo ISO 9001:2015.

2.2. Mô hình IDIC trong môi trường đại học

Mô hình IDIC được đề xuất bởi Don Peppers và Martha Rogers trong lĩnh vực quản trị quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management – CRM). Theo Peppers và Rogers [9], tổ chức cần xây dựng mối quan hệ dài hạn với khách hàng thông qua hoạt động nhận diện, tương tác và cá nhân hóa nhằm gia tăng giá trị và mức độ trung thành. Trong môi trường giáo dục đại học, người học được xem là nhóm “khách hàng đặc biệt” trong giáo dục đại học cần được quản trị mối quan hệ theo định hướng dài hạn [6]. Mô hình IDIC bao gồm bốn thành phần chính: Identify (Nhận diện), Differentiate (Phân biệt), Interact (Tương tác) và Customize (Cá nhân hóa).

Trong môi trường giáo dục đại học, nghiên cứu này vận dụng mô hình IDIC vào hoạt động Quản trị quan hệ người học (Student Relationship Management – SRM) [8]. Cụ thể, nhà trường cần nhận diện đầy đủ thông tin người học; phân loại sinh viên dựa trên nhu cầu và mức độ tham gia học tập; tăng cường tương tác thông qua các nền tảng số; đồng thời cá nhân hóa hoạt động hỗ trợ học tập và định hướng nghề nghiệp phù hợp với từng nhóm sinh viên. Việc áp dụng mô hình IDIC góp phần nâng cao trải nghiệm người học, cải thiện mức độ hài lòng và tăng cường sự gắn kết giữa sinh viên với nhà trường.

2.3. Thuyết kỳ vọng và sự hài lòng của người học

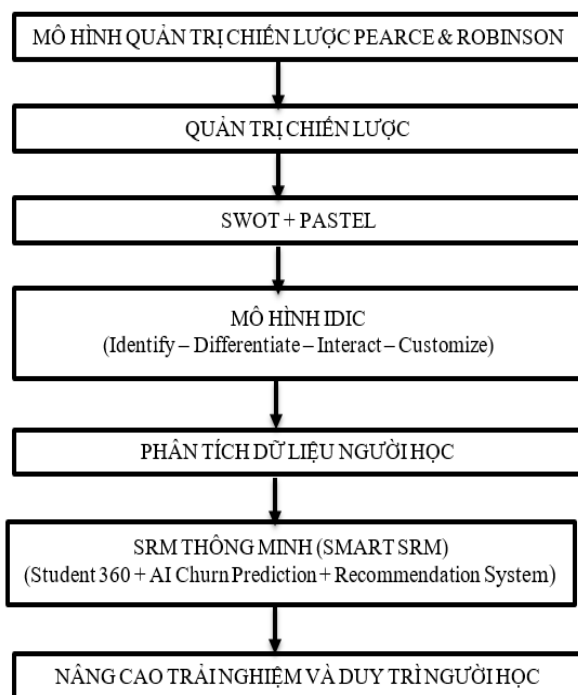
Theo Kotler và Keller [6], việc tạo ra giá trị cho người học và duy trì mối quan hệ lâu dài với người học là yếu tố quan trọng giúp tổ chức nâng cao năng lực cạnh tranh. Trong môi trường giáo dục đại học, người học được xem là trung tâm của quá trình cung cấp dịch vụ đào tạo và là đối tượng cần được quản trị quan hệ theo định hướng phát triển bền vững.

Theo Parasuraman và cộng sự [7], mô hình SERVQUAL giúp tổ chức xác định các khoảng cách trong chất lượng dịch vụ nhằm cải thiện trải nghiệm và mức độ hài lòng của người sử dụng dịch vụ [8]. Việc vận dụng SERVQUAL trong giáo dục đại học cho phép cơ sở đào tạo đánh giá chất lượng dịch vụ thông qua cảm nhận của người học đối với hoạt động giảng dạy, hỗ trợ học tập và môi trường học tập.

Trong nghiên cứu này, sự hài lòng của sinh viên ngành QTKD được đánh giá thông qua năm thành phần của SERVQUAL gồm: Sự tin cậy (Reliability), Khả năng đáp ứng (Responsiveness), Năng lực phục vụ (Assurance), Sự đồng cảm (Empathy) và Phương tiện hữu hình (Tangibles). Việc áp dụng mô hình SERVQUAL giúp xác định các yếu tố ảnh hưởng đến trải nghiệm người học, từ đó đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo và hoàn thiện chiến lược Quản trị quan hệ người học (SRM).

2.4. Khung nghiên cứu chiến lược SRM ngành QTKD – Trường DLA

Nghiên cứu được xây dựng dựa trên sự kết hợp giữa lý thuyết QTCL của Pearce & Robinson, mô hình IDIC và các công nghệ phân tích dữ liệu trong giáo dục đại học nhằm hình thành hệ thống Quản trị quan hệ người học (SRM) theo định hướng chuyển đổi số.



Hình 1. Khung nghiên cứu chiến lược SRM ngành QTKD – Trường DLA

Khung nghiên cứu thể hiện mối quan hệ giữa lý thuyết QTCL của Pearce & Robinson với mô hình IDIC và các công nghệ phân tích dữ liệu trong hoạt động Quản trị quan hệ người học (SRM). Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất hệ thống giải pháp chiến lược nhằm nâng cao trải nghiệm, mức độ hài lòng và khả năng duy trì người học tại ngành QTKD – Trường DLA.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp định tính nhằm phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp chiến lược Quản trị quan hệ người

học (SRM) cho ngành QTKD tại Trường DLA. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập thông qua phỏng vấn sâu và phân tích tài liệu thứ cấp.

Phương pháp phỏng vấn sâu được sử dụng đối với các chuyên gia quản lý giáo dục, lãnh đạo khoa và cán bộ phụ trách công tác sinh viên nhằm đánh giá thực trạng hoạt động SRM, khả năng ứng dụng công nghệ số và năng lực thực thi chiến lược của nhà trường. Nội dung phỏng vấn tập trung vào các vấn đề như quản lý dữ liệu người học, mức độ tương tác giữa nhà trường với sinh viên, hoạt động hỗ trợ học tập và định hướng phát triển SRM trong bối cảnh chuyển đổi số.

Bên cạnh đó, nghiên cứu còn sử dụng dữ liệu thứ cấp từ các báo cáo của Phòng Đào tạo, Phòng Công tác sinh viên và các tài liệu nội bộ của nhà trường giai đoạn 2023–2025 nhằm bổ sung cơ sở phân tích và đối chiếu thông tin nghiên cứu. Các dữ liệu sau khi thu thập được tổng hợp, phân tích và mã hóa theo chủ đề để xác định các vấn đề trọng tâm và đề xuất giải pháp phù hợp cho chiến lược SRM.

4. Phân tích thực trạng SRM tại ngành Quản trị kinh doanh – DLA

4.1. Phân tích môi trường kinh doanh giáo dục (PESTEL)

Mô hình PESTEL được sử dụng để phân tích các yếu tố môi trường vĩ mô ảnh hưởng đến hoạt động của tổ chức, bao gồm các yếu tố chính trị, kinh tế, xã hội, công nghệ, môi trường và pháp lý [5]. Trong lĩnh vực giáo dục đại học, mô hình này giúp nhận diện cơ hội và thách thức đối với hoạt động đào tạo và phát triển nguồn nhân lực.

Tại tỉnh Long An, quá trình công nghiệp hóa và thu hút đầu tư đang tạo ra nhu cầu lớn về nguồn nhân lực quản lý và kinh doanh chất lượng cao. Theo báo cáo của tỉnh Long An, đến năm 2024 địa phương có 36 khu công nghiệp với gần 200.000 lao động đang làm việc và tiếp tục mở rộng quy mô đầu tư công nghiệp [4]. Điều này mở ra cơ hội phát triển cho ngành QTKD trong việc đào tạo nguồn nhân lực phục vụ doanh nghiệp. Tuy nhiên, sự mở rộng hoạt động của nhiều trường đại học từ thành phố Hồ Chí Minh sang các tỉnh lân cận cũng làm gia tăng áp lực cạnh tranh trong lĩnh vực giáo dục đại học.

4.2. Phân tích các chỉ số người học ngành Quản trị kinh doanh

Để đánh giá thực trạng hoạt động Quản trị quan hệ người học (SRM), nghiên cứu tiến hành phân tích một số chỉ số vận hành quan trọng của ngành QTKD giai đoạn 2023–2025, bao gồm số lượng tuyển sinh mới, tỷ lệ bảo lưu/ngỉ học và

chỉ số hài lòng sinh viên (CSI). Các chỉ số này phản ánh hiệu quả thu hút và duy trì người học của ngành QTKD.

Kết quả thống kê cho thấy số lượng tuyển sinh của ngành QTKD duy trì xu hướng ổn định qua các năm, trong khi tỷ lệ bảo lưu/nghi học có sự biến động nhất định do ảnh hưởng của yếu tố tài chính, áp lực học tập và định hướng nghề

nh nghiệp của sinh viên. Đồng thời, chỉ số hài lòng sinh viên (CSI) có xu hướng tăng nhẹ nhờ việc cải thiện chất lượng giảng dạy, cơ sở vật chất và hoạt động hỗ trợ người học. Tuy nhiên, mối quan hệ nghịch giữa tỷ lệ nghi học và mức độ hài lòng cho thấy nhà trường cần tiếp tục hoàn thiện chiến lược SRM nhằm nâng cao trải nghiệm học tập và tăng cường khả năng duy trì sinh viên [1].

Bảng 1: Thống kê các chỉ số sinh viên ngành QTKD giai đoạn 2023–2025

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025
Số lượng tuyển sinh mới	53	45	50
Tỷ lệ bảo lưu / nghi học	1.9%	0%	0%
Chỉ số hài lòng sinh viên (CSI)	3.72/5	3.95/5	4.18/5

(Nguồn: Báo cáo nội bộ Khoa KTKDQT, 2023–2025)

Bảng 2. Đánh giá hoạt động SRM theo mô hình IDIC tại ngành QTKD – Trường DLA

Thành phần IDIC	Thực trạng hiện nay	Hạn chế
Identify (Nhận diện)	Đã lưu trữ dữ liệu sinh viên từ khi nhập học	Dữ liệu còn rời rạc, thiếu thông tin hành vi và tâm lý
Differentiate (Phân biệt)	Phân nhóm sinh viên ưu tú, tiêu chuẩn và rủi ro	Chưa có công cụ phân tích dữ liệu tự động
Interact (Tương tác)	Tương tác qua cố vấn học tập, Facebook, LMS	Chưa có hệ thống cảnh báo sớm
Customize (Cá nhân hóa)	Có học bổng và hỗ trợ học phí	Chưa cá nhân hóa lộ trình học tập theo dữ liệu

(Nguồn: Tác giả tổng hợp và phân tích, 2025)

Vận dụng mô hình IDIC của Don Peppers và Martha Rogers (2004), nghiên cứu đánh giá hoạt động quản trị quan hệ người học tại ngành QTKD – Trường DLA qua bốn giai đoạn: Nhận diện, phân biệt, tương tác và cá nhân hóa người học.

Nhận diện người học (Identify): Trường DLA đã triển khai hệ thống lưu trữ dữ liệu sinh viên từ khi nhập học. Tuy nhiên, dữ liệu còn rời rạc, chủ yếu phục vụ quản lý hành chính và chưa cập nhật đầy đủ các thông tin về tâm lý, tài chính hay định hướng nghề nghiệp của người học.

Phân biệt người học (Differentiate): Ngành QTKD phân chia sinh viên thành ba nhóm: nhóm ưu tú, nhóm tiêu chuẩn và nhóm rủi ro nhằm hỗ trợ phù hợp với nhu cầu của từng đối tượng. Trong đó, nhóm rủi ro là nhóm có nguy cơ nghi học cao và cần được quan tâm nhiều hơn.

Tương tác với người học (Interact): Hoạt động tương tác được thực hiện qua cố vấn học tập, mạng xã hội và các buổi đối thoại với sinh viên. Tuy nhiên, việc hỗ trợ nhóm sinh viên rủi ro vẫn còn bị động do chưa có hệ thống cảnh báo sớm hiệu quả.

Cá nhân hóa dịch vụ đào tạo (Customize): Nhà trường đã áp dụng một số chính sách như học bổng cho sinh viên giỏi và hỗ trợ học phí cho sinh viên khó khăn. Tuy nhiên, mức độ cá nhân

hóa còn hạn chế và chưa dựa nhiều trên dữ liệu người học.

5. Các yếu tố ảnh hưởng và thách thức chiến lược

Dựa trên phân tích SWOT, hoạt động Quản trị quan hệ người học (SRM) ngành QTKD – Trường DLA chịu tác động bởi nhiều yếu tố nội tại và môi trường bên ngoài.

Bảng 3. Phân tích SWOT đối với hoạt động SRM ngành QTKD – Trường DLA

Nội dung	Mô tả
Điểm mạnh (Strengths)	Đội ngũ giảng viên có kinh nghiệm thực tiễn; Có liên kết doanh nghiệp tại Long An; Sinh viên dễ tiếp cận cố vấn học tập
Điểm yếu (Weaknesses)	Dữ liệu người học phân tán; Chưa có hệ thống SRM/CRM chuyên biệt; Mức độ số hóa còn thấp
Cơ hội (Opportunities)	Xu hướng chuyển đổi số giáo dục; Nhu cầu nhân lực QTKD tăng; Chính sách hỗ trợ chuyển đổi số của tỉnh Long An
Thách thức (Threats)	Cạnh tranh tuyển sinh từ các trường đại học khác; Áp lực học phí; Sinh viên

	để chuyển trường hoặc nghỉ học
--	--------------------------------

(Nguồn: Phỏng vấn chuyên gia và phân tích tác giả, 2025)

Về điểm mạnh, ngành QTKD sở hữu đội ngũ giảng viên có kinh nghiệm thực tiễn và có mối liên kết tương đối tốt với doanh nghiệp tại tỉnh Long An. Đây là điều kiện thuận lợi để tăng cường hoạt động cố vấn nghề nghiệp, thực tập và hỗ trợ việc làm cho sinh viên.

Tuy nhiên, điểm yếu lớn nhất hiện nay là hạ tầng số hóa phục vụ SRM chưa đồng bộ, dữ liệu người học còn phân tán và chưa có hệ thống CRM chuyên biệt cho giáo dục đại học. Điều này làm hạn chế khả năng phân tích dữ liệu và cá nhân hóa dịch vụ hỗ trợ sinh viên.

Bên cạnh đó, quá trình chuyển đổi số của tỉnh Long An cùng với các chính sách hỗ trợ nghiên cứu và ứng dụng công nghệ trong giáo dục tạo ra cơ hội thuận lợi để nhà trường triển khai các mô hình SRM hiện đại. Tuy nhiên, ngành QTKD cũng phải đối mặt với áp lực cạnh tranh ngày càng lớn từ các trường đại học và trường tư thục có chính sách học bổng hấp dẫn nhằm thu hút sinh viên chất lượng cao. Vì vậy, việc xây dựng chiến lược SRM hiệu quả được xem là yếu tố quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh và duy trì sự gắn kết của người học.

6. Giải pháp chiến lược hoàn thiện SRM giai đoạn 2026–2030

6.1. Chiến lược công nghệ

Ngành QTKD cần xây dựng hệ sinh thái dữ liệu “Student-Centric Data” thông qua việc hình thành kho dữ liệu tập trung (Data Warehouse) tích hợp thông tin từ tuyển sinh, đào tạo, thư viện,

Bảng 4. Các chỉ số sử dụng trong mô hình dự báo nguy cơ nghỉ học

Nội dung	Mô tả
Điểm mạnh (Strengths)	Đội ngũ giảng viên có kinh nghiệm thực tiễn; Có liên kết doanh nghiệp tại Long An; Sinh viên dễ tiếp cận cố vấn học tập
Điểm yếu (Weaknesses)	Dữ liệu người học phân tán; Chưa có hệ thống SRM/CRM chuyên biệt; Mức độ số hóa còn thấp
Cơ hội (Opportunities)	Xu hướng chuyển đổi số giáo dục; Nhu cầu nhân lực QTKD tăng; Chính sách hỗ trợ chuyển đổi số của tỉnh Long An
Thách thức (Threats)	Cạnh tranh tuyển sinh từ các trường đại học khác; Áp lực học phí; Sinh viên dễ chuyển trường hoặc nghỉ học

(Nguồn: Đề xuất mô hình SRM của tác giả, 2025)

6.3. Chiến lược nhân sự

Nhà trường cần xây dựng văn hóa “chăm sóc người học” trong toàn bộ đội ngũ giảng viên và cán bộ quản lý. Đồng thời, áp dụng cơ chế đánh giá và khen thưởng dựa trên mức độ hài lòng của sinh viên nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và

đoàn hội và cựu sinh viên. Trên cơ sở đó, ứng dụng Big Data để xây dựng hồ sơ sinh viên 360 độ, hỗ trợ phân tích hành vi và nhu cầu người học.

6.2. Chiến lược vận hành

Nhà trường cần ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong dự báo nguy cơ bỏ học (Churn Prediction) nhằm phát hiện sớm sinh viên có rủi ro cao dựa trên các chỉ số như điểm danh, kết quả học tập, tần suất truy cập hệ thống LMS và tình trạng học phí.

$$P(\text{Retention}) = \beta_0 + \beta_1 * (\text{Attendance}) + \beta_2 * (\text{GPA}) + \beta_3 * (\text{LMS_Interact}) + \beta_4 * (\text{Finance}) + e$$

Trong đó:

- P(Retention): Xác suất duy trì học tập của người học;
- β_0 : Hằng số của mô hình;
- Attendance: Mức độ chuyên cần của sinh viên;
- GPA: Điểm trung bình học tập;
- LMS_Interact: Mức độ tương tác trên hệ thống học tập trực tuyến (LMS);
- Finance: Yếu tố tài chính của người học;
- $\beta_1 \dots \beta_4$: Hệ số tác động của từng biến độc lập;
- e (epsilon): Sai số ngẫu nhiên của mô hình.

Khi xác suất rủi ro vượt ngưỡng cho phép, hệ thống sẽ tự động gửi cảnh báo cho cố vấn học tập để triển khai các biện pháp hỗ trợ kịp thời như tư vấn tâm lý hoặc hỗ trợ tài chính.

tăng cường sự gắn kết giữa giảng viên với người học.

6.4. Chiến lược đào tạo

Ngành QTKD cần triển khai mô hình cá nhân hóa lộ trình học tập và nghề nghiệp cho sinh viên từ năm thứ ba thông qua hệ thống gợi ý học tập (Recommendation System) ứng dụng AI. Hệ

thông này hỗ trợ tư vấn học phần tự chọn, định hướng nghề nghiệp và đề xuất chuyên ngành phù hợp với năng lực, kết quả học tập và sở thích nghề nghiệp của từng sinh viên trong các lĩnh vực như Marketing số, Quản trị nhân sự hoặc

Logistics và quản trị chuỗi cung ứng. Đồng thời, tăng cường kết nối doanh nghiệp để xây dựng chương trình mentoring hỗ trợ sinh viên trong quá trình học tập và định hướng nghề nghiệp.

Bảng 5. Định hướng chiến lược hoàn thiện SRM ngành QTKD giai đoạn 2026–2030

Nhóm chiến lược	Nội dung triển khai	Kỳ vọng
Công nghệ	Xây dựng Student 360 và Data Warehouse	Đồng bộ dữ liệu người học
Vận hành	Ứng dụng AI dự báo nghỉ học	Giảm tỷ lệ nghỉ học
Nhân sự	Xây dựng văn hóa chăm sóc người học	Tăng mức độ hài lòng sinh viên
Đào tạo	Xây dựng hệ thống gợi ý (Recommendation System) dựa trên AI để tư vấn học phần tự chọn theo năng lực và sở thích nghề nghiệp của từng sinh viên trong các định hướng như Marketing số, Quản trị nhân sự và Logistics	Tăng khả năng gắn kết và việc làm

(Nguồn: Tác giả đề xuất theo Pearce & Robinson & IDIC, 2025)

7. Kết luận

Chiến lược Quản trị quan hệ người học (SRM) theo quan điểm của John Pearce và Richard Robinson không chỉ giúp ngành QTKD – Trường DLA nâng cao hiệu quả quản lý mà còn góp phần xây dựng lợi thế cạnh tranh bền vững trong bối cảnh giáo dục đại học chuyển đổi số. Việc ứng dụng công nghệ dữ liệu, trí tuệ nhân tạo và cá nhân hóa dịch vụ hỗ trợ người học sẽ giúp nhà trường nâng cao trải nghiệm sinh viên, tăng mức độ hài lòng và duy trì sự gắn kết lâu dài giữa người học với cơ sở đào tạo. Nghiên cứu góp phần mở rộng hướng tiếp cận quản trị quan hệ người học trong giáo dục đại học thông qua việc tích hợp mô hình QTCL của Pearce & Robinson với mô hình IDIC và công nghệ phân tích dữ liệu trong bối cảnh chuyển đổi số giáo dục.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Khoa Kinh tế và Kinh doanh quốc tế, *Báo cáo tổng kết hoạt động đào tạo và công tác sinh viên giai đoạn 2022–2024*. Tây Ninh, Việt Nam: Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, 2024.
- [2] Ngô Thị Bảo Hương, “Quản trị mối quan hệ khách hàng của các doanh nghiệp dệt may thuộc Tập đoàn Dệt may Việt Nam”. Luận án Tiến sĩ, Trường Đại học Thương mại, 2022.
- [3] J. A. Pearce II and R. B. Robinson Jr., *Quản trị chiến lược* (Bản dịch tiếng Việt). TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam: Nhà xuất bản Kinh tế TP. Hồ Chí Minh, 2022.
- [4] Báo Thương hiệu và Công luận, “Long An: Các khu công nghiệp đang hoạt động với gần 200.000 lao động,” 2024. [Online]. Available: <https://vnshort.com/UvK7>
- [5] F. R. David and F. R. David, *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*. Harlow, U.K.: Pearson Education, 2020.
- [6] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*, 15th ed. Harlow, U.K.: Pearson Education, 2016.
- [7] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, “SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality,” *Journal of Retailing*, vol. 64, no. 1, pp. 12–40, 1988.
- [8] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and L. L. Berry, *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York, NY, USA: The Free Press, 1990.
- [9] D. Peppers and M. Rogers, *Managing Customer Relationships: A Strategic Framework*. Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, 2011.