

**TRANG THÔNG TIN NHỮNG ĐÓNG GÓP MỚI
VỀ MẶT HỌC THUẬT VÀ LÝ LUẬN CỦA LUẬN ÁN**

Tên luận án: Mối quan hệ giữa năng lực, kết quả nghiên cứu khoa học của giảng viên và thương hiệu trường đại học: Trường hợp khảo sát tại Thành phố Hồ Chí Minh

Chuyên ngành : Quản trị kinh doanh

Mã số ngành: 9340101

Nghiên cứu sinh: Đỗ Thuận Hải

Khóa: 2017

Cơ sở đào tạo : Trường Đại học Lạc Hồng

Người hướng dẫn khoa học: PGS. TS. Nguyễn Thị Liên Diệp

Những đóng góp của luận án về khoa học và thực tiễn:

Về mặt khoa học:

Tác giả đã tổng quan lý thuyết, lược khảo các công trình nghiên cứu liên quan để xác định khoảng trống nghiên cứu và chỉ ra tính mới của đề tài nghiên cứu, cụ thể:

Tính mới 1: Đề cập đến mối quan hệ mới, cụ thể: Mối quan hệ giữa năng lực, kết quả nghiên cứu khoa học của giảng viên đến thương hiệu trường đại học chưa được nghiên cứu trên thế giới cũng như nghiên cứu tại Việt nam trong lĩnh vực giáo dục đại học. Tính mới này chứng tỏ năng lực của giảng viên trong vấn đề nghiên cứu khoa học là rất quan trọng để nâng cao thương hiệu trường đại học.

Tính mới 2: Yếu tố lòng tin được sử dụng làm yếu tố trung gian cho sự tác động của hai yếu tố (năng lực giảng viên và kết quả nghiên cứu khoa học) đến thương hiệu trường đại học mà các công trình nghiên cứu trên thế giới cũng như tại Việt Nam trước đây chưa nghiên cứu.

Tính mới 3: Các yếu tố trung gian (sự thỏa mãn, lòng tin và sự cam kết) được phân tích theo hướng tiếp cận đối tượng khảo sát là giảng viên các trường đại học. Đây là sự khác biệt so với các công trình nghiên cứu trước đây đã nghiên cứu theo hướng tiếp cận đối tượng khảo sát là sinh viên (trường hợp nghiên cứu của Charles Dennis, Savvas Papagiannidis, Eleftherios Alamanos, Michael Bourlakis, 2016).

Tính mới 4: Điều chỉnh các thang đo gốc nhằm phù hợp với bối cảnh giáo dục đại học của Việt Nam và bổ sung một số biến quan sát mới vào thang đo của các yếu tố trong mô hình nghiên cứu. Độ tin cậy của các thang đo mới trong mô hình nghiên cứu cho kết quả khá cao nên có thể kế thừa cho các nghiên cứu liên quan tiếp theo.

Tính mới 5: Đưa ra các hàm ý quản trị về mối quan hệ giữa năng lực, kết quả nghiên cứu khoa học của giảng viên đến thương hiệu trường đại học mà các công trình nghiên cứu trước đây chưa đề cập đến.

Về mặt thực tiễn:

Kết quả nghiên cứu của luận án đóng góp về mặt thực tiễn, cụ thể:

- Tổng hợp được cơ sở lý thuyết về các yếu tố là năng lực giảng viên, kết quả nghiên cứu khoa học, sự thỏa mãn, lòng tin, sự cam kết và thương hiệu trường đại học từ đó làm cơ sở tham khảo cho các nghiên cứu liên quan sau này.

- Chỉ ra được mối quan hệ giữa các yếu tố như năng lực, kết quả nghiên cứu khoa học của giảng viên đến thương hiệu trường đại học với mức độ tác động khác nhau. Trên cơ sở đó, tác giả đưa ra các hàm ý quản trị nhằm giúp cho ban lãnh đạo các cơ sở giáo dục đại học xem xét, nghiên cứu để áp dụng vào quá trình quản lý nhằm nâng cao năng lực của giảng viên, nâng cao giá trị thương hiệu trường đại học và phát triển các công trình nghiên cứu được công bố trong và ngoài nước.

Đồng Nai, ngày.....thángnăm 2020

NGƯỜI HƯỚNG DẪN

(ký, ghi rõ họ tên)

NGHIÊN CỨU SINH

(ký, ghi rõ họ tên)