

Ảnh hưởng của cảm nhận bản thân đến ý định gửi con đi du học

Nguyễn Thị Anh

Trường Cao đẳng Xây dựng Nam Định

Bằng phương pháp nghiên cứu phân tích, tổng hợp, tác giả kế thừa lý thuyết của các nhà nghiên cứu trước đây về các nhân tố ảnh hưởng đến ý định mua của người tiêu dùng, đồng thời mở rộng nghiên cứu nhằm đề xuất mô hình lý thuyết về các nhân tố ảnh hưởng đến ý định gửi con đi du học nước ngoài của phụ huynh học Việt Nam. Mô hình lý thuyết do tác giả đề xuất là mô hình mở rộng từ lý thuyết hành vi có kế hoạch (TPB) của Ajzen (1991), mô hình tác giả đề xuất bao gồm 5 nhân tố tác động đến ý định gửi con đi du học nước ngoài của phụ huynh học sinh. Để tăng cường giải thích ý định gửi con đi nước ngoài của phụ huynh học sinh nên biến độc lập cảm nhận bản thân (bao gồm hai thành phần là cảm nhận bản thân là người truyền thống và cảm nhận bản thân là người hiện đại) vào mô hình TPB.

1. Mở đầu

Trong bối cảnh hội nhập, Việt Nam thu hút sự đầu tư của rất nhiều các công ty đa quốc gia và các tập đoàn kinh tế lớn vươn tầm quốc tế. Tuy nhiên, tỷ lệ sinh viên cao đẳng đại học ra trường chưa có việc làm hay làm việc không đúng chuyên môn là rất cao. Tại Việt Nam, phụ huynh học sinh đang có xu hướng cho con đi du học từ sớm, ngay từ bậc Trung học cơ sở và Trung học phổ thông. Hơn nữa, Việt Nam là một quốc gia chịu nhiều ảnh hưởng của văn hoá Nho giáo, nên định hướng của cha mẹ tác động rất nhiều đến con trẻ. Vì thế, nghiên cứu sự ảnh hưởng của cảm nhận về bản thân đến định hướng giáo dục cho con của phụ huynh học sinh Việt Nam là cần thiết. Tác giả lựa chọn chủ đề nghiên cứu: “Ảnh hưởng của cảm nhận bản thân đến định hướng giáo dục quốc tế.”

Tại Việt Nam hiện nay, việc gửi con đi du học sớm đang trở thành xu hướng, đặc biệt là đối với những phụ huynh trẻ tuổi (độ tuổi từ 25 đến 40 tuổi) đây được xem là những phụ huynh có khuynh hướng hiện đại tại Việt Nam. Cá nhân họ cho rằng việc tiếp cận nền văn hoá Phương Tây, một xã hội phát triển là một cơ hội để con trẻ học hỏi kinh nghiệm và phát triển toàn diện cả về thể chất và tinh thần, đây là những cá nhân có xu hướng theo chủ nghĩa cá nhân (Phan Thành Hưng, 2019). Ngược lại, những phụ huynh lớn tuổi hơn, ảnh hưởng nhiều bởi văn hoá truyền thống, có tâm lý bao bọc con cái, lo sợ những rủi ro mà con mình sẽ gặp phải khi cho con đi du học nước ngoài từ quá sớm. Họ là những cá nhân có khuynh hướng theo chủ nghĩa tập thể, sự tác động của số đông bộ phận trong xã hội sẽ ảnh hưởng tích cực đến những người theo khuynh hướng tập thể. Vì thế, vì thế việc xem xét ảnh hưởng của cảm nhận bản thân đối với việc lựa chọn giáo dục học quốc tế là

điều rất cần thiết. Trong nghiên cứu này, xem xét vai trò của cái tôi truyền thống và cái tôi hiện đại, những biến số khác biệt của đặc điểm cá nhân, hứa hẹn sẽ tạo ra một kết quả hấp dẫn và thú vị gắn liền với hành vi của người tiêu dùng các nền kinh tế chuyển đổi Châu Á, điển hình là Việt Nam.

2. Khung phân tích về cảm nhận bản thân

Theo Aaker (1999), những nền văn hoá khác nhau thì cảm nhận bản thân cũng khác nhau. Với bối cảnh nghiên cứu đặc trưng ở Việt Nam, quốc gia có nền kinh tế chuyển đổi, chịu nhiều văn hoá từ phương Đông, từ Nho giáo thì người tiêu dùng mang trong mình những cảm nhận khác nhau về bản thân. Trong nghiên cứu của Nguyen và cộng sự (2009) cảm nhận bản thân được chia thành hai nhóm là cảm nhận bản thân là người truyền thống và cảm nhận bản thân là người hiện đại, trong đó:

- Cảm nhận bản thân là người truyền thống (Traditional self): Mức độ mà quan niệm về bản thân của một cá nhân phù hợp với các chuẩn mực, giá trị và niềm tin Nho giáo phổ biến trước khi bắt đầu chuyển đổi kinh tế.

- Cảm nhận bản thân là người hiện đại (Modern self): Mức độ mà quan niệm về bản thân của một cá nhân phù hợp với các chuẩn mực, giá trị và niềm tin được du nhập từ các nước phát triển hơn sau khi bắt đầu quá trình chuyển đổi kinh tế.

Ngày nay, người tiêu dùng có xu hướng cởi mở hơn với những điều mới, họ có thể là những người tiên phong trong việc mua và tiêu dùng các sản phẩm mới và sử dụng các kênh phân phối mới và hiện đại, coi trọng lối sống hiện đại và tận hưởng cuộc sống thoải

lạc. Những người hiện đại có nhiều khả năng đánh giá cao các biểu tượng địa vị hiện đại bao gồm cuộc sống giàu có và các sản phẩm sang trọng để thể hiện địa vị trong xã hội. Giá trị hiện đại thường được gắn với những thứ gắn với hình ảnh quốc tế hơn là những thứ ở trong nước vì họ tin rằng sở hữu một thương hiệu nổi tiếng có thể cải thiện hình ảnh của cá nhân. Trong nghiên cứu của Nguyen và cộng sự (2009), ở những cá nhân tự nhận mình là hiện đại hơn, mong muốn về các giá trị, ý tưởng và sản phẩm phương Tây được thể hiện rõ nét. Bên cạnh đó, Nguyen và cộng sự (2009) cũng cho rằng, cảm nhận bản thân là người truyền thống đề cập đến mức độ mà quan niệm về bản thân của một cá nhân phù hợp với các chuẩn mực, giá trị và niềm tin Nho giáo phổ biến trước khi bắt đầu chuyển đổi kinh tế.

3. Giả thuyết nghiên cứu

Tiền đề từ lý thuyết về hành vi có kế hoạch TPB (Ajzen, 1991), là một mô hình được nghiên cứu kỹ lưỡng đã được chứng minh là thành công trong việc dự đoán và giải thích các hành vi trên nhiều lĩnh vực, trong đó có ý định du học (Goel và cộng sự, 2010). TPB chỉ ra rằng, thái độ đối với hành vi, chuẩn mực chủ quan và nhận thức về kiểm soát hành vi là ba tiền đề quan trọng dự đoán ý định hành vi.

*** Thái độ đối với ý định gửi con đi du học**

Thái độ được liên kết với mục tiêu cá nhân của một cá nhân, và xem xét kết quả của một hành vi cụ thể để giúp đạt được những mục tiêu đó. Trong bối cảnh các chương trình nghiên cứu học tập ở nước ngoài, thái độ được hiểu như là mức độ quan trọng của nghiên cứu nước ngoài đối với mục tiêu nghề nghiệp, hay là sự phát triển cá nhân hoặc một mục tiêu cá nhân nào đó (Goel và cộng sự, 2010). Các kết quả nghiên cứu trước đây về du học quốc tế ứng dụng TPB trong nghiên cứu đều cho thấy thái độ có ảnh hưởng tích cực tới ý định hành vi; tuy nhiên, mức độ quan trọng của các tiền tố TPB đối với ý định hành vi còn nhiều tranh cãi. Từ tổng quan nghiên cứu và lập luận trên tác giả đề xuất giả thuyết sau:

Giả thuyết H1: Thái độ của phụ huynh học sinh đối với hành vi gửi con đi du học có ảnh hưởng tích cực đến ý định gửi con đi du học.

*** Chuẩn mực chủ quan với ý định gửi con đi du học**

Chuẩn mực chủ quan đề cập đến nhận thức áp lực xã hội từ những người quan trọng khác như gia đình, đồng nghiệp và xã hội để thực hiện hành vi mục tiêu. Những tham chiếu quan trọng này có ảnh hưởng đến mong muốn của một cá nhân. Tương tự như tác động của thái độ của người tiêu dùng đối với ý định hành vi, chuẩn mực chủ quan đã được tìm thấy tốt để

dự đoán về ý định du học nước ngoài (Goel và cộng sự, 2010). Một phụ huynh sẽ bị thôi thúc mong muốn cho con tham gia học tập ở nước ngoài nếu như họ nhận được những lời khuyên lời chia sẻ hoặc gợi ý từ người thân bạn bè. Do đó, chúng tôi đề xuất giả thuyết sau:

Giả thuyết H2: Chuẩn mực chủ quan đối với hành vi gửi con đi du học có ảnh hưởng tích cực đến ý định gửi con đi du học.

*** Nhận thức về khả năng kiểm soát với ý định gửi con đi du học**

Trong nghiên cứu của Ajzen (1991), Nhận thức về kiểm soát hành vi (Perceived behavioral control — PBC): là nhận thức của cá nhân về sự sẵn có các nguồn lực hay các cơ hội để thực hiện hành vi phản ánh mức độ dễ hay khó trong thực hiện hành vi. Phụ huynh học sinh là những người đã trưởng thành và có suy nghĩ thấu đáo, đối với một hành vi mục tiêu họ biết mình lên kế hoạch phải làm gì và cần thực hiện như thế nào. Trong bối cảnh nghiên cứu nước ngoài phụ huynh học sinh có khả năng kiểm soát về hành vi nhiều hơn. Vì vậy, tác giả đề xuất giả thuyết:

Giả thuyết H3: Nhận thức về khả năng kiểm soát hành vi của phụ huynh đối với hành vi gửi con đi du học có ảnh hưởng tích cực đến ý định gửi con đi du học.

*** Cảm nhận bản thân**

Theo Nguyen và cộng sự (2009), những người có cảm nhận bản thân là người hiện đại có suy nghĩ cởi mở hơn, ưa thích những hàng hoá mang văn hoá phương Tây, mang giá trị và niềm tin phương Tây, họ tán thành những sản phẩm xa xỉ, có nguồn gốc nước ngoài; những người có cảm nhận bản thân là người truyền thống thường ủng hộ các hành vi mang tính tập thể, sản phẩm thân thiện với môi trường, bảo vệ môi trường, vì thế hệ tương lai được phân đông xã hội ủng hộ. Kết quả nghiên cứu của Phan Thành Hưng (2019) cho biết cảm nhận bản thân là người hiện đại và cảm nhận bản thân là người truyền thống có ảnh hưởng đáng kể tới thái độ đối với hành vi của người tiêu dùng.

Du học nước ngoài không chỉ là mơ ước của các bạn trẻ mà ngay cả các bậc phụ huynh cũng có những tham vọng nhất định trong việc định hướng giáo dục cho con của mình. Giáo dục quốc tế, được coi như một mặt hàng xa xỉ, có chi phí đắt đỏ so với mức thu nhập bình quân của người tiêu dùng Việt Nam. Bên cạnh đó, du học quốc tế là một lựa chọn giáo dục có yếu tố nước ngoài của các bậc phụ huynh Việt Nam, điều này khẳng định vị thế của những gia đình có con đi du học nước ngoài trong xã hội. Với những phụ huynh trẻ Việt Nam, có xu hướng kết nối toàn cầu, được tiếp xúc với nền giáo dục tiên tiến, khoảng cách

địa lý được rút ngắn, tiếp nhận nguồn thông tin nhanh, rõ ràng có xu hướng gửi con đi du học từ sớm và đang trở thành xu hướng tại Việt Nam. Ngược lại, những bậc phụ huynh lớn tuổi hơn, có kinh nghiệm trong học tập, kinh nghiệm trong cuộc sống và có sự thành công nhất định lại cho rằng việc du học khi còn quá nhỏ sẽ ảnh hưởng tới tình thương mà cha mẹ dành cho con và e ngại những khó khăn mà một đứa trẻ phải trải qua trong quá trình du học nước ngoài. Điều này, cũng phù hợp với phát hiện trong nghiên cứu của Nguyen và cộng sự (2017) khi cho rằng, những người trẻ thường là người có xu hướng hiện đại và xu hướng truyền thống thường tồn tại ở những người lớn tuổi hơn. Vì thế, tác giả đề xuất cặp giả thuyết như sau:

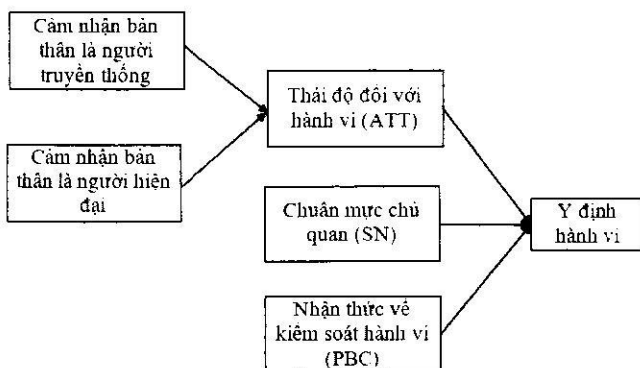
Giả thuyết H4a: Phụ huynh cảm nhận mình là người truyền thống có tác động tiêu cực đến thái độ đối với hành vi gửi con đi du học.

Giả thuyết H4b: Phụ huynh cảm nhận mình là người hiện đại có tác động tích cực đến thái độ đối với hành vi gửi con đi du học.

4. Đề xuất mô hình nghiên cứu

Dựa vào cơ sở lý thuyết, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của cảm nhận bản thân đến định hướng giáo dục quốc tế bao gồm 6 nhân tố. Bao gồm, 4 biến độc lập (cảm nhận bản thân là người hiện đại, cảm nhận bản thân là người truyền thống, chuẩn mực chủ quan và nhận thức về khả năng kiểm soát) và hai biến phụ thuộc (thái độ đối với hành vi và ý định gửi con đi du học). Trong đó: Thái độ đối với hành vi, chuẩn mực chủ quan, nhận thức về kiểm soát hành vi ảnh hưởng trực tiếp đến ý định gửi con đi du học còn cảm nhận bản thân là người, giá trị nhận thức và mong muốn tác động tới thái độ đối với hành vi gửi con đi du học (như hình 1).

Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất



Với các giả thiết nghiên cứu sau:

Giả thuyết H1: Thái độ của phụ huynh học sinh đối với hành vi cho con đi du học có ảnh hưởng tích cực đến giá trị cảm nhận.

Giả thuyết H2: Chuẩn mực chủ quan của phụ

huynh học sinh đối với hành vi cho con đi du học có ảnh hưởng tích cực đến giá trị cảm nhận

Giả thuyết H3: Nhận thức về khả năng kiểm soát hành vi của phụ huynh học sinh đối với hành vi cho con đi du học có ảnh hưởng tích cực đến giá trị cảm nhận

Giả thuyết H4a: Phụ huynh cảm nhận mình là người truyền thống có tác động tiêu cực đến thái độ đối với hành vi gửi con đi du học.

Giả thuyết H4b: Phụ huynh cảm nhận mình là người hiện đại có tác động tích cực đến thái độ đối với hành vi gửi con đi du học.

5. Kết luận

Nghiên cứu đã đề xuất được mô hình lý thuyết được mở rộng từ lý thuyết hành vi có hoạch định TPB về các nhân tố ảnh hưởng đến ý định gửi con đi du học của phụ huynh học sinh. Mô hình này là tiền đề để tác giả tiến hành thực hiện bước tiếp theo như: điều tra khảo sát, phân tích dữ liệu thu thập được để từ đó đề xuất những giải pháp hữu ích giúp các nhà tuyển dụng giáo dục quốc tế có thể tiếp cận tập khách hàng cụ thể và đáp ứng nhu cầu cũng như mong muốn họ tốt hơn. Bên cạnh đó, cũng giúp các cơ sở giáo dục trong nước có thể nhìn nhận và đánh giá về cảm nhận bản thân của các bậc phụ huynh, họ là người có khuynh hướng hiện đại hay là người có khuynh hướng truyền thống từ đó tìm hiểu lý do vì sao họ muốn gửi con đi du học từ sớm để từ đó đưa ra giải pháp cho cơ sở đào tạo của mình, hơn nữa cũng giúp cho Cơ quan quản lý giáo dục đặc biệt là giáo dục quốc tế trong nước có thể kịp thời cải cách giáo dục tránh chảy máu chất xám./.

Tài liệu tham khảo

Ajzen, I. (1985), 'From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior', in Action Control: from Cognition to Behavior, ed. Julius Kuhl and Jurgen Beckman, Heidelberg: Springer, tr. 11-39.

Ajzen, I. (1991), 'The Theory of Planned Behavior', Organizational Behavior and Human Decision Processes, Tập 50, Số 2, tr. 179-211.

Goel, L., de Jong, P. and Schnusenberg, O. (2010), 'Toward a comprehensive framework of study abroad intentions and behaviors', Journal of Teaching in International Business, Tập 21, tr. 248—265.

Phan Thành Hưng (2019), 'Những nhân tố ảnh hưởng tới ý định mua thực phẩm hữu cơ của người tiêu dùng thành thị Việt Nam', Luận án tiến sĩ, Trường đại học Kinh tế Quốc dân.