



Original Article

Factors Attracting International Students to Vietnamese Higher Education Institutions: The Case of Vietnam National University Ho Chi Minh City

Mai Thi Kim Khanh^{1,*}, Chau Huy Ngoc¹,
Hoang Thi Hien Thuong¹, Phaodavanh Hongsouvanh²

¹*University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University Ho Chi Minh City, 10-12 Dinh Tien Hoang, District 1, Ho Chi Minh City, Vietnam*

²*Ministry of Education and Sports of Lao PDR, Lanexang Avenue, Vientiane Capital, Lao PDR*

Received 01st April 2024

Revised 19th August 2024; Accepted 27th August 2024

Abstract: This article investigates factors influencing international students' decisions to study in member institutions of Vietnam National University Ho Chi Minh City (VNU-HCM). Employing qualitative data from interviews conducted with twenty international students from five Asian countries studying in four VNU-HCM's member universities, the findings identify factors that attract the students to Vietnam and their host institutions. The data show that the students were "pulled" to Vietnam by various factors, among which access to scholarships and financial factors such as Vietnam's bright economic prospects or job opportunities play crucial roles. Other than that, political and geographical proximity and fondness for Vietnamese language also have their say in international students' destination choice of Vietnam. Regarding institutional pull factors, the reputation of the institutions in the students' fields of demand is the most important, followed by influences from family, friends, and social media platforms. Against such findings, this article proposes several recommendations for VNU-HCM and its member institutions as well as other higher education institutions in Vietnam to attract more international students in the future.

Keywords: International students, attracting international students, Vietnam National University Ho Chi Minh City.

* Corresponding author.

E-mail address: kimkhanhmai@hcmussh.edu.vn

<https://doi.org/10.25073/2588-1159/vnuer.4918>

Những yếu tố thu hút sinh viên quốc tế đến các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam: trường hợp Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

Mai Thị Kim Khánh^{1,*}, Châu Huy Ngọc¹,
Hoàng Thị Hiền Thương¹, Phaodavanh Hongsouvanh²

¹Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh,
10 - 12 Đinh Tiên Hoàng, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

²Bộ Giáo dục và Thể thao Cộng hoà Dân chủ Nhân dân Lào,
Đại lộ Lanexang, Thủ đô Viên-Chăn, Cộng hoà Dân chủ Nhân dân Lào

Nhận ngày 01 tháng 4 năm 2024

Chỉnh sửa ngày 19 tháng 8 năm 2024; Chấp nhận đăng ngày 27 tháng 8 năm 2024

Tóm tắt: Bài báo này tìm hiểu các yếu tố tác động đến quyết định lựa chọn học tập của sinh viên quốc tế tại các trường đại học thành viên Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh. Trên cơ sở sử dụng phương pháp định tính và dữ liệu từ các cuộc phỏng vấn hai mươi sinh viên quốc tế từ năm quốc gia châu Á đang học tập tại bốn trường thành viên Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, các kết quả nghiên cứu chỉ ra các yếu tố thu hút các sinh viên này đến học tập tại Việt Nam cũng như tại các trường đại học mà mình đang theo học. Dữ liệu cho thấy sinh viên quốc tế được thu hút đến Việt Nam do nhiều yếu tố mà trong đó sự tiếp cận học bổng và triển vọng kinh tế tốt đẹp của Việt Nam có vai trò quan trọng hàng đầu. Bên cạnh đó sự gần gũi về thể chế chính trị và địa lý cũng như tình yêu tiếng Việt cũng có vai trò đáng kể để sinh viên quốc tế quyết định đến học tại Việt Nam. Đối với các yếu tố sức hút của cơ sở đào tạo, danh tiếng của nhà trường trong lĩnh vực mà sinh viên quốc tế mong muốn học tập là yếu tố quan trọng nhất và thứ đến là các tác động từ gia đình, bạn bè và mạng xã hội. Từ kết quả nghiên cứu này, bài báo cũng đã đề xuất một số khuyến nghị cho Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh và các trường thành viên cũng như các cơ sở giáo dục đại học khác trong nước.

Từ khóa: Sinh viên quốc tế, thu hút sinh viên quốc tế, đại học Việt Nam, Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.

1. Mở đầu

Trong vòng chưa đầy 04 tuần từ đầu tháng 11 đến đầu tháng 12 năm 2023, một trường đại học thành viên Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh đã hai lần vinh dự được Bộ Giáo dục và Đào tạo chọn làm địa điểm tổ chức các vòng thi của “Cuộc thi hùng biện cho lưu học sinh nước ngoài năm 2023” gồm Vòng sơ khảo khu vực miền Nam và Vòng chung kết toàn quốc.

Đây là lần đầu tiên một cuộc thi quy mô toàn quốc dành cho sinh viên quốc tế đang học tập tại các cơ sở giáo dục Việt Nam được tổ chức và đã quy tụ các đội thi đến từ 65 cơ sở đào tạo gồm các trường đại học, cao đẳng và các trường dạy tiếng Việt trên cả nước. Tham dự xuyên suốt các vòng thi của cuộc thi còn có đại diện các cơ quan ngoại giao, các tổ chức hữu nghị, đã cho thấy sinh viên quốc tế học tập tại Việt Nam là một đối tượng quan trọng, thông qua đó lan tỏa ngôn ngữ, văn hóa, tình yêu đất nước con người Việt Nam đồng thời xây dựng thêm mối quan hệ hữu nghị giữa Việt Nam và các quốc gia quê hương của họ.

* Tác giả liên hệ.

Địa chỉ email: kimkhanhmai@hcmussh.edu.vn

<https://doi.org/10.25073/2588-1159/vnuer.4918>

Bên cạnh tầm quan trọng trong việc lan tỏa văn hóa, xây dựng và củng cố mối quan hệ hữu nghị giữa các quốc gia, sự quan tâm đối với sinh viên quốc tế ở Việt Nam còn bắt nguồn từ yêu cầu hội nhập quốc tế trong giáo dục, đặc biệt là giáo dục đại học. Nghị quyết số 29-NQ/TW ngày 4/11/2013 Hội nghị Trung ương 8 khóa XI về đổi mới căn bản, toàn diện giáo dục và đào tạo [1] nêu rõ “chủ động, tích cực hội nhập quốc tế để phát triển giáo dục và đào tạo” là một trong những quan điểm chỉ đạo. Nghị quyết cũng đặt ra mục tiêu một số cơ sở giáo dục đại học ngang tầm khu vực và quốc tế và đi cùng là các giải pháp nhằm tăng cường hiệu quả hội nhập quốc tế trong giáo dục. Quyết định số 69/QĐ-TTg ngày 15/01/2019 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án nâng cao chất lượng giáo dục đại học giai đoạn 2019-2025 [2] đặt ra hệ thống các chỉ tiêu cần đạt được, trong các chỉ số liên quan hội nhập quốc tế nổi bật nhất là đến năm 2025 Việt Nam có 2 cơ sở giáo dục đại học được xếp hạng trong nhóm 100 đại học tốt nhất châu Á, 10 trong top 400 châu Á và 4 trong nhóm 1000 đại học tốt nhất thế giới. Như vậy, một trong những khía cạnh quan trọng của hội nhập quốc tế trong giáo dục đại học là việc tham gia và đạt được vị trí cao trong các bảng xếp hạng đại học quốc tế, ít nhất là ở tầm khu vực.

Việc các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam tham gia vào các bảng xếp hạng đại học quốc tế mang lại một cách nhìn mới về sự hiện diện của sinh viên quốc tế, được gọi chính thức là lưu học sinh trong các văn bản quản lý¹ tại các trường đại học ở nước ta hiện nay [3]. Sở dĩ như vậy là vì dù là nhóm người học có số lượng khiêm tốn, nhưng sinh viên quốc tế đóng góp trực tiếp vào chỉ số quốc tế hóa của các cơ sở giáo dục đại học [4]. Trong Báo cáo công tác tác tiếp nhận, đào tạo, quản lý lưu học sinh nước ngoài giai đoạn 2016 - 2021 và phương

hướng thực hiện giai đoạn 2022 - 2030, Bộ Giáo dục và Đào tạo đã khẳng định:

Hoạt động đào tạo lưu học sinh nước ngoài đã chứng minh được là sự cần thiết hơn bao giờ hết cho việc tạo dựng uy tín, xếp hạng chất lượng, hình thành môi trường quốc tế cho các cơ sở giáo dục đại học. Lưu học sinh nước ngoài đã thực sự trở thành nguồn lực quan trọng, có tác động toàn diện và sâu sắc tới sự phát triển và hội nhập quốc tế của giáo dục đại học Việt Nam [5].

Từ sự nhìn nhận như vậy, tại Hội nghị Tổng kết công tác tiếp nhận, đào tạo, quản lý lưu học sinh nước ngoài giai đoạn 2016 - 2021 và phương hướng thực hiện giai đoạn 2022 - 2030, lãnh đạo Bộ Giáo dục và Đào tạo đã đặt ra yêu cầu cần đẩy mạnh công tác thu hút sinh viên quốc tế, nhằm một mặt góp phần vào hội nhập quốc tế trong giáo dục đại học, mặt khác nâng cao tình đoàn kết, hữu nghị giữa Việt Nam và các nước trên thế giới [6].

Như vậy có thể thấy, sự quan tâm đối với sinh viên quốc tế trong các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam từ góc độ chính sách ngày càng tăng, mặc dù vậy, đây vẫn là nhóm khách thể nghiên cứu chưa nhận được nhiều sự quan tâm của giới học thuật. Bài báo này là một nỗ lực nhằm tìm hiểu các yếu tố thu hút sinh viên quốc tế đến học tập tại các trường đại học thành viên Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, từ đó đề xuất một số khuyến nghị nhằm tăng cường sự hiện diện của sinh viên quốc tế tại Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng và các trường đại học Việt Nam nói chung.

2. Tổng quan: mô hình lực đẩy - sức hút và các yếu tố thu hút sinh viên quốc tế đến các quốc gia châu Á và Việt Nam

2.1. Mô hình lực đẩy - sức hút

Mô hình lực đẩy - sức hút (push - pull model), ban đầu được sử dụng trong các nghiên cứu di dân [7, 8], là khung phân tích quan trọng để tìm hiểu các yếu tố tác động đến quyết định ra nước ngoài học tập của sinh viên quốc tế [6, 8]. Mô hình này bao gồm hai nhóm yếu tố, đó là: i) Các yếu tố gọi nên ý định học tập ở

¹ Trong bài báo này chúng tôi sử dụng thuật ngữ “sinh viên quốc tế” thay vì “lưu học sinh” như trong các văn bản quản lý nhằm phản ánh đúng bậc học của nhóm khách thể nghiên cứu cũng như phù hợp với thông lệ nghiên cứu về chủ đề này trên thế giới.

nước ngoài (các yếu tố lực đẩy); và ii) Những yếu tố tác động đến sự lựa chọn điểm đến học tập (các yếu tố sức hút). Mặc dù hai nhóm yếu tố này có thể tồn tại ở cả quốc gia gửi đi lẫn quốc gia điểm đến, thông thường các yếu tố lực đẩy sẽ liên quan nhiều hơn đến quốc gia gửi đi còn các yếu tố sức hút nằm ở các quốc gia điểm đến [8, 9]. Vì vậy mà để xác định được các yếu tố lựa chọn điểm đến của sinh viên quốc tế, các yếu tố sức hút cần được đặc biệt quan tâm. Trên cơ sở nghiên cứu sinh viên quốc tế học tập ở các quốc gia phát triển phương Tây như Mỹ, Anh, Australia,... một số tác giả (McMahon, 1992 [8]; Mazzarol và Soutar, 2002 [7]; de Wit, 2008 [9],...) đã khái quát các yếu tố thu hút sinh viên quốc tế đến các quốc gia này. Trong đó, công trình của Mazzarol và Soutar (2002) [9] mang tính khái quát hóa cao với các lập luận đúc kết từ các cuộc nghiên cứu kéo dài 04 năm tại 04 quốc gia khác nhau.

Đối với nhóm yếu tố sức hút, Mazzarol & Soutar (2002) [9] đã chia làm hai nhóm nhỏ: sức hút của quốc gia điểm đến và sức hút của cơ sở đào tạo. Một quốc gia thu hút sinh viên quốc tế thông qua mức độ hiểu biết của người học về đất nước đó, nói cách khác là danh tiếng của nền giáo dục, bằng cấp được công nhận ở quê hương của người học và có tên tuổi trên trường quốc tế, sau đó là gợi ý từ bạn bè và người thân cũng góp phần tạo nên sức hút của một điểm đến do sức mạnh của yếu tố “truyền miệng” (Word-of-Mouth), đặc biệt là khi người thân hay gia đình của người học đã từng học tập hay sinh sống ở đó. Chi phí cũng là một yếu tố thu hút sinh viên quốc tế, bên cạnh chi phí tài chính, những lợi thế về chi phí xã hội như tỷ lệ tội phạm thấp, xã hội an toàn là những lợi thế đáng kể thu hút sinh viên quốc tế. Bên cạnh đó sự hiện diện của cộng đồng sinh viên quốc tế cùng quốc tịch cũng được xem là một lợi thế về chi phí, từ đó cho thấy nếu một quốc gia thành công trong việc thu hút một lượng sinh viên quốc tế từ một quốc gia cụ thể, thì sẽ có khả năng thu hút thêm sinh viên quốc tế từ quốc gia đó trong tương lai. Các yếu tố sức hút ít quan trọng hơn là môi trường tự nhiên, khoảng cách địa lý và kết nối xã hội. Các kết quả nghiên cứu cho thấy, mặc dù không có tác động rõ rệt

nhưng khí hậu dễ chịu cũng là một lợi thế thu hút sinh viên quốc tế. Khoảng cách địa lý lại có tác động khác nhau lên những nhóm sinh viên quốc tế khác nhau với một mức độ tương đối. Yếu tố liên kết xã hội như việc có người thân hay bạn bè đang sinh sống tại quốc gia đến có tác động quan trọng hơn đến quyết định lựa chọn điểm đến của sinh viên khi quyết định học tập ở nước ngoài so với 2 yếu tố được đề cập trước đó. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự thu hút của một cơ sở giáo dục đại học đối với sinh viên quốc tế được Mazzarol & Soutar (2002) [9] xếp theo thứ tự quan trọng lần lượt là: bằng cấp sau khi tốt nghiệp được nhà tuyển dụng công nhận và đánh giá cao, danh tiếng chất lượng cơ sở đào tạo, chất lượng giảng viên, mạng lưới cựu sinh viên; và số lượng sinh viên quốc tế đang theo học tại trường.

2.2. Các yếu tố thu hút sinh viên quốc tế đến các quốc gia châu Á

Mặc dù các quốc gia phương Tây, đặc biệt là các nước nói tiếng Anh bao gồm, Mỹ, Anh, và Australia vẫn là các điểm đến phổ biến của sinh viên quốc tế, tuy nhiên trong hơn 20 năm trở lại đây, châu Á dần nổi lên như là khu vực hấp dẫn thu hút sinh viên quốc tế thể hiện qua số lượng sinh viên quốc tế gia tăng ở các điểm đến quan trọng. Đúc kết từ các công trình nghiên cứu về sinh viên quốc tế ở Trung Quốc, Hàn Quốc và Đài Loan, Mai Thị Kim Khánh và Châu Huy Ngọc (2021) [12] đã khái quát các yếu tố thu hút sinh viên quốc tế đến các quốc gia châu Á, bao gồm: i) Mong muốn học tập ngôn ngữ; ii) Giao lưu văn hóa; iii) Triển vọng phát triển kinh tế của quốc gia điểm đến; iv) Cơ hội học bổng; và v) Danh tiếng học thuật của các cơ sở giáo dục đại học đầu ngành. Các công trình nghiên cứu khác về sinh viên quốc tế ở Singapore, Malaysia [13] và Thái Lan [14] nhấn mạnh đến sự tương đồng văn hóa, môi trường học tập cởi mở, chi phí học tập hợp lý và mạng lưới quan hệ cá nhân cũng là những yếu tố thu hút sinh viên quốc tế đến các quốc gia châu Á. Ở mức độ vi mô hơn, mong muốn ra nước ngoài học tập [13], có thể là để trải nghiệm một môi trường sống hoàn toàn mới mẻ [15], thúc

đẩy sinh viên quốc tế lựa chọn bất kỳ điểm đến nào mà họ có đủ điều kiện để “đi”.

2.3. Các yếu tố thu hút sinh viên quốc tế đến Việt Nam

Trong những năm gần đây, các yếu tố thu hút sinh viên quốc tế lựa chọn học tập tại các cơ sở giáo dục đại học ở Việt Nam cũng đang dần trở thành một chủ đề nghiên cứu được quan tâm. Một số công trình tiêu biểu có thể kể đến là các nghiên cứu của Phạm Hùng Hiệp và cộng sự (2021) [16], Phan Le Ha và cộng sự (2022) [17] và Mai Thi Kim Khanh và Chau Huy Ngoc (2023) [18]. Các công trình này phần nào cho thấy sự tương đồng giữa Việt Nam và các điểm đến châu Á khác về tầm quan trọng của học bổng [16], cũng như các yếu tố danh tiếng của chương trình đào tạo, nền kinh tế đang phát triển của quốc gia điểm đến và cùng với nó là triển vọng việc làm sau tốt nghiệp, mong muốn trải nghiệm văn hóa và học ngôn ngữ [18] như những yếu tố thu hút sinh viên quốc tế. Mặc dù các nghiên cứu này đã phần nào làm sáng tỏ các yếu tố thu hút sinh viên quốc tế đến Việt Nam cũng như ở một chừng mực nào đó đến một cơ sở giáo dục đại học cụ thể, tuy nhiên Phạm Hùng Hiệp và cộng sự (2021) [16] sử dụng dữ liệu thu thập từ xa từ 50 cơ sở giáo dục đại học trên cả nước còn Mai Thi Kim Khanh và Chau Huy Ngoc (2023) [18] chỉ thảo luận trường hợp một cơ sở giáo dục đại học cụ thể. Nói cách khác, một bài báo tìm hiểu các yếu tố thu hút sinh viên quốc tế của nhiều trường đại học thành viên của một hệ thống như Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh là cần thiết vừa thể hiện tính đa dạng vừa có sự cụ thể cần thiết để từ đó đưa ra những khuyến nghị ở phạm vi có thể triển khai trong thực tế.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài báo này sử dụng dữ liệu phỏng vấn bán cấu trúc được thực hiện trong năm 2020 và năm 2023 tại 04 trường đại học thành viên Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh là trường đại học A (đại học A), B (đại học B), C (đại học C) và D (đại học D). Các trường đều có thể mạnh trong các lĩnh vực khác nhau bao gồm khoa học

tự nhiên, khoa học xã hội và nhân văn, khoa học kỹ thuật và công nghệ nông nghiệp,... Các ngành học của sinh viên quốc tế trong nghiên cứu này cũng là những ngành có danh tiếng của từng trường.

Tổng số sinh viên quốc tế được phỏng vấn là 20, trong đó có 06 sinh viên quốc tế quốc tịch Campuchia, 07 quốc tịch Lào, 05 quốc tịch Hàn Quốc, 01 quốc tịch Thái Lan và 01 quốc tịch Philippines. Trong đó, có 16 sinh viên quốc tế theo học các chương trình đào tạo sử dụng tiếng Việt, 04 sinh viên quốc tế được đào tạo bằng tiếng Anh. Toàn bộ các sinh viên quốc tịch Campuchia và Lào (13) nhận được hỗ trợ tài chính ở các mức độ khác nhau, cụ thể là 10 sinh viên Campuchia và Lào học các chương trình đào tạo sử dụng tiếng Việt nhận được học bổng miễn học phí và hỗ trợ sinh hoạt phí từ nguồn ngân sách Nhà nước hoặc từ các địa phương, bộ ngành. Trong khi đó, sinh viên Campuchia và Lào học các chương trình giảng dạy bằng tiếng Anh được tài trợ một phần học phí do cơ sở đào tạo cấp. Sinh viên từ các quốc gia khác ngoài Campuchia và Lào trong nghiên cứu này tự túc chi phí đào tạo. Dung lượng mẫu như vậy đáp ứng được ngưỡng bão hòa do Guest và các cộng sự (2006) [19] đề xuất là 12, đồng thời phản ánh phần nào tỉ lệ đa số của sinh viên quốc tế từ Campuchia và Lào trong tổng thể sinh viên quốc tế tại Việt Nam [5] cũng như bao quát các nhóm sinh viên quốc tế có học bổng lẫn tự túc cũng như đào tạo bằng tiếng Việt lẫn tiếng Anh.

Do sinh viên quốc tế là nhóm người học đặc thù, vì vậy quá trình chọn mẫu chủ đích là phù hợp. Các yêu cầu đặt ra là sinh viên quốc tế chấp thuận tham gia nghiên cứu, riêng đối với các sinh viên học chương trình tiếng Việt cần có khả năng giao tiếp tốt bằng tiếng Việt. Các cuộc phỏng vấn được thực hiện bằng tiếng Việt đối với các sinh viên quốc tế học các chương trình đào tạo sử dụng tiếng Việt như ngôn ngữ giảng dạy. Trong trường hợp các sinh viên quốc tế học chương trình tiếng Anh, tiếng Anh được sử dụng làm ngôn ngữ phỏng vấn. Các cuộc phỏng vấn kéo dài từ 45 - 65 phút và được ghi âm với sự đồng thuận của thông tin viên. Dữ liệu thông tin viên được trình bày trong bảng sau đây:

Bảng 1. Dữ liệu thông tin viên tham gia nghiên cứu

STT	Mã số	Giới tính	Quốc tịch	Cơ sở đào tạo	Chuyên ngành	Ngôn ngữ đào tạo	Nguồn tài chính
01	A_01	Nữ	Hàn Quốc	Đại học A	Việt Nam học	Tiếng Việt	Tự túc
02	A_02	Nam	Hàn Quốc	Đại học A	Việt Nam học	Tiếng Việt	Tự túc
03	A_03	Nam	Hàn Quốc	Đại học A	Việt Nam học	Tiếng Việt	Tự túc
04	A_04	Nam	Thái Lan	Đại học A	Việt Nam học	Tiếng Việt	Tự túc
05	A_05	Nam	Hàn Quốc	Đại học A	Việt Nam học	Tiếng Việt	Tự túc
06	A_06	Nam	Hàn Quốc	Đại học A	Việt Nam học	Tiếng Việt	Tự túc
07	A_07	Nữ	Lào	Đại học A	Quan hệ quốc tế	Tiếng Việt	Học bổng
08	A_08	Nam	Lào	Đại học A	Quan hệ quốc tế	Tiếng Việt	Học bổng
09	B_01	Nam	Campuchia	Đại học B	Công nghệ thực phẩm	Tiếng Việt	Học bổng
10	B_02	Nam	Campuchia	Đại học B	Bảo vệ thực vật	Tiếng Việt	Học bổng
11	B_03	Nam	Campuchia	Đại học B	Công nghệ thực phẩm	Tiếng Việt	Học bổng
12	B_04	Nam	Lào	Đại học B	Kinh tế quốc tế	Tiếng Việt	Học bổng
13	B_05	Nữ	Campuchia	Đại học B	Công nghệ thực phẩm	Tiếng Việt	Học bổng
14	B_06	Nữ	Campuchia	Đại học B	Công nghệ thực phẩm	Tiếng Việt	Học bổng
15	C_01	Nam	Campuchia	Đại học C	Kỹ thuật xây dựng công trình giao thông	Tiếng Việt	Học bổng
16	C_02	Nữ	Lào	Đại học C	Công nghệ hóa học	Tiếng Anh	50% học phí
17	C_03	Nữ	Lào	Đại học C	Quản lý công nghiệp	Tiếng Anh	75% học phí
18	C_04	Nữ	Lào	Đại học C	Quản lý công nghiệp	Tiếng Anh	75% học phí
19	C_05	Nữ	Phillipines	Đại học C	Quản lý công nghiệp	Tiếng Anh	Tự túc
20	D_01	Nam	Lào	Đại học D	Công nghệ thông tin	Tiếng Việt	Học bổng

Các cuộc phỏng vấn sau đó được gỡ băng và dữ liệu được mã hóa để phân tích theo gợi ý của Tracy (2020) [20, tr. 208-235] với các bước mã hóa sơ cấp và thứ cấp. Dữ liệu được phân tích trên cơ sở thảo luận với các công trình nghiên cứu về dòng chuyển dịch sinh viên quốc

tế đến châu Á nói chung và Việt Nam nói riêng để từ đó có những đúc kết và khuyến nghị cần thiết nhằm thu hút sinh viên quốc tế đến các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam trong đó có các trường thành viên Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Các yếu tố thu hút sinh viên quốc tế đến Việt Nam

Học bổng

Đối với các sinh viên quốc tế được tài trợ học bổng toàn phần bao gồm học phí và sinh hoạt phí thì học bổng chính là yếu tố sức hút hàng đầu khiến họ quyết định lựa chọn Việt Nam làm điểm đến học tập. Yếu tố này được toàn bộ các sinh viên quốc tế thuộc diện được nhận học bổng toàn phần nhắc đến nhiều lần trong quá trình phỏng vấn như một cơ hội giảm nhẹ gánh nặng chi phí giáo dục đại học như một thông tin viên đã chia sẻ rất thật tình rằng "... điều [khiến lựa chọn đến Việt Nam] thứ nhất là học bổng tại vì có học bổng thì mình không phải sử dụng nhiều tiền" (B_03).

Mức học bổng cũng là yếu tố sinh viên quốc tế cân nhắc lựa chọn những điểm đến khác nhau như trường hợp của thông tin viên C-01. Khi học hết năm nhất tại trường đại học tốt nhất Campuchia với học bổng 50% học phí, sinh viên C_03 nhận thấy mình ngành mình học không phù hợp và muốn có một sự thay đổi và quyết định nộp đơn ứng tuyển nhiều học bổng khác nhau để tìm kiếm cơ hội ra nước ngoài học tập. Anh đã nộp hồ sơ ứng tuyển để học tập tại Việt Nam và hai quốc gia Đông Nam Á khác là Singapore và Thái Lan. Cuối cùng thông tin viên C-01 đã lựa chọn đến Việt Nam học tập khi nhận được học bổng toàn phần bao gồm học phí và sinh hoạt phí, trong khi đó học bổng mà sinh viên quốc tế C-01 nhận được từ hai quốc gia còn lại chỉ trả một phần học phí và không có sinh hoạt phí. Sinh viên C-01 cũng rất thẳng thắn chia sẻ rằng: "em nghĩ khi đi nước ngoài thì sẽ đi theo diện học bổng, em không muốn phải nộp tiền để đi học".

Ngay cả đối với các sinh viên quốc tế chỉ nhận được học bổng một phần thì việc được tài trợ phần nào học phí cũng góp phần vào quyết định đến Việt Nam học tập. Hai thông tin viên C-02 và C-03 nhận được học bổng 75% học phí của chương trình đào tạo hệ chất lượng cao giảng dạy bằng tiếng Anh và nhà trường đặt ra thời hạn để ứng viên xác nhận nhập học. Với áp lực thời gian và các cân nhắc khác, hai sinh

viên quốc tế này đã quyết định chấp nhận thư mời nhập học đại trường đại học C thay vì chờ đợi thi đại học ở quê nhà hay ứng tuyển vào một chương trình học bổng khác.

Các yếu tố kinh tế

Nếu yếu tố học bổng là nổi bật nhất đối với các sinh viên quốc tế nhận được hỗ trợ tài chính từ các tổ chức hay cơ sở giáo dục đại học thì các cân nhắc về kinh tế là những yếu tố sức hút quan trọng chung đối với gần như toàn bộ các sinh viên quốc tế tham gia nghiên cứu. Thành tựu phát triển kinh tế của Việt Nam trong những thập kỷ qua là yếu tố đầu tiên để sinh viên quốc tế cân nhắc trong quá trình lựa chọn điểm đến học tập. Thông tin viên A-06 đã đưa ra nhận định: "Việt Nam là một đất nước mà tương lai rất là sáng sủa, ở Việt Nam thì em nghĩ là chắc sẽ có một [...ngập ngừng...] sự phát triển rất là lớn trong cuộc sống của mình". Thông tin viên C-05, sinh viên quốc tế người Philippines, cũng đồng tình với quan điểm trên khi khẳng định tương lai kinh tế tươi sáng của Việt Nam mang lại nhiều cơ hội phát triển và là yếu tố thu hút người nước ngoài đến định cư và học tập tại các trường đại học đặc biệt là các trường có các chương trình giảng dạy bằng tiếng Anh.

Không chỉ có tăng trưởng kinh tế mà mức độ các nước đầu tư vào Việt Nam cũng như sự đầu tư của Việt Nam ra bên ngoài cũng là các yếu tố kinh tế đóng góp và sự thu hút của Việt Nam như một điểm đến của sinh viên quốc tế. Hàn Quốc là nhà đầu tư nước ngoài hàng đầu vào Việt Nam trong nhiều năm liên tiếp với tổng số vốn FDI đạt 80 tỷ USD tính đến hết năm 2022 với hơn 9000 doanh nghiệp hoạt động [19]. Với mối quan hệ kinh tế phát triển mạnh mẽ như vậy, nhu cầu về năng lực ngôn ngữ tiếng Việt và sự hiểu biết văn hóa Việt Nam cũng tăng lên dẫn đến nhu cầu học tập tiếng Việt của người Hàn Quốc [20]. Một thông tin viên là sinh viên người Hàn Quốc chia sẻ quan điểm này như sau: "Ở Việt Nam hiện nay có nhiều công ty lớn, tập đoàn Samsung. Nếu kỹ năng tiếng Việt, tiếng Anh cao thì rất dễ kiếm việc trong công ty đó" (A-05). Thông tin viên A-06 cũng cho biết khi gia đình có ý định mở rộng kinh doanh sang Việt Nam thì mình

cũng đến Việt Nam và học tiếng Việt để hỗ trợ công việc gia đình.

Ngược lại, sự đầu tư của các doanh nghiệp Việt Nam sang các quốc gia lân cận cũng đặt ra nhu cầu nguồn nhân lực ở quốc gia tiếp nhận đầu tư có năng lực ngôn ngữ và chuyên môn kỹ thuật đáp ứng yêu cầu của nhà tuyển dụng, từ đó tăng cơ hội việc làm cho sinh viên quốc tế tốt nghiệp từ các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam. Yếu tố này đã góp phần thu hút sinh viên quốc tế đặc biệt là sinh viên quốc tế Campuchia và Lào, hai quốc gia láng giềng có các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư, như một thông tin viên đã cho biết:

Có hai anh [cựu sinh viên] học công nghệ thực phẩm, giờ anh ấy đang ở Công ty sữa V,... Anh ấy làm ở kho,... quản lý người ta,... Nếu mà ngành mình học không có việc làm, mình [có thể],... dịch [tiếng Việt] cho người ta vậy đó (B-01).

Như vậy có thể thấy triển vọng phát triển kinh tế của Việt Nam cũng như hoạt động đầu tư từ nước ngoài vào Việt Nam cũng như từ Việt Nam ra nước ngoài có những tác động tích cực tạo sức hút để sinh viên quốc tế đến học tập ở các cơ sở giáo dục đại học trong nước.

Sự gần gũi về địa lý và thể chế chính trị

Sự gần gũi về khoảng cách địa lý và quan hệ ngoại giao mật thiết giữa quốc gia điếm đến và quốc gia quê nhà cũng là những yếu tố thu hút sinh viên quốc tế đến Việt Nam. Một số sinh viên quốc tế được phỏng vấn cho biết ngoài Việt Nam, họ cũng đã có những cân nhắc khác trước khi quyết định lựa chọn điếm đến học tập. Trong quá trình cân nhắc, sự gần gũi về mặt địa lý là một yếu tố tác động đến quyết định cuối cùng, một phần rất lớn vì không muốn ở quá xa gia đình như một thông tin viên đã chia sẻ: “Lúc đó em có hai lựa chọn, một là đi Trung Quốc, một nữa là đi Việt Nam,... Em chọn qua Việt Nam,... tại [vì] Việt Nam gần nhà của mình hơn Trung Quốc” (B-01). Một sinh viên quốc tế quốc tịch Campuchia khác đã nhận được học bổng để sang Việt Nam học tập khi biết được mình được chỉ định học ở Hà Nội đã cùng 08 sinh viên quốc tế khác cùng đợt học bổng với mình kiến nghị được chuyển vào đại

học C ở Thành phố Hồ Chí Minh để có thể “về nhà gần mà không đi máy bay” (C-01).

Không chỉ gần gũi về địa lý mà sự tương đồng thể chế chính trị cũng tác động đến lựa chọn của sinh viên quốc tế. Thông tin viên D-01, sinh viên quốc tịch Lào, khi xem xét lựa chọn giữa Việt Nam và Thái Lan đã quyết định sang Việt Nam vì: “Khi đó có các trường từ các nước khác [sang Lào tuyển sinh] nữa,... Thái Lan thì chính trị khác bên Lào nên em không đi, em chọn Việt Nam [vì] hệ thống chính trị giống Lào”.

Tiếng Việt

Sự sôi nổi của “Cuộc thi hùng biện tiếng Việt cho lưu học sinh nước ngoài năm 2023” do Bộ Giáo dục và Đào tạo tổ chức đã cho thấy phần nào niềm yêu thích của sinh viên quốc tế đối với tiếng Việt. Sinh viên quốc tế được phỏng vấn trong nghiên cứu này cũng cho thấy tự thân tình yêu đối với tiếng Việt cũng là một yếu tố thu hút họ quyết định học tập tại Việt Nam. Tình yêu đối với tiếng Việt có thể nảy sinh từ quá trình trưởng thành trong môi trường có tương tác đa ngôn ngữ giữa tiếng mẹ đẻ và tiếng Việt như trường hợp thông tin viên B-01, sinh viên quốc tịch Campuchia sống gần biên giới Việt Nam - Campuchia:

Từ nhỏ em quyết định em muốn học tiếng Việt,... Tại nhà của em gần cửa khẩu, đi mua đồ người ta nói nhà gần cửa khẩu sao không nói được tiếng Việt, dở thế,... Em chọn đến Việt Nam. Khi đến đây (đại học B), em biết là lựa chọn của mình đúng rồi. Em nói được tiếng Việt dài hơn. Em về nhà, cha mẹ nói là ua con biết tiếng Việt, [cha mẹ] rất vui mừng (B-01).

Tình yêu tiếng Việt cũng có thể đến từ những động cơ không thể lý giải được như trường hợp thông tin viên A-04, sinh viên quốc tịch Thái Lan, đã tự mày mò đến Việt Nam học tiếng Việt để rồi tiếp đó là hoàn thành xuất sắc chương trình Cử nhân Việt Nam học. Khi được hỏi vì sao đến Việt Nam học tập, câu trả lời mà chúng tôi nhận được là:

Em đến Việt Nam chỉ để học tiếng Việt. Em được nghe tiếng Việt lần đầu hồi em 6, 7 tuổi gì đó. Lúc đó em không biết đó là tiếng Việt đâu. Em hỏi mẹ đó là tiếng gì? Mẹ em mới nói đó là tiếng Việt. Sau đó em mới tò mò sao tiếng Việt

nó nghe lạ. Em lầy lằm lạ vì lúc đó dù em nghe [tiếng Việt] rất lạ tai nhưng càng nghe em lại càng thích (A-04).

Bên cạnh tình yêu đối với tiếng Việt, sự nhìn nhận của sinh viên quốc tế về độ khó của tiếng Việt so với một số ngôn ngữ khác cũng tác động đến sự lựa chọn Việt Nam. Thông tin viên B-02 khi lựa chọn giữa các quốc gia điểm đến bao gồm Việt Nam và Trung Quốc đã quyết định ứng tuyển học bổng để sang học ở Việt Nam vì học tiếng Việt sẽ ít thách thức hơn tiếng Trung.

4.2. Các yếu tố chọn cơ sở đào tạo

Bên cạnh các yếu tố thu hút mang tính chất bao quát thu hút sinh viên quốc tế quyết định lựa chọn Việt Nam là quốc gia điểm đến, những yếu tố cụ thể hơn liên quan đến cơ sở đào tạo cũng có vai trò thu hút sinh viên quốc tế.

Danh tiếng nhà trường trong ngành đào tạo mong muốn.

Đại học A là đơn vị đào tạo hàng đầu đào tạo ngành Việt Nam học ở khu vực phía Nam với uy tín đã được khẳng định và được các doanh nghiệp có nhu cầu nhân lực người nước ngoài biết tiếng Việt tin tưởng vào chất lượng đào tạo. Đây cũng chính là yếu tố thu hút sinh viên quốc tế đến học tập tại trường với mong muốn nâng cao cơ hội việc làm sau khi tốt nghiệp. Các thông tin viên đã chia sẻ cụ thể rằng: “[học đại học A] là ưu điểm để vào được công ty Hàn Quốc” (A-01) hay “với bằng tốt nghiệp đại học A thì ở Việt Nam dễ kiếm việc...khó kiếm việc thì em về Hàn Quốc để dạy tiếng Việt” (A-05). Danh tiếng đào tạo của đại học A cũng đã vượt ra ngoài biên giới khi một thông tin viên chia sẻ:

Lúc đầu thì không biết trường đại học A, sau khi tìm hiểu thì em thấy trường này nổi tiếng thì em học,... [Em] tìm hiểu qua mạng của Hàn Quốc,... Bên Hàn Quốc thì đại học A rất là nổi tiếng (A-02).

Đại học B là cơ sở giáo dục đại học với thế mạnh đào tạo và nghiên cứu các ngành trong lĩnh vực nông nghiệp cũng là điểm đến mong muốn của sinh viên quốc tế từ quốc gia thiếu hụt nhân lực nông nghiệp chất lượng cao như Campuchia. Các sinh viên quốc tế tham gia phỏng vấn đang học tập ở đại học B cũng nhận

thức được danh tiếng đào tạo trong lĩnh vực nông nghiệp của trường như chia sẻ của một thông tin viên như sau:

Bên Cam[puchia] ít người biết [nông nghiệp]. Không biết vì sao mà người ta không thích học nông nghiệp,... Em cũng không biết thông tin đó đúng hay sai nhưng [em] biết là đại học B là đại học có ngành nông nghiệp tốt nhất ở phía nam [Việt Nam]. Như vậy nếu em muốn học nông nghiệp [ở đây] em không cần đi xa. (B-01).

Các công tin viên cũng thể hiện sự tự tin rằng những kiến thức và kỹ năng học được từ chương trình đào tạo của đại học B có thể giúp họ đạt được những mục tiêu nghề nghiệp tương lai: “Em có thể đi làm, tích lũy kiến thức thêm rồi mình có thể mở cửa hàng bán thuốc [bảo vệ thực vật] hoặc là phân bón” (B_02).

Khi được hỏi vì sao quyết định ứng tuyển và nhập học ở đại học C, thông tin viên C_05 cho biết mình mong muốn học chuyên ngành liên quan đến quản lý kinh doanh vì lĩnh vực này có tính linh hoạt cao có thể đáp ứng được yêu cầu công việc của nhiều doanh nghiệp. Chính vì vậy, sau khi nghiên cứu và tìm hiểu thông tin, cô đã quyết định nộp đơn vào chương trình Quản lý công nghiệp hệ đào tạo bằng tiếng Anh ở đại học C vì đây là ngành gần nhất với chuyên ngành mà mình mong muốn và đại học C là đơn vị đào tạo “quá nổi tiếng” (nguyên văn) trong ngành này. Danh tiếng nhà trường như là một trong những cơ sở giáo dục đại học hàng đầu ở phía Nam cũng được các sinh viên quốc tế khác ở đại học C ghi nhận và xác định là yếu tố góp phần vào quyết định học tập như thông tin viên C-03 và C-04 đã cùng cho rằng “đại học C quá nổi tiếng nên khi nhận được thông tin là có học bổng là quyết định đi ngay.”

Như vậy có thể thấy danh tiếng của các trường thành viên Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh trong các lĩnh vực thế mạnh riêng của từng trường đã có sức hút nhất định thu hút sinh viên quốc tế từ các quốc gia khác nhau đến học tập. Trong một số trường hợp, chính danh tiếng đào tạo của cơ sở giáo dục đại học trong lĩnh vực mình có thế mạnh mới là yếu tố thu hút có tính quyết định đến lựa chọn điểm đến học tập của sinh viên quốc tế.

Bảng 2. Thông tin viên và các yếu tố tác động đến lựa chọn học tập tại các trường thành viên Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

	Học bổng	Các yếu tố kinh tế	Sự gần gũi địa lý và chính trị	Tiếng Việt	Danh tiếng cơ sở đào tạo	Mạng xã hội/Người thân giới thiệu
A_01		✓			✓	
A_02		✓			✓	✓
A_03		✓				✓
A_04				✓		
A_05		✓			✓	
A_06		✓				
A_07	✓					
A_08	✓					
B_01	✓	✓	✓	✓	✓	✓
B_02	✓	✓		✓	✓	✓
B_03	✓	✓		✓	✓	✓
B_04	✓				✓	
B_05	✓				✓	
B_06	✓				✓	
C_01	✓		✓		✓	
C_02	✓		✓			✓
C_03	✓				✓	✓
C_04	✓				✓	✓
C_05	✓	✓			✓	✓
D_01	✓		✓			

Mạng xã hội/Người thân giới thiệu.

Tác động của các nguồn thông tin từ người thân và mạng xã hội cũng là một phát hiện khác mà chúng tôi cho là thú vị trong nghiên cứu này. Đơn cử như một số thông tin viên ở đại học A đã cho biết họ quyết định theo học tại trường vì trong gia đình đã có người thân tốt nghiệp từ đây, hoặc các sinh viên quốc tế đang học tập tại đại học B cũng đã tìm hiểu thông tin và được khuyến khích bởi các cựu sinh viên quốc tế đã tốt nghiệp từ cơ sở giáo dục đại học này và đã về nước.

Tuy nhiên thú vị nhất là trường hợp các sinh viên quốc tế học chương trình đào tạo

giảng dạy bằng tiếng Anh tại đại học C. Thông tin viên C-03 và C-04 cho biết trong quá trình tìm hiểu thông tin các trường đại học ở Việt Nam, họ đã xem trang facebook của một sinh viên quốc tế quốc tịch Lào khi đó đang học tại đại học C. Trên trang facebook này đăng tải các đoạn ghi hình ngắn giới thiệu về đại học C cũng như chương trình đào tạo giảng dạy bằng tiếng Anh với phong cách sôi nổi và các thông tin rõ ràng và dễ hiểu. Qua các clip này hai thông tin viên C-03 và C-04 có được các thông tin về trường cũng như cách thức nộp các hồ sơ cần thiết. Chính vì vậy mà họ đã mạnh dạn quyết định nộp hồ sơ vào đại học C. Thông tin viên C-03 lại là chị họ của thông tin viên C-02, vì

vậy mà sau khi nhập học 02 năm ở đại học C cũng đã khuyến khích thông tin viên C-02 nộp hồ sơ vào trường mình đang học và cũng tiếp tục sử dụng các bài đăng facebook mình đã xem để hướng dẫn. Đối với thông tin viên C-05, thông tin đầu tiên về trường đại học C đến từ một người bạn Việt Nam có mối quan hệ thân thiết với bạn thời trung học của C-05. Người bạn Việt Nam khi đó đang là sinh viên hệ chuẩn của chương trình đào tạo mà C-05 theo học đã giới thiệu các thông tin về chương trình đào tạo cũng như danh tiếng của đại học C. Đây là những thông tin đầu tiên rất quan trọng để thông tin viên C-05 quyết định nộp hồ sơ học

tập cùng chương trình đào tạo nhưng là hệ giảng dạy bằng tiếng Anh tại đây.

5. Kết luận và đề xuất

Những kết quả nghiên cứu trình bày trong bài báo này cho thấy Việt Nam nói chung và cụ thể là các trường thành viên Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh là điểm đến với các tiềm năng thu hút sinh viên quốc tế đặc biệt là từ các quốc gia trong khu vực châu Á. Các yếu tố thu hút sinh viên quốc tế trình bày trong nghiên cứu này chia sẻ sự tương đồng với các yếu tố đã được chỉ ra trong các nghiên cứu đã thực hiện ở các quốc gia châu Á trong đó có Việt Nam.

Bảng 3. Các yếu tố thu hút sinh viên quốc tế và khuyến nghị

Yếu tố thu hút	Khuyến nghị
<i>Các yếu tố thu hút sinh viên quốc tế đến Việt Nam</i>	
Học bổng	Tiếp tục gia tăng số lượng học bổng nhằm thu hút sinh viên quốc tế.
Các yếu tố kinh tế	
Sự gần gũi địa lý và chính trị	Chủ động tiếp cận sinh viên quốc tế từ các các quốc gia có quan hệ đối tác giáo dục.
Tiếng Việt	Phát huy thế mạnh đào tạo tiếng Việt và Việt Nam học nhằm thu hút sinh viên quốc tế ngắn hạn, hướng đến lồng ghép vào các chương trình đào tạo giảng dạy bằng tiếng Anh.
<i>Các yếu tố thu hút sinh viên quốc tế lựa chọn cơ sở đào tạo</i>	
Danh tiếng của cơ sở đào tạo trong lĩnh vực sinh viên mong muốn học tập	Xác định thế mạnh trong các chuyên ngành cụ thể có nhu cầu cao, hướng đến thiết kế các chương trình đào tạo liên ngành, liên trường trong hệ thống Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
Mạng xã hội/Người thân giới thiệu	Sử dụng hiệu quả truyền thông mạng xã hội và xây dựng mối quan hệ tốt đẹp với cựu người học.

Cụ thể, đối với các yếu tố thu hút ở phạm vi quốc gia thì cơ hội học bổng là yếu tố có vai trò quan trọng hàng đầu bên cạnh các yếu tố kinh tế, sự gần gũi về địa lý và thể chế, và mong muốn học tập ngôn ngữ tiếng Việt. Ở cấp cơ sở đào tạo thì danh tiếng của nhà trường trong ngành đào tạo mong muốn và tác động của mạng xã hội/người thân là hai yếu tố thu hút sinh viên quốc tế đã được dữ liệu trong bài báo này chỉ ra. Trong đó, yếu tố mạng xã hội là một phát hiện quan trọng.

Từ các kết quả nghiên cứu như trên, các tác giả kiến nghị các đề xuất nhằm tăng cường sự hiện diện của sinh viên quốc tế trong các trường

đại học thành viên Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng và các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam nói chung như sau:

Thứ nhất, trong bối cảnh các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam vẫn chưa thực sự đạt được danh tiếng ở phạm vi toàn cầu để hình thành sức hút tự nhiên đối với sinh viên quốc tế, gia tăng học bổng là một biện pháp hữu hiệu để tăng cường số lượng sinh viên quốc tế trong ngắn hạn. Các kinh nghiệm quốc tế có thể tham khảo là các đề án đại học đẳng cấp thế giới của các quốc gia/vùng lãnh thổ như Trung Quốc, Hàn Quốc và Đài Loan với các chỉ tiêu tăng cường số lượng sinh viên quốc tế trong đó tăng

số lượng học bổng là các giải pháp ưu tiên. Kết quả nghiên cứu trong bài báo này cũng cho thấy các học bổng dù là toàn phần hay bán phần đều có ảnh hưởng đáng kể đến quyết định đến Việt Nam học tập của sinh viên quốc tế. Các cơ sở giáo dục đại học có thể trước tiên tích cực tiếp nhận sinh viên quốc tế đến từ các quốc gia mà Việt Nam có quan hệ đối tác giáo dục theo diện Hiệp định hay các thỏa thuận hợp tác. Tiếp đó có thể xây dựng các gói tài trợ một phần cho sinh viên quốc tế thuộc các quốc gia khác như trường hợp đại học C đã làm, để có thể thu hút sinh viên quốc tế thuộc nhóm tự túc kinh phí.

Thứ hai, trong khi tiếp tục đẩy mạnh xây dựng các chương trình đào tạo giảng dạy bằng tiếng Anh để thu hút sinh viên quốc tế như đại học C, cần phát huy thế mạnh đào tạo tiếng Việt và Việt Nam học. Đối tượng đào tạo không chỉ nhắm đến người học các chương trình học tiếng ngắn hạn hay Việt Nam học chính quy mà trọng tâm cần nhắm đến sinh viên quốc tế ngắn hạn (trao đổi theo thỏa thuận hợp tác) đến học tập từ 01 học kỳ trở lên. Đây là nhóm sinh viên quốc tế chưa được quan tâm và thu hút hiệu quả. Để làm được điều này cần trước hết nhắm đến mở rộng quan hệ trao đổi sinh viên quốc tế đến các cơ sở giáo dục đại học có đào tạo tiếng Việt, Việt Nam học, châu Á học,... Trong trường hợp các chương trình giảng dạy bằng tiếng Anh đã đủ sức đào tạo các môn học cấp tín chỉ cho sinh viên quốc tế trao đổi, có thể lồng ghép các môn học tiếng Việt, văn hóa Việt Nam để tăng cường sự phong phú nhằm thu hút nhóm sinh viên quốc tế ngắn hạn.

Thứ ba, trên cơ sở xác định thế mạnh về chương trình đào tạo, các cơ sở giáo dục đại học cần xác định thị trường trọng tâm để thu hút sinh viên quốc tế. Kết quả nghiên cứu trong bài báo này cho thấy sinh viên quốc tế chỉ nhắm đến một số ngành là thế mạnh đặc trưng của từng trường chứ không phải tổng thể các chương trình đào tạo của nhà trường. Chính vì vậy việc xác định thế mạnh đặc thù này rất quan trọng để có chiến lược thu hút sinh viên quốc tế phù hợp với thực tiễn đào tạo. Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh với sức mạnh hệ thống có thể kết hợp thế mạnh của từng trường từ đó

kiến tạo nên các mô-đun đào tạo liên trường trước mắt đáp ứng nhu cầu đào tạo sinh viên quốc tế ngắn hạn và xa hơn là hình thành một chương trình chính quy liên ngành với mức độ quốc tế hóa cao mang đậm bản sắc Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh trong đào tạo sinh viên quốc tế.

Cuối cùng, cái hay, cái đẹp của tiếng Việt, sự phát triển kinh tế của đất nước hay danh tiếng cơ sở đào tạo cũng không thể phát huy được hết sức hút đối với sinh viên quốc tế nếu không tận dụng được lợi thế của những kênh truyền tải phù hợp. Kết quả nghiên cứu cho thấy các nội dung ngắn và thông tin qua mạng xã hội đã tạo ra những ấn tượng tích cực cũng như tạo điều kiện để sinh viên quốc tế biết đến các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam. Bên cạnh đó, tiếng nói của cựu người học là sinh viên quốc tế chính là bảo chứng tốt nhất khiến cho những sinh viên quốc tế tiềm năng trong mạng lưới cá nhân của họ tiếp tục cân nhắc và đến học tập tại ngôi trường được đánh giá có chất lượng từ những người mà mình tin tưởng. Vì vậy nếu có thể vận dụng hiệu quả các kênh mạng xã hội cũng như xây dựng mối quan hệ với cựu người học tốt sẽ là yếu tố truyền thông then chốt để quảng bá các trường đại học thành viên Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh đến với sinh viên quốc tế tiềm năng đang mong muốn đến Việt Nam.

Những đề xuất trên đây đặc biệt hữu ích cho Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh với 08 trường đại học thành viên đa dạng các ngành nghề và lĩnh vực. Với nguồn lực hiện có và có chiến lược xây dựng sức mạnh hệ thống hiệu quả, chỉ cần có một chiến lược quốc tế hóa hợp lý thì việc trở thành một trung tâm đào tạo sinh viên quốc tế hàng đầu cả nước là mục tiêu có thể đạt được từ đó đóng góp vào bức tranh chung quốc tế hóa giáo dục đại học Việt Nam.

6. Những hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Sự thiếu đa dạng trong thành phần quốc tịch và ưu thế về số lượng của sinh viên quốc tế nhận các loại hình học bổng khác nhau từ các

ơ quan - tổ chức Việt Nam, mặc dù phần nào phản ánh được thực trạng, đã làm hạn chế khả năng khái quát hóa của kết quả nghiên cứu. Ngoài ra, quá trình chọn mẫu chủ đích các sinh viên quốc tế có năng lực tiếng Việt tốt cũng ảnh hưởng đến sự trung tính của dữ liệu khi mà tiếng nói của những sinh viên quốc tế gặp khó khăn trong học tập tiếng Việt chưa được ghi nhận đúng mức.

Để tiếp tục kế thừa và phát triển từ những kết quả của nghiên cứu này, cần có thêm những công trình tiếp theo lớn hơn về quy mô và đa dạng hơn về mẫu nghiên cứu, phản ánh toàn diện hơn bức tranh sinh viên quốc tế ở các cơ sở giáo dục đại học Việt Nam. Bên cạnh đó, việc sử dụng kết hợp phân tích kết hợp dữ liệu định lượng và định tính là cần thiết nhằm tăng khả năng khái quát hóa của kết quả nghiên cứu. Như vậy, những công trình nghiên cứu tiếp theo về chủ đề này trong tương lai sẽ góp phần cung cấp những cơ sở quan trọng để phục vụ mục tiêu hội nhập quốc tế trong giáo dục đại học và quốc tế hóa môi trường học tập ngay tại Việt Nam.

Lời cảm ơn

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh (ĐHQG-HCM) trong khuôn khổ Đề tài mã số “C2023-18b-06”.

Tài liệu tham khảo

- [1] Central Committee of the Communist Party of Vietnam, Resolution 29-NQ/TW Dated 04/11/2013 in the 8th Plenum (11th Congress) on the Fundamental, Comprehensive Reformation of Education and Training.
- [2] Prime Minister, Decision 69/QĐ-TTg Dated 15/01/2019 of the Prime Minister Approving the Project for Improving Higher Education Quality in the Period of 2019-2025.
- [3] M. T. K. Khanh, C. H. Ngoc, International Students in the Lesser-Known Part of Asia: The Mosaic of Experiences in a Vietnamese Higher Education Institution, *Research in Comparative and International Education*, Vol. 18, No. 2, 2023, pp. 206-227, <https://doi.org/10.1177/17454999231162728>.
- [4] QS Quacquarelli Symonds, QS World University Rankings, <https://support.qs.com/hc/en-gb/articles/4405955370898-QS-World-University-Rankings> (accessed on: December 10th, 2023).
- [5] Ministry of Education and Training, Summarising the Tasks of Receiving, Training and Managing International Students in the 2016 - 2021 and Direction for Implementation in the Period of 2022 - 2030, Hanoi, 2022.
- [6] Ministry of Education and Training, There were 45.000 International Students from 102 Countries Studied in Vietnam in the 2016 - 2021 Period, <https://moet.gov.vn/tintuc/Pages/tin-tong-hop.aspx?ItemID=8067> (accessed on: 10 December, 2023).
- [7] B. Cheng, L. Lin., A. Fan, Trends, Reasons and Impacts of International Student Mobility: A Chinese Perspective, in: B. Cheng, L. Lin., A. Fan (Eds.), *The New Journey to the West, Education in the Asia-Pacific Region: Issues, Concerns and Prospects*, Springer, Singapore, 2020, pp. 1-19, https://doi.org/978-981-15-5588-6_1.
- [8] L. Wang, International Student Recruitment and Mobility: Dominant Themes from Literature and Examples from Key Non-Anglophone Countries, in: H. de Wit, E. Minaeva, L. Wang (Ed.s.), *International Student Recruitment and Mobility in Non-Anglophone Countries: Theories, Themes, and Patterns*, Routledge, Oxon, 2022, pp. 1-16.
- [9] T. Mazzarol, G. Soutar, “Push-Pull” Factors Influencing International Student Destination Choice, *International Journal of Educational Management*, Vol. 16, No. 2, 2002, pp. 82-90, <https://doi.org/10.1108/09513540210418403>.
- [10] M. E. McMahon, Higher Education in a World Market: An Historical Look at the Global Context of International Study, *Higher Education*, Vol. 24, 1992, pp. 465-482, <https://doi.org/10.1007/BF00137243>.
- [11] H. D. Wit, Changing Dynamics in International Circulation: Meanings, Push and Pull Factors, Trends and Data, in: H. de Wit, P. Agarwal, M. E. Said et al., (Eds.), *The Dynamics of International Circulation in a Global Context*, Sense Publishers, Rotterdam, 2008, pp. 15-45.
- [12] M. T. K. Khanh, C. H. Ngoc, Attracting International Students: Experiences of Asian Countries and the Case of University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University Ho Chi Minh, *VNU Journal of Science: Education Research*, Vol. 37, No. 3,

- 2021, pp. 11-21, <https://doi.org/10.25073/2588-1159/vnuer.4504>.
- [13] K. H. Mok, The Rise of Transnational Higher Education in Asia: Student Mobility and Studying Experiences in Singapore and Malaysia, *High Educ Policy*, Vol. 25, 2012, pp. 225-241, <https://doi.org/10.1057/hep.2012.6>.
- [14] N. Snodin, Mobility Experiences of International Students in Thai Higher Education, *International Journal of Educational Management*, Vol. 33, No. 7, 2019, pp. 1653-1669, <https://doi.org/10.1108/IJEM-07-2018-0206>.
- [15] S. J. Lipura, Deconstructing the Periphery: Korean Degree-Seeking Students' Everyday Transformations in and through India, *Research in Comparative and International Education*, Vol. 16, No. 3, 2021, pp. 252-275, <https://doi.org/10.1177/17454999211038769>.
- [16] H. H. Pham, Q. H. Vuong, T. K. T Dong, T. T. Nguyen, T. T. Vuong, M. H. Nguyen, The Southern World as a Destination of International Students: An Analysis of 50 Tertiary Education Institutions in Vietnam, *Journal of Contemporary Eastern Asia*, Vol. 20, No. 1, 2021, pp. 224-43, <https://doi.org/10.17477/jcea.2021.20.1.024>.
- [17] L. H. Phan, T. P. A. Dang, T. D. H. Ngo, (Accidental) Internationalisation of Higher Education beyond English, and Complementary, Intersecting Desires: Korean International Students Pursuing Education in Vietnam, *Globalisation, Societies, and Education*, 2022, pp. 1-15, <https://doi.org/10.1080/14767724.2022.2098697>.
- [18] M. T. K. Khanh, C. H. Ngoc, Attracting International Students to a Developing Asian Country: Push –Pull Factors for a Niche Market, the Case of a Vietnamese Higher Education Institution, *Policy Futures in Education*, Vol. 21, No. 4, 2023, pp. 445-464, <https://doi.org/10.1177/14782103221134186>.
- [19] G. Guest, A. Bunce, L. Johnson, How Many Interviews are Enough?: an Experiment with Data Saturation and Variability, *Field Methods*, Vol. 18, No. 1, 2006, pp. 59-82, <https://doi.org/10.1177/1525822X05279903>.
- [20] S. J. Tracy, *Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact*, 2nd Edition, Wiley, New York, 2020.
- [21] VNEconomy, Investment from South Korea to Vietnam after 30 Years of Diplomatic Relations, <https://vneconomy.vn/dau-tu-han-quoc-vaio-vietnam-sau-30-nam-thiet-lap-quan-he-ngoai-giao.htm> (accessed on: January 15th, 2024).
- [22] Vietnam Embassy in Seoul, More South Koreans are Learning Vietnamese, Why? , <https://vietnamembassy-seoul.org/more-south-koreans-are-learning-Vietnamese-why> (accessed on: January 15th, 2024).