

Thu hút sinh viên quốc tế đến Việt Nam: Chiến lược nào hiệu quả?

Linh Chi 01/09/2024 07:16

Nhiều cơ sở giáo dục đại học Việt Nam đang tiến hành các chiến lược thu hút sinh viên quốc tế. Một nghiên cứu mới đây đã chỉ ra chiến lược nào trong số đó là hiệu quả hoặc không.

Giáo dục quốc tế như một lĩnh vực xuất khẩu

Khi lợi thế kinh tế quốc tế ngày càng gắn liền với các lĩnh vực dựa trên kiến thức, giáo dục đại học - vốn mang nhiệm vụ kiến tạo tri thức - nhanh chóng được tái định nghĩa thành các thuật ngữ mang tính thương mại (Bennell & Pearce, 2003). Nhiều quốc gia có danh tiếng về chất lượng giáo dục cao đã "bán" nền giáo dục của họ cho sinh viên từ các nước khác, tạo ra một "ngành công nghiệp" mới: giáo dục quốc tế. Trong Chiến lược Xuất khẩu Quốc gia 2023 của Bộ Thương mại Mỹ, lần đầu trong lịch sử của báo cáo này, giáo dục quốc tế được nhấn mạnh là một ưu tiên hàng đầu của xuất khẩu. Báo cáo cũng ghi nhận xuất khẩu du lịch liên quan đến giáo dục của Mỹ đạt tổng cộng gần 38 tỷ USD, tăng 17% so với năm trước đó (Cascio, 2023).

Bên cạnh Mỹ, các nước phương Tây như Anh và Úc vốn nổi tiếng với nền giáo dục của mình, đương nhiên cũng là những khu vực nổi bật nhất được sinh viên lựa chọn làm điểm đến du học.

Trong khi đó, các nước châu Á thường được coi là nguồn cung cấp sinh viên quốc tế.

Tuy vậy, bức tranh giáo dục đại học đã có nhiều thay đổi trong những năm gần đây. Sau đại dịch Covid-19, nhiều chuyên gia giáo dục học dự đoán rằng cuộc khủng hoảng này sẽ định hình lại dòng chảy sinh viên quốc tế. Thị phần sinh viên nước ngoài của Đông Á sẽ tăng lên, với một số quốc gia trở thành trung tâm giáo dục đại học của khu vực, trong khi các trường đại học ở phương Tây có khả năng sẽ bị thiệt hại. Góc nhìn này dựa trên giả định rằng Đông Á phục hồi sớm hơn sau đại dịch, nhanh chóng kiểm soát sự lây lan của nó và quay trở lại với các lớp học trực tiếp.

Simon Marginson, giáo sư về giáo dục đại học tại Đại học Oxford, là một trong những chuyên gia có niềm tin vững chắc vào dự đoán này, và cho rằng đây là sự thay đổi dài hạn, không chỉ xảy ra do đại dịch, bởi nhiều quốc gia châu Á vốn có hệ thống đại học và nền kinh tế tương đối mạnh, và giá trị của việc có thể giao tiếp bằng tiếng Trung sẽ ngày càng tăng lên (Bothwell, 2022).

Từ chỗ chỉ xuất khẩu sinh viên quốc tế hoặc xuất khẩu thâm hụt (tức là số lượng sinh viên nhập cảnh nhỏ hơn số lượng sinh viên xuất cảnh) như được quan sát thấy từ năm 2010 trở về trước, các nước châu Á - đáng chú ý là Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc và Singapore - đã ngày càng được xác định là trung tâm mới tập trung sinh viên quốc tế, đặc biệt là sinh viên đến từ các nước láng giềng trong khu vực. Bên cạnh đó, cũng ngày càng nhiều sinh viên ngoài châu Á chọn khu vực này làm điểm đến. Theo số liệu của UNESCO, đến năm 2019, có gần 747 nghìn sinh viên quốc tế ở châu Á, chiếm 12,3% tổng số sinh viên quốc tế toàn cầu. Con số này cao hơn đáng kể so với dữ liệu tương ứng vào năm 2010 (gần 443 nghìn sinh viên, chiếm 11,7%) và năm 2000 (gần 177 nghìn sinh viên, chiếm 8,4%) (Pham, 2022).

Việt Nam: Nhiều chiến lược thu hút sinh viên quốc tế

Việt Nam cũng hưởng lợi từ xu hướng quốc tế hóa giáo dục đại học của khu vực châu Á. Tuy vậy, còn thiếu vắng các phân tích về việc coi nó như một điểm đến của sinh viên nước ngoài, có thể do nước ta vẫn chưa được nhìn nhận như một điểm đến du học nổi bật.



Đại học Thái Nguyên là một trong những cơ sở đào tạo nhiều sinh viên quốc tế. Nguồn: sngv.thainguyen.gov.vn

Để xem xét tình trạng giáo dục đại học quốc tế của Việt Nam, nhóm các nghiên cứu viên đến từ Trường Đại học Phú Xuân, Trường Đại học Thành Đô, Trường Đại học Phenikaa, Trung tâm Nghiên cứu Giáo dục và Phát triển EdLab Asia, Đại học Văn hóa Trung Quốc, Đại học Limerick (Ireland), Đại học Quốc gia Úc đã tiến hành khảo sát và công bố các kết quả trên tạp chí *Globalization, Societies and Education* (tạp chí Q1 thuộc NXB Routledge).

Nhóm đã xem xét tình trạng giáo dục quốc tế ở 49 cơ sở giáo dục đại học Việt Nam thông qua khảo sát số lượng sinh viên quốc tế trung bình từ năm 2015 đến 2017 của từng trường. Trong đó, sinh viên toàn thời gian và sinh viên bán thời gian (đi học theo diện trao đổi hoặc các hình thức ngắn hạn khác) được tính trọng số khác nhau.

Kết quả, tính trung bình, các trường đại học được khảo sát có 63,4 sinh viên quốc tế toàn thời gian và 18,9 sinh viên quốc tế bán thời gian. Cả hai kết quả mô tả đều cho thấy số lượng sinh viên quốc tế ở các trường có khác biệt lớn. Trong khi có trường có tới 729 sinh viên toàn thời gian trong giai đoạn 2015-2017, thì có rất nhiều trường không có sinh viên quốc tế nào.

Phần lớn các sinh viên toàn thời gian đến từ các quốc gia châu Á láng giềng, trong khi đó sinh viên bán thời gian thì có quốc tịch đa dạng hơn. Lào, Campuchia và Hàn Quốc là các quốc gia có nhiều sinh viên theo học chương trình toàn thời gian ở Việt Nam. Trong khi đó, top 5 quốc gia có nhiều sinh viên quốc tế bán thời gian ở Việt Nam là Hàn Quốc, Lào, Pháp, Nhật Bản và Đức.

Các chiến lược để thu hút sinh viên quốc tế cũng được xem xét. Dựa trên một nghiên cứu trước đó về quốc tế hóa giáo dục đại học ở Việt Nam, nhóm nghiên cứu chia các chiến lược thu hút sinh viên quốc tế thành hai loại: chiến lược vận hành và chiến lược học thuật.

Cụ thể, các chiến lược liên quan tới vận hành bao gồm: có bộ phận phụ trách tuyển sinh quốc tế riêng biệt; có quy trình tuyển sinh sinh viên quốc tế; có phòng học riêng cho sinh viên quốc tế; có ký túc xá dành riêng cho sinh viên quốc tế. Trong khi đó, các chiến lược học thuật bao gồm: sử dụng ngoại ngữ nước ngoài là ngôn ngữ giảng dạy chính; được công nhận bởi một cơ quan kiểm định quốc tế; có giảng viên nước ngoài; có chương trình đào tạo quốc tế được cấp quyền bởi trường đại học hợp tác. Ngoài ra, việc có cung cấp học bổng trong sinh viên quốc tế được nhóm nghiên cứu xếp vào cả hai loại chiến lược được đề cập.

Tất cả các cơ sở được khảo sát đều triển khai 10 chiến lược nêu trên, vốn là những chiến lược cốt lõi để thu hút sinh viên quốc tế. Tuy vậy, phân tích thống kê Bayesian cho thấy không phải chiến lược nào cũng hiệu quả. Cụ thể, trong số các chiến lược vận hành, chiến lược có sẵn phòng học riêng biệt cho sinh viên quốc tế không giúp tăng số lượng sinh viên quốc tế. Bốn chiến lược còn lại đều cho thấy hiệu quả ở các mức độ khác nhau.

Khi xem xét các chiến lược học thuật, chỉ có chiến lược liên quan tới cung cấp học bổng cho sinh viên quốc tế là cho thấy hiệu quả trong việc tuyển sinh. Tất cả bốn chiến lược còn lại không cho thấy mối liên hệ gì với sự gia tăng sinh viên quốc tế. Nhóm nghiên cứu cho rằng kết quả này có thể là do Việt Nam còn chưa có thương hiệu học thuật trong thị trường giáo dục quốc tế, nên những sinh viên lựa chọn Việt Nam là điểm đến thường bị thúc đẩy nhiều hơn bởi các yếu tố phi học thuật.

Ngoài các lý do kinh tế, thu hút sinh viên quốc tế còn giúp làm giàu các giá trị văn hóa xã hội và tăng cường mối quan hệ chính trị cho các nước chủ nhà. Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra sự gia tăng sinh viên quốc tế đi kèm với sự mở rộng các dịch vụ như du lịch, lưu trú, ăn uống và giáo dục ngôn ngữ, cùng nhiều dịch vụ khác. Với các lợi ích này, việc tập trung đẩy mạnh thu hút sinh viên quốc tế chắc chắn là một khía cạnh mà Việt Nam cần chú ý tới.

Các kết quả trên vừa cho thấy Việt Nam đang dần hình thành một thị trường giáo dục đại học quốc tế nhất định, đồng thời nhìn nhận lại hiệu quả của một số chiến lược tuyển sinh quốc tế đang được nhiều cơ sở tiến hành.

Để tăng cường lợi thế cạnh tranh của ngành giáo dục đại học tại Việt Nam, các cơ sở giáo dục phải cho sinh viên quốc tế thấy rằng họ có khả năng cung cấp các chương trình giáo dục mang tính thương hiệu và có giá trị ứng dụng cao. Nền tảng của giáo dục đại học là các hệ thống tư duy và tri thức hình thành thông qua quá trình nghiên cứu khoa học. Vì thế, điều này đòi hỏi các trường đại học, viện nghiên cứu, và nhà khoa học phải phát triển được các hệ thống tư duy, phương pháp luận, và công cụ khoa học mang tính "đặc sản." Có thể hiểu nôm na, ngành khoa học và công nghệ Việt Nam cần thúc đẩy OCOP - Chương trình mỗi xã (trường/viện/nhóm) một sản phẩm - để có thể tạo ra nguồn lực nội sinh cho ngành giáo dục đại học.

Một điểm thú vị là công cụ sử dụng để hoàn thành nghiên cứu về tình trạng giáo dục quốc tế được đề cập trong bài là một sản phẩm OCOP của nền khoa học Việt Nam: Chương trình máy tính bayesvl. Được phát triển từ năm năm trước bởi hai nhà khoa học Vương Quân Hoàng và Lã Việt Phương (ĐH Phenikaa) trên hệ thống R - một ngôn ngữ lập trình thống kê phổ biến nhất thế giới hiện nay, đến nay, Chương trình đã được tải về hơn 22.600 lượt. Ngoài ra, Chương trình cũng là một cấu thành quan trọng của phương pháp BMF (Bayesian Mindsponge Framework), phương pháp phân tích khoa học xã hội kết hợp các nguyên lý của thống kê Bayes với khả năng lý luận của Lý thuyết Mindsponge, của nhóm tác giả Vương Quân Hoàng, Nguyễn Minh Hoàng, và Lã Việt Phương (ĐH Phenikaa). Sách hướng dẫn ứng dụng phương pháp BMF hiện đang được lưu trữ trong thư viện của nhiều đại học danh tiếng trên thế giới và nhiều công bố khoa học đã ứng dụng phương pháp này.

Nguyễn Minh Hoàng/Đại học Phenikaa

Nguồn tham khảo:

Bennell, P., & Pearce, T. (2003). The internationalisation of higher education: exporting education to developing and transitional economies. *International Journal of educational development*, 23(2), 215-232.

Bothwell, E. (2022). Will East Asia still emerge as a regional higher education hub? Times Higher Education. <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/will-east-asia-still-emerge-regional-higher-education-hub>

Casico (2023). Intl ed signaled as top export priority for first time in new National Export Strategy. Alliance for International Exchange. <https://www.alliance-exchange.org/alliance-commentary/intl-ed-signaled-as-top-export-priority-for-first-time-in-new-national-export-strategy/>

Pham, H. H. (2022). Further understanding on international student mobilities in Asia is needed. *Journal of International Students*, 12(2).

Pham, H. H., Hoang, A. D., Lai, S. L., Dong, T. K. T., Nghia, T. L. H., Ho, M. T., & Vuong, Q. H. (2024). International education as an export sector: an investigation of 49 Vietnamese universities and colleges using Bayesian analysis. *Globalisation, Societies and Education*, 22(2), 207-225.

Linh Chi