

Những nhân tố tác động tới ý định sử dụng mạng facebook của sinh viên đại học ngoài công lập tại Thành phố Hồ Chí Minh

Nguyễn Quyết

Trường Đại học Tài chính Marketing
385 Tầng Nhon Phú A, Quận 9, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam
Email: nguyentuan16@gmail.com

TÓM TẮT: Bài viết xem xét những nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng mạng facebook của sinh viên của các trường đại học ngoài công lập tại Thành phố Hồ Chí Minh. Cơ sở lý thuyết được phân tích và tổng hợp từ những nghiên cứu trước. Áp dụng phương pháp định lượng, cụ thể là phương pháp phân tích nhân tố và hồi quy bội được sử dụng để phân tích dữ liệu. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng những nhân tố ảnh hưởng tới ý định sử dụng facebook của sinh viên bao gồm: Sự hữu ích, chia sẻ nguồn lực, sự thưởng thức, sự hợp tác và môi trường xã hội.

TỪ KHÓA: Facebook; sinh viên; đại học ngoài công lập; mô hình hồi quy bội.

→ Nhận bài 18/09/2017 → Nhận kết quả phản biện và chỉnh sửa 20/01/2018 → Duyệt đăng 25/03/2018.

1. Đặt vấn đề

Mạng facebook ra đời vào năm 2004 với sứ mệnh cung cấp một trang web sử dụng chung cho toàn thế giới, nơi đó mọi người có thể kết bạn, kết nối, khám phá và chia sẻ mọi thứ về sở thích của họ (www.facebook.com). Mặc dù có rất nhiều mạng xã hội cùng tồn tại, nhưng facebook có phạm vi phát triển vượt trội về quy mô số lượng truy cập. Theo số liệu thống kê mới nhất của facebook, trên toàn thế giới, trung bình hàng ngày có hơn 890 triệu lượt người sử dụng, hàng tháng có trên 1.390 triệu người. Tại Việt Nam, năm 2016 có khoảng 29,29 triệu người dùng facebook và là quốc gia có người sử dụng facebook lớn thứ 7 (www.statista.com). Mạng xã hội có những tác động đến cuộc sống của mỗi cá nhân, xã hội.

Đặc biệt là những người trẻ (sinh viên - SV), những người đang sử dụng mạng xã hội hàng ngày, hàng giờ. Mạng xã hội đã làm thay đổi thói quen và hành vi của nhiều người và hình thành những thói quen, lối sống, văn hóa mới ở một bộ phận lớn người sử dụng mạng xã hội. Trong công việc học tập và giảng dạy, Reyes González-Ramírez (2015) cho rằng facebook đã mang lại những lợi ích đáng ghi nhận, là phương tiện giúp SV chia sẻ thông tin, tài liệu, kinh nghiệm học tập, kết nối bạn bè, tạo động cơ học tập tích cực hơn. Tuy vậy, việc sử dụng facebook cũng có những mặt hạn chế nhất định làm ảnh hưởng tiêu cực đến mục tiêu học tập của SV như tốn quá nhiều thời gian, tin cậy của thông tin, quyền riêng tư của người sử dụng.

Mục đích của bài viết này là xem xét những nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng mạng facebook của SV các trường đại học ngoài công lập tại Thành phố Hồ Chí Minh (TP. HCM) bằng phương pháp định lượng. Qua đó, dựa vào kết quả nghiên cứu, bài viết sẽ gợi ý một số giải pháp giúp SV sử dụng facebook một cách có ích, hiệu quả hơn trong công việc học tập.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Tổng quan lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

Khác với tiêu dùng những hàng hóa thông thường, sử dụng mạng facebook được xem là hành vi chấp nhận công nghệ mới vào đời sống hàng ngày. Để lý giải thỏa đáng cho hành động này, lý thuyết phổ biến cái mới (Rogers, 1983) cho rằng một cá nhân quyết định sử dụng công nghệ mới khi họ bị chi phối bởi năm yếu tố gồm: Có lợi thế tương đối, có tính tương hợp, mức độ phức tạp vừa phải, có thể thử nghiệm và quan sát được. Tương tự, lý thuyết hành động hợp lý (Ajzen và Fishbein, 1980) khẳng định rằng ý định sử dụng facebook của một cá nhân liên quan tới nhận thức và mục đích của họ.

Giả thuyết H₁: *Tính hữu ích của mạng facebook làm tăng ý định sử dụng của SV.*

Theo Davis (1989), tính hữu ích là giá trị mong đợi, được khách hàng nhận ra khi họ thực hiện hoàn thành một tác vụ dựa trên hệ thống. Tính hữu ích được phân loại theo từng cấp độ khác nhau dựa trên sự chấp nhận hoặc tin tưởng của người tiêu dùng. Đối với SV, tính hữu ích là yếu tố quan trọng tác động tích cực lên ý định sử dụng facebook, qua đó giúp họ duy trì việc học tập qua mạng (Sanchez et al. 2014).

Giả thuyết H₂: *Sự chia sẻ nguồn lực làm tăng ý định sử dụng facebook của SV.*

Các trang mạng xã hội (facebook) là một trong những công cụ phổ biến được SV sử dụng để chia sẻ tài liệu học tập, đồ án, tài nguyên hữu ích khác và liên kết đến các tài nguyên bên ngoài (Firpo, 2011). Nghiên cứu gần đây cho thấy rằng SV và giảng viên trong các trường đại học thường sử dụng facebook để chia sẻ tài liệu học tập, nghiên cứu cũng như trao đổi ý kiến về chuyên môn. Việc làm này được xem như là một trong những kênh hỗ trợ đắc lực cho phương pháp giảng dạy truyền thống, dẫn đến việc học tập của SV thuận tiện và hiệu quả hơn (Milosevic et al., 2015).

Giả thuyết H₃: Sự thưởng thức làm tăng ý định sử dụng facebook của SV.

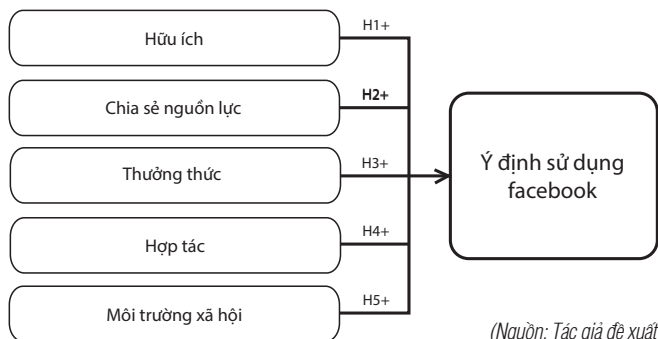
Moon và Kim (2001) định nghĩa sự thưởng thức là niềm vui của cá nhân và cảm thấy lạc quan khi thực hiện một hành vi cụ thể hoặc thực hiện một hoạt động đặc biệt nào đó. Các trang web mạng xã hội (facebook) cung cấp các ứng dụng đa dạng cho người dùng với mục đích giải trí như chơi trò chơi, chia sẻ video hài hước, xem phim... Vì vậy, những người dùng trải nghiệm cảm giác thoải mái khi sử dụng các ứng dụng có nhiều tiện ích đó (Lin và cộng sự, 2013). Theo Der Heijden (2004) đã phát hiện ra rằng sự thưởng thức như là một yếu tố quan trọng để dự đoán ý định sử dụng mạng xã hội. Tương tự, Hong, Thong, and Tam (2006) đã tìm thấy cảm giác hưởng thụ đóng một vai trò quan trọng trong việc xác định việc chấp nhận sử dụng công nghệ nói chung, trong đó có mạng facebook.

Giả thuyết H₄: Sự hợp tác làm tăng ý định sử dụng facebook của SV.

Những nghiên cứu gần đây đã phát hiện ra rằng, facebook cung cấp cho người sử dụng nhiều khả năng tương tác với các nhóm, cộng đồng và là phương tiện học tập hữu ích (Selwyn, 2007). SV sử dụng facebook để tham gia vào các nhóm giáo dục khác nhau, chia sẻ tài liệu, trao đổi ý kiến và tương tác tốt hơn với giảng viên.

Giả thuyết H₅: Ảnh hưởng của môi trường xã hội làm tăng ý định sử dụng facebook của SV.

Ảnh hưởng của môi trường xã hội được hiểu là hành vi của một cá nhân được xác lập vì bị chi phối bởi hành vi của người xung quanh (Fishbein & Ajzen, 1975). Hành vi này được xem là nhân tố ảnh hưởng tới ý định sử dụng facebook của SV. Một số SV tham gia mạng xã hội để kết nối cộng đồng, duy trì mối quan hệ với bạn bè. Trong khi đó, một số khác tham gia chỉ vì được sự mời gọi của bạn bè hoặc người xung quanh (Decman, 2015).



(Nguồn: Tác giả đề xuất)

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp phân tích nhân tố khẳng định (Confirmatory factor analysis - CFA) và phân tích hồi quy đa biến được áp dụng trong nghiên cứu này nhằm tìm hiểu xem liệu những nhân tố nào thật sự tác động lên ý định sử dụng facebook đối với SV. Dữ liệu gồm 434 mẫu được thu thập bằng phương pháp lấy mẫu thuận tiện tại 12 trường đại học ngoài

Bảng 1: Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Biến	Đo lường	Tần số	Tỉ trọng (%)
SV năm thứ	1	40	9.2
	2	97	22.4
	3	150	34.6
	4	142	32.7
	5	5	1.2
Tổng số SV		434	100
Giới tính	Nam	211	48.6
	Nữ	223	51.4
Số lần truy cập facebook (lần/ngày)	0 - 3	54	12.4
	4 - 7	247	56.9
	8 - 10	120	27.6
	Hơn 10	13	3.0
	Kết bạn trên facebook (người)	≤ 100	72
	100 - 200	289	66.5
	200 - 500	48	11.1
	500 - 1,000	23	5.3
	> 1,000	2	0.5

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu từ SPSS 21)

công lập trên địa bàn TP. HCM, thời gian thực hiện trong quý I năm 2017.

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập dựa vào bảng câu hỏi được thiết kế sẵn. Bảng câu hỏi được chia làm 3 phần, phần thứ nhất với mục đích thu thập những thông tin về nhân khẩu học của người tham gia trả lời phỏng vấn. Phần thứ hai của bảng câu hỏi xây dựng các biến đo lường những nhân tố tác động đến ý định sử dụng facebook. Phần thứ ba, mục đích và thang đo của phần thứ ba trong bảng câu hỏi là khảo sát ý định sử dụng facebook dựa theo thang đo được đề xuất bởi Gruzd et al. (2012), Sanchez et al. (2014). Tất cả các biến trong bảng được sử dụng thang đo Likert 5 mức độ (1: Hoàn toàn không đồng ý tới 5: Hoàn toàn đồng ý).

2.3. Kết quả nghiên cứu

2.3.1. Phân tích mô tả mẫu nghiên cứu

Mục đích của phân tích mô tả là để nhận biết những tính chất cơ bản của mẫu nghiên cứu.

Kết quả Bảng 1 cho thấy đối tượng được khảo sát đa số là những SV học năm thứ 3 (34,6%) và năm thứ tư (32,7%), trong đó nam chiếm 48,6% và nữ chiếm 51,4%. Mẫu khảo sát cũng cho thấy số lần SV truy cập mạng facebook trong ngày phổ biến từ 4-7 lần/ngày (chiếm 56,9%), số người kết

Bảng 2: Kết quả phân tích nhân tố

Khái niệm nghiên cứu	Biến	α	Hệ số tải
X1: Hữu ích Pempek, Yermolayeva, and Calvert (2009)	1. Tiết kiệm thời gian kết nối với bạn bè	0.75	0.812
	2. Duy trì mối quan hệ với bạn bè		0.718
	3. Có thêm nhiều bạn bè		0.715
	4*. Phương tiện liên lạc có chi phí phù hợp với SV		0.413
X2: Chia sẻ nguồn lực Kirschner et al. (2010)	5. Chia sẻ tài liệu học tập	0.81	0.816
	6. Chia sẻ động cơ học tập		0.801
	7*. Chia sẻ tài liệu đa phương tiện		0.323
	8. Chia sẻ thông tin khóa học		0.765
X3: Thưởng thức Mazman and Usluel (2010)	9. Dùng facebook cho mục tiêu giải trí	0.79	0.716
	10. Dùng facebook cho mục tiêu giảm stress		0.711
	11. Dùng facebook cho mục tiêu bày tỏ cảm xúc		0.620
	12. Nắm bắt thông tin thời sự có liên quan tới học tập		0.615
X4: Sự hợp tác Jan et al. (2011)	13. Tạo thêm nhiều bạn bè nhờ facebook	0.82	0.886
	14. Chia sẻ thông tin liên quan tới bạn bè		0.821
	15. Hoàn thành bài tập nhóm hiệu quả		0.723
	16. Kênh kết nối thông tin với giảng viên		0.701
X5: Môi trường xã hội Lin et al. (2011)	17. Có bạn bè dùng facebook	0.85	0.786
	18. Bạn bè khuyên dùng facebook		0.711
	19. Có người thân trong gia đình dùng facebook		0.701
	20. Nhận ra lợi ích của facebook nhờ sách báo		0.601
Y: Ý định dùng Facebook Gruzd et al. (2012), Sanchez et al. (2014)	21. Sử dụng facebook vào mục đích học tập ở hiện tại	0.78	0.791
	22. Sử dụng facebook vào mục đích học tập ở tương lai		0.782
	23. Giới thiệu bạn bè dùng facebook cho mục đích học tập		0.704

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO):=0.915; Bartlett's Test < 0.05

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu từ SPSS 21, dấu (*) là biến bị loại bỏ trong quá trình phân tích)

bạn trên facebook phổ biến từ 100-200 người chiếm 66.5% và trên 1000 người là khá ít (chỉ khoảng 0.5%).

2.3.2. Phân tích nhân tố

a. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Để xem xét các biến đo lường các khái niệm nghiên cứu (constructs) có ý nghĩa hay không, nghiên cứu này dùng hai chỉ số thống kê thông dụng để kiểm định là hệ số tương quan tổng và hệ số Cronbach's alpha (kí hiệu là α) (xem Bảng 2). Nếu một biến bất kì có hệ số tương quan tổng nhỏ hơn 0,5 và hệ số Cronbach's alpha nhỏ hơn 0,6 thì cần loại bỏ trước khi thực hiện phân tích nhân tố (Robinson et al, 1991; Hair et al, 1998; Koufteros, 1998; Malhotra and Grover, 1998; Torkzadeh and Dhillon, 2002).

Trước khi áp dụng kỹ thuật phân tích nhân tố cần phải thực hiện kiểm định KMO và Bartlett để xem xét liệu các biến có tương quan hay không vì bản chất của phân tích nhân tố là nhóm các biến có tính chất gần giống nhau thành một nhóm (nhân tố). Kiểm định KMO và Bartlett cho thấy Sig.<0.05 nghĩa là các biến nghiên cứu có tương quan với nhau, thực hiện rút trích nhân tố dựa trên ma trận

xoay thu được 5 nhân tố (biến độc lập) và 1 nhân tố (biến phụ thuộc).

b. Phân tích hồi quy đa biến

Mục đích thực hiện phân tích hồi quy bội là kiểm định xem liệu các biến độc lập gồm: Hữu ích (X_1), chia sẻ nguồn lực (X_2), thưởng thức (X_3), sự hợp tác (X_4) và môi trường xã hội (X_5) có thật sự tác động lên ý định sử dụng facebook (Y) của SV hay không.

Từ kết quả trong Bảng 3, nghiên cứu tiến hành kiểm định các giả thuyết và giải thích kết quả hồi quy như sau:

Giả thuyết H1: Biến hữu ích (X_1) có ý nghĩa thống kê (vì sig. nhỏ hơn 0.05), do đó giả thuyết H₁ được chấp nhận. Mặt khác, hệ số biến này mang dấu dương (0.545) điều đó khẳng định rằng tính hữu ích là nhân tố ảnh hưởng tích cực lên ý định sử dụng facebook của SV. Cách giải thích tương tự, có thể kết luận rằng các giả thuyết nghiên cứu còn lại (H₂, H₃, H₄, H₅) cũng được ủng hộ và các biến độc lập; chia sẻ nguồn lực (X_2), thưởng thức (X_3), sự hợp tác (X_4), môi trường xã hội (X_5) đều là những nhân tố tác động tích cực lên ý định sử dụng facebook.

Bảng 3: : Kết quả phân tích mô hình hồi quy đa biến

Biến	Hệ số hồi quy		Hệ số chuẩn hóa	Đa cộng tuyến			
	B	Std. Error	Beta	t-Statistics	Sig.	Tolerance	VIF
Constant	16.305	3.155		5.168	.000		
X ₁	0.545	0.231	0.084	2.359	.05**	.533	1.615
X ₂	1.201	0.333	0.148	3.607	.001***	.527	1.864
X ₃	1.612	0.342	0.182	4.713	.000***	.805	1.327
X ₄	1.122	0.223	0.139	5.031	.000***	.723	1.923
X ₅	1.335	0.432	0.175	3.090	.001***	.416	2.120

R² = 0.65; F-valued = 155.1; Sig. F = .000

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu từ SPSS 21, dấu (***, **) là có ý nghĩa thống kê mức 1%,5%)

Tuy nhiên, kết quả phân tích hồi quy (hệ số Beta) cũng chứng tỏ rằng mức độ tác động của các biến độc lập lên biến phụ thuộc là không giống nhau. Một phát hiện đáng quan tâm là yếu tố giải trí (X3) có ảnh hưởng mạnh nhất lên ý định sử dụng facebook (vì hệ số Beta là 0.182, lớn nhất). Điều này có thể kết luận rằng phần lớn SV sử dụng facebook không phải vì mục đích học tập mà phục vụ cho thú vui cá nhân như chơi game, xem phim, nghe nhạc... những yếu tố còn lại có tác động yếu hơn, theo thứ tự là môi trường xã hội, chia sẻ nguồn lực, sự hợp tác và sau cùng là tính hữu ích.

3. Kết luận

Kết quả nghiên cứu những nhân tố tác động tới ý định sử dụng facebook của SV tại các trường đại học ngoài công lập tại TP. HCM bằng phương pháp định lượng đã cho thấy có 5 nhân tố có ý nghĩa tác động tới ý định sử dụng facebook của

SV. Trong đó, nhân tố thưởng thức (giải trí) có ảnh hưởng mạnh nhất. Với kì vọng SV sử dụng mạng facebook cho việc học tập hiệu quả hơn, bài viết đề xuất một vài giải pháp sau:

Thứ nhất, SV cần trang bị tốt kĩ năng quản lí thời gian, phân bổ thời gian hợp lí khoa học cho việc học và sử dụng facebook, biết chất lọc lựa chọn, minh định những thông tin có từ facebook để phục vụ cho việc học tập nghiên cứu. SV phải tự trang bị những kiến thức cần thiết về cuộc cách mạng số, hiểu rõ những mặt trái của mạng xã hội, hạn chế bị nhiễu bởi những tin xấu làm thay đổi hành vi ảnh hưởng tiêu cực tới việc học tập.

Thứ hai, đối với nhà trường, giảng viên nên thường xuyên tổ chức tuyên truyền giáo dục cho SV những kiến thức và kĩ năng về công nghệ, giới thiệu những kho tài liệu mở đáng tin cậy, định hướng cho SV phương pháp học tập hiệu quả thông qua mạng facebook.

Tài liệu tham khảo

[1] Ajzen, I., & Fishbein, M., (1980), *Understanding attitudes and predicting social behavior*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

[2] Davis, F. D., (1989), *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*, MIS Quarterly, pp. 319-340.

[3] Decman, M., (2015), *Modeling the acceptance of e-learning in mandatory environments of higher education: the influence of previous education and gender*, Computers in Human Behavior, 49(2), pp.272-281.

[4] Fishbein, M., & Ajzen, I., (1975), *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*.

[5] Gruzd, A., Staves, K., & Wilk, A., (2012), *Connected scholars: examining the role of social media in research practices of faculty using the UTAUT model*, Computers in Human Behavior, 28(6), 2340-2350.

[6] Hong, S., Thong, J. Y., & Tam, K. Y., (2006), *Understanding continued information technology usage behavior: a comparison of three models in the context of mobile internet*, Decision Support Systems, 42(3), pp.1819-1834.

[7] Jan, A. U., & Contreras, V., (2011), *Technology acceptance model for the use of information technology in universities*, Computers in Human Behavior, 27(2), pp.845-851.

[8] Kirschner, P. A., & Karpinski, A. C., (2010), *Facebook® and academic performance*, Computers in Human.

FACEBOOK NETWORK AT NON-PUBLIC UNIVERSITIES IN HO CHI MINH CITY

Nguyen Quyet

University of Finance - Marketing
385 Tang Nhon Phu A, District 9,
Ho Chi Minh City, Vietnam
Email: nguyenquyetk16@gmail.com

ABSTRACT: *This article reviewed factors having impact on students' intention to use the facebook network at non-public universities in Ho Chi Minh City. The theoretical basis was analyzed and synthesized from previous studies. Quantitative methods, such as factorial analysis and multiple regression, were used for data analysis. Research findings showed the impact factors included: Helpfulness, resources sharing, enjoyment, collaboration and social environment.*

KEYWORDS: Facebook; students; non-public universities; model of multiple regression.