

THÁI ĐỘ, KỸ NĂNG VÀ Ý ĐỊNH SỬ DỤNG INTERNET THỜI KỲ HẬU COVID-19: NGHIÊN CỨU SO SÁNH GIỮA NAM VÀ NỮ TẠI TÂY NGUYÊN

Thái Thanh Hà¹, Nguyễn Thanh Trúc², Dương Văn Ninh³, Tôn Đức Sáu⁴

Ngày nhận bài: 30/10/2023; Ngày phản biện thông qua: 03/12/2023; Ngày duyệt đăng: 10/12/2023

TÓM TẮT

Nghiên cứu này được thực hiện tại khu vực Tây Nguyên từ tháng 8 đến tháng 10 năm 2023. Trước tiên, khung nghiên cứu đã được đưa ra dựa trên tổng quan tài liệu trong lĩnh vực nghiên cứu. Với phiếu khảo sát được thiết kế trên nền tảng Google-Form, nhằm thu thập thông tin từ các đối tượng phỏng vấn, dữ liệu có được từ hiện trường đã được xử lý từ trang tính Google Sheet và phần mềm phân tích thống kê SPSS. Có 327 phản hồi thông tin thu thập được từ các cá nhân đang sống và làm việc tại khu vực Tây Nguyên được sử dụng phân tích số liệu cho nghiên cứu với tỷ lệ phản hồi khảo sát hiện trường đến 97%. Phương pháp nghiên cứu dựa vào kiểm định thống kê Chi-square và so sánh trị số trung bình mean kiểm định mẫu độc lập t-test được thực hiện để nhận dạng sự khác biệt về giới đối với các biến số trong mô hình nghiên cứu đề xuất. Kết quả cho thấy đã có sự khác biệt đáng kể giữa nam và nữ đang sinh sống và làm việc tại Tây Nguyên về thái độ internet, kỹ năng internet và ý định sử dụng internet thời kỳ hậu COVID-19 với các mức ý nghĩa thống kê khác nhau. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, một số khuyến nghị và đề xuất được đưa ra nhằm hiện thực hóa ý định sử dụng internet thời kỳ hậu dịch bệnh, và thu hẹp khoảng cách số mà cụ thể là thái độ internet và kỹ năng internet của người dân tại khu vực Tây Nguyên.

Từ khóa: Giới tính, Thái độ Internet, Kỹ năng Internet, Tây Nguyên

1. MỞ ĐẦU

Tổ chức Y tế Thế giới WHO đã tuyên bố COVID-19 là đại dịch toàn cầu vào ngày 11/3/2020 (World Health Organization, 2023). Sau đó, thế giới đã sớm nhận ra đại dịch này không chỉ mang tính khẩn cấp toàn cầu mà nó còn là một cuộc khủng hoảng mang tính kinh tế xã hội và nhân đạo. Trong bối cảnh đó, công nghệ internet đã nổi lên như là một công nghệ cứu cánh cho hầu hết các hoạt động con người và xã hội (Yucel & Chung, 2023; PEW Research Center, 2023). Đó cũng chính là lý do tại sao trong thời kỳ hậu dịch bệnh COVID-19 trên thế giới nói chung và tại Việt Nam nói riêng đã chứng kiến sự thay đổi đáng kể về thái độ, kỹ năng và ý định sử dụng Internet (Beaunoyer & Dupéré & Guitton, 2020). Người dân Việt Nam ngày nay dường như phụ thuộc nhiều hơn vào Internet trong nhiều hoạt động khác nhau như làm việc từ xa, học tập trực tuyến, giải trí và liên lạc... Thái độ đối với Internet ngày càng tích cực hơn, vì người dân đã nhận thức được giá trị và tầm quan trọng của công nghệ này trong cuộc sống hàng ngày (UNICEF, 2023). Sự chấp nhận và đánh giá cao về công nghệ số ngày càng tăng về sự tiện lợi và hiệu quả mà Internet mang lại. Với sự phụ thuộc ngày càng tăng vào Internet, người dân Việt Nam đã cải thiện kỹ năng sử dụng Internet và trở nên

thành thạo hơn trong việc sử dụng các nền tảng và dịch vụ trực tuyến khác nhau, như công cụ hội nghị truyền hình, trang web thương mại điện tử, ngân hàng trực tuyến và mạng xã hội (PwC, 2021). Nhiều cá nhân cũng đã phát triển các kỹ năng mới, chẳng hạn như sáng tạo nội dung số và tiếp thị trực tuyến, để đáp ứng với bối cảnh kinh doanh đang thay đổi. Việt Nam, giống như nhiều nước đang phát triển, đã chứng kiến sự gia tăng đáng kể trong việc sử dụng Internet trong những năm gần đây (UNICEF, 2023). Tuy nhiên, bất chấp việc mở rộng truy cập internet, vẫn tồn tại sự chênh lệch giới tính về việc sử dụng internet xuất phát từ thái độ đối với Internet và các kỹ năng liên quan (Asia Pacific Foundation of Canada, 2023; Antonio & Tuffley, 2014; Internet World Stats, 2023, PwC, 2020; Antonio & Tuffley, 2014).

Nghiên cứu này nhằm chỉ ra sự khác biệt về thái độ, kỹ năng sử dụng Internet giữa nam và nữ tại khu vực Tây Nguyên. Hiểu được những khác biệt này đóng vai trò quan trọng đối với các nhà hoạch định chính sách, nhà giáo dục và nhà nghiên cứu, nhà quản lý và các chương trình phát triển. Từ đó có thể giúp đưa ra những giải pháp có mục tiêu nhằm giải quyết các nhu cầu và thách thức cụ thể mà sự khác biệt về giới đối với thái độ và kỹ năng Internet đang phải đối mặt. Bằng cách so sánh và

¹ Trường Đại học Ngoại thương;

² Khoa Kinh tế, Trường Đại học Tây Nguyên;

³ Học viện Hành chính Quốc gia, Phân viện Tây Nguyên;

⁴ Công ty Vietnam Golf Services Holdings;

Tác giả liên hệ: Thái Thanh Hà; ĐT: 0935949999; Email: thaithanhha@ftu.edu.vn.

phân tích dữ liệu thu thập được, nghiên cứu cũng góp phần xác định sự khác biệt dựa trên giới tính trong thái độ, kỹ năng và ý định sử dụng Internet. Kết quả của nghiên cứu này cũng sẽ giúp tạo tiền đề nhằm tiến hành những nghiên cứu chuyên sâu hơn nhằm làm rõ sự khác biệt đối với các yếu tố như nền tảng giáo dục, chuẩn mực văn hóa và kỳ vọng xã hội có thể hình thành hành vi sử dụng Internet của nam giới và phụ nữ một cách khác nhau. Trong tương lai gần, kết quả nghiên cứu này có thể sẽ góp phần cung cấp thông tin cho các bên liên quan trong việc thiết kế các chiến lược và sáng kiến nhằm thu hẹp khoảng cách về giới trong thời đại kỹ thuật số, thúc đẩy các cơ hội bình đẳng và nâng cao trình độ hiểu biết về thái độ và kỹ năng Internet cho cả nam giới và phụ nữ tại khu vực Tây Nguyên, nơi có nhiều tiềm năng để hiện thực hóa những lợi thế của nền kinh tế số trong tương lai.

2. NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Mô hình và các giả thuyết nghiên cứu

Nội dung nghiên cứu được thể hiện qua khung nghiên cứu mô tả ở Hình 1. Các hợp phần chính của mô hình nghiên cứu thực hiện tại Tây Nguyên được xây dựng dựa trên tổng quan tài liệu nghiên cứu sâu rộng và cụ thể trong lĩnh vực nghiên cứu liên quan. Lần lượt các hợp phần trong mô hình nghiên cứu được miêu tả và giải thích như sau:

Giới tính và Internet

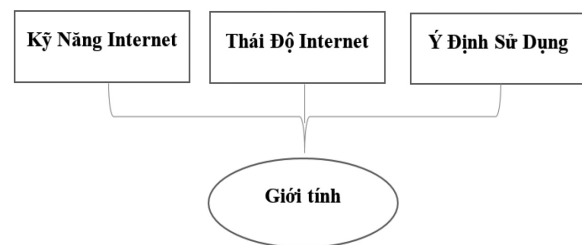
Nhiều nghiên cứu đã nhấn mạnh sự chênh lệch giới tính trong việc truy cập và sử dụng internet, thậm chí là ở một số quốc gia phát triển như là Hoa Kỳ (Yucel & Chung, 2023; PEW Research Center, 2023). Nghiên cứu được thực hiện trên thế giới nói chung đã cho thấy khoảng cách số giữa nam và nữ, trong đó nam giới có tỷ lệ sử dụng Internet cao hơn và kỹ năng sử dụng Internet cao cấp hơn (Santos & Rosser, 2021). Sự khác biệt này được cho là do nhiều yếu tố bối cảnh khác nhau như chuẩn mực văn hóa, trình độ học vấn và cơ hội nghề nghiệp. Để bao hàm và làm rõ mức độ ảnh hưởng của các yếu tố bối cảnh nói trên, các nghiên cứu có liên quan nên được thực hiện ở các quy mô lớn, ở nhiều khu vực nhằm phản ánh tính đa dạng đó (Van der Zeeuw, van Deursen, Jansen, 2019; Karine, 2006). Do đó vùng Tây Nguyên có thể là địa bàn để triển khai ban đầu dạng nghiên cứu so sánh như thế này nhằm làm sáng tỏ một số vấn đề lý luận và thực tiễn đối với mối quan hệ đa diện giữa giới tính, thái độ, kỹ năng và ý định sử dụng internet ở những người dân.

Thái độ Internet

Thái độ là yếu tố chính để hiểu hành vi của con

người (Hargittai & Shaw, 2013). Nhiều học giả cho rằng việc đánh giá, nhận thức hoặc cao hơn là duy trì thái độ về internet chính là sự bổ sung quan trọng cho kiến thức và kỹ năng về internet (Mota & Cilento, 2020; Hargittai & Piper & Morris; 2018)). Thái độ Internet bao gồm niềm tin liên quan đến việc sử dụng Internet, chẳng hạn như nhận thức về tiện ích, tính dễ sử dụng, tính hiệu quả hoặc kiểm soát hành vi cũng như các cảm giác như lo lắng, thích thú, ác cảm, thích thú, bất an, lạc quan hoặc bi quan (Dutton & Reisdorf, 2019). Các nghiên cứu gần đây về thái độ Internet đều tuân theo cách tiếp cận này (ADII, 2023). Tsai, Lin và Tsai (2001) đã nghiên cứu thái độ dựa trên đánh giá về tiện ích hay còn được xem là nhận thức về tác động tích cực của internet đối với cá nhân và xã hội, về tình cảm (cảm giác và lo lắng liên quan đến việc sử dụng internet), kiểm soát hành vi (niềm tin vào khả năng sử dụng internet của một người), và hành vi có liên quan đến tần suất sử dụng internet. Theo cách tiếp cận này, các nghiên cứu khác đã nghiên cứu những biểu hiện thái độ này trên điện thoại di động, máy tính và internet. Đối với nhân tố thái độ internet, nghiên cứu này sử dụng các thành tố (items) được lấy từ khung nghiên cứu Úc về đo lường khoảng cách số (ADII) trên cơ sở bộ công cụ này đã được thực hiện khá sớm từ những năm 2014 và liên tục được hiệu chỉnh cho phù hợp với thực tế.

Hình 1. Mô hình nghiên cứu giới, kỹ năng, thái độ Internet và ý định sử dụng Internet



Nguồn: Do các tác giả đề xuất có điều chỉnh từ nghiên cứu của Locani et al (2020)

Kỹ năng Internet

Để xác định các kỹ năng sử dụng Internet, mô hình nghiên cứu này sử dụng các nhân tố đo lường từ nghiên cứu của van Deursen và van Dijk (2011). Trong đó, các khía cạnh có điều kiện của kỹ năng internet chẳng hạn như: hoạt động và hình thức kỹ năng mà liên quan đến kỹ thuật, và kỹ năng thông tin và chiến lược, có liên quan đến nội dung (Hargittai & Piper & Morris, 2018; Ting, 2016). Kỹ năng vận hành bao gồm các tiêu kỹ năng cơ bản để sử dụng internet, bao gồm: lướt, tìm kiếm và điền vào các biểu mẫu. Kỹ năng vận hành được xem là rất cơ bản để tương tác với Internet, và có

thể dẫn tới việc khám phá các hoạt động phức tạp hơn (Van Deursen & Helsper & Eynon, 2014). Kỹ năng chính thức liên quan đến các vấn đề internet cụ thể, có tính cấu trúc và giúp ngăn cản các cá nhân khỏi bị mất phương hướng khi xử lý các phương tiện sử dụng internet (Litt, 2013; Van Deursen & van Dijk, 2011). Kỹ năng thông tin thể hiện năng lực tìm kiếm, lựa chọn và đánh giá thông tin trên internet (Hargittai & Shaw, 2013). Với khối lượng ngày càng tăng thông tin có sẵn trên internet, việc xây dựng các biểu thức tìm kiếm và đánh giá thông tin tìm thấy là yếu tố chủ chốt liên quan đến loại kỹ năng này (Gui & Argentin, 2011). Kỹ năng chiến lược bao gồm các kỹ năng sử dụng thông tin internet để đạt được mục tiêu cá nhân và nghề nghiệp và nó được xem là phức tạp nhất trong khung nghiên cứu (Van der Zeeuw & Van Deursen & Jansen, 2019). Kỹ năng chiến lược giả định rằng mọi người nhận thức được những cơ hội có sẵn trên internet, thiết lập mục tiêu cần đạt được bằng công nghệ này và thực hiện các hành động cần thiết bằng cách thu thập, kết hợp và sử dụng thông tin có chọn lọc (Hargittai & Piper & Morris, 2018). Các cá nhân có thể có trình độ kiến thức và kỹ năng internet khác nhau do nhân khẩu học, tính cách, kinh nghiệm và thói quen hoạt động (Mota & Cilento, 2020). Tuy nhiên, hoàn toàn hợp lý khi cho rằng các cá nhân đó có chung mối quan hệ: những người có nhiều kiến thức về internet hơn và có quan hệ rộng hơn (Hargittai & Shaw, 2013). Hệ thống các chỉ tiêu phản ánh kỹ năng internet sử dụng trong nghiên cứu này được tập hợp từ nhiều nguồn đa dạng khác nhau như chỉ số (ADII, 2023) của Úc, và một số chỉ số về công nghệ thông tin của ITU (2023) sau đó được hiệu chỉnh cho phù hợp với đặc điểm kinh tế, văn hóa, xã hội của Việt Nam nói chung và của khu vực Tây Nguyên nói riêng.

Sử dụng internet

Một số các học giả đều có nhận định sử dụng Internet là hệ quả cần phải được đi kèm khi xem xét thái độ, kỹ năng internet trong bối cảnh nghiên cứu có liên quan đến giới tính (Van der Zeeuw & Van Deursen & Jansen, 2019; Ting & 2016, Tsai & Lin & Tsai, 2001). Dutton và Reisdorf (2019) đã tập trung vào việc giải thích khoảng cách số dựa trên mô hình thái độ làm nền tảng cho văn hóa internet để từ đó dẫn đến quyết định sử dụng internet trong tương lai (Karine, 2006). Các tác giả (Antonio & Tuffley, 2014; Litt, 2013; Locani et al, 2020) đã xác định ra năm nhóm người dùng Internet có văn hóa đặc biệt, trong đó các cá nhân có khả năng chia sẻ những thái độ tương tự nhằm thúc đẩy việc ngăn cản họ sử dụng công nghệ này. Mota và Cilento

(2020); Karine (2006) cũng cho rằng khi sử dụng internet, việc phát triển kỹ năng và các lựa chọn khác được thực hiện trực tuyến sẽ bị ảnh hưởng. Bởi nền tảng văn hóa, các nhà nghiên cứu nên xem xét những yếu tố này để giải quyết sự phân chia và bất bình đẳng kỹ thuật số. Trong mô hình nghiên cứu về mối quan hệ giữa các yếu tố nói trên, Mota và Cilento (2020) nhấn mạnh đến cả hai yếu tố có tính đối nhau khi đo lường sử dụng và thái độ đối với công nghệ internet. Có nghĩa là thái độ thấu hiểu và lãng tránh cũng cần đồng thời đưa vào các mô hình nghiên cứu trong mối tương quan sử dụng internet của các cá nhân trong xã hội như là một mối quan hệ nhân quả. Điều này cũng khá trùng khớp với nghiên cứu diện rộng và lâu dài theo thời gian của chỉ số hòa nhập số Úc được biết đến như là chỉ số đo lường khoảng cách số (ADII, 2023). Thái độ số và kỹ năng internet là hai tiêu chí số cấu thành nên (ADII) và nó được đặt trong mối quan hệ với ý định sử dụng internet trong số người dân Úc. Chỉ số này đã được các nhà ra chính sách và hoạt động thực tiễn Úc sử dụng từ năm 2014 cho đến nay nhằm đo lường sự cách biệt số (ADII, 2023). Theo số liệu thống kê của chính phủ Anh, mặc dù là một quốc gia phát triển hàng đầu châu Âu, nhưng sự khác biệt về giới đối với sử dụng internet vẫn là con số khá cao và duy trì ở mức 3,1 triệu nữ giới không sử dụng internet so với 2,1 triệu nam giới (Office for National Statistics, 2022). Sự chênh lệch này chủ yếu xuất phát từ các nhân tố thái độ và kỹ năng internet giữa nam và nữ và cũng khá tương đồng với một nghiên cứu diện rộng do cơ quan nghiên cứu kinh tế xã hội của Hoa Kỳ (PEW Research Center, 2023). Trong nghiên cứu này, ý định sử dụng internet trong tương lai được đo lường trên thang đo Likert từ 1 đến 5 phản ánh các hoàn cảnh và ý định sử dụng internet trong thời kỳ hậu dịch bệnh như: (1) cho nhu cầu học tập; (2) cho nhu cầu thông tin cá nhân; (3) cho nhu cầu kết nối xã hội. Trên cơ sở mô hình nghiên cứu trình bày tại Hình 1, một số giả thuyết nghiên cứu sau đây được đưa ra cho nghiên cứu tại khu vực Tây Nguyên:

Giả thuyết H₁: Nam giới có điểm số về kỹ năng internet cao hơn so với nữ giới;

Giả thuyết H₂: Nam giới có điểm số về thái độ internet cao hơn so với nữ giới;

Giả thuyết H₃: Nam giới có điểm số về ý định sử dụng internet cao hơn so với nữ giới;

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu như đã nêu ở phần trên, nghiên cứu này sử dụng phương pháp các kiểm định thống kê Chi-square và kiểm định thống kê sự khác biệt về trị số trung bình mẫu

độc lập (independent sample t-test) với các nhóm so sánh là giới, được mặc định là nam=1 và nữ=0 trong cơ sở dữ liệu thu thập được từ các đối tượng khảo sát. Việc phân tích số liệu đa biến nói trên giúp đưa ra các tham số thống kê và các tham số này sẽ được xem xét dựa vào mức ý nghĩa thống kê. Trên cơ sở đó, các nhận định và phân tích sẽ được rút ra nhằm tìm ra câu trả lời cho vấn đề nghiên cứu trên cơ sở sự khác biệt về giới đối với kỹ năng, thái độ Internet và ý định sử dụng internet trong tương lai tại khu vực Tây Nguyên.

Việc thu thập thông tin trong nghiên cứu này áp dụng cách tiếp cận chọn mẫu tiện lợi (convenient sampling) và chọn mẫu bóng tuyết (snowball sampling) để khảo sát thái độ internet, kỹ năng internet và ý định sử dụng internet trong tương lai của người tham gia khảo sát trong khoảng thời gian từ tháng 8 đến tháng 10 năm 2023 chủ yếu thông qua trường Đại học Tây Nguyên và một số các đơn vị liên quan tham gia hỗ trợ khảo sát. Dữ liệu được thu thập thông qua bảng câu hỏi được khởi tạo trên nền tảng Google-Form bao gồm các câu hỏi về nhân khẩu học xã hội (giới tính, tuổi tác, trình độ học vấn và tần suất sử dụng internet). Các thành tố về thái độ, kỹ năng và ý định sử dụng internet được thực hiện trên thang Likert 5 mức (với 1 thể hiện ít khả năng nhất và 5 là khả năng chắc chắn nhất) nhằm đo lường các biến số trong mô hình nghiên cứu nói trên. Số liệu đã được xử lý trên trang tính Google-Form và phần mềm phân tích thống kê cho khoa học xã hội SPSS.

Có 369 phiếu khảo sát được hồi đáp qua Google-Form được thu thập từ những đối tượng trong mẫu khảo sát. Sau khi tổng hợp trên trang tính Google, nhóm tác giả nghiên cứu đã tìm kiếm những sai sót như các câu trả lời trùng nhau, hoặc không phù hợp hoặc có tính chuẩn hóa lặp lại nhiều lần, và đã không tìm thấy có các sai sót như trên. Các số liệu thiếu khuyết được xử lý như sau: Các trường thông tin thu thập được từ đối tượng khảo sát nếu có nhiều hơn 3 giá trị thiếu khuyết trong phiếu khảo sát sẽ được xác thực lại và nếu không được sẽ bị loại bỏ ra khỏi mẫu nghiên cứu.

Đồng thời, nếu biến số có nhiều hơn 10% giá trị thiếu khuyết cũng sẽ bị loại ra khỏi mẫu nghiên cứu. Có 42 phiếu khảo sát bị loại ra khỏi mẫu vì những thông tin thiếu khuyết như nêu ra ở trên, làm cho tổng số mẫu khảo sát chứa thông tin có thể sử dụng được là 327. Nghiên cứu này không sử dụng phương pháp thay thế số liệu thiếu khuyết vì cho rằng với số lượng mẫu khả dụng như trên là khá đủ lớn để thực hiện các phép kiểm định phi tham số Chi-square và kiểm định t-test mẫu độc lập. Tiếp đến, phân tích các trường hợp ngoại lai cũng đã được thực hiện nhằm kiểm tra điểm số Z-Score. Tất cả cho thấy điểm số Z-Score đều thấp hơn ngưỡng cận trên của số liệu từ tổng số mẫu 327. Do đó, số mẫu khảo sát này là hoàn toàn đủ tiêu chuẩn để thực hiện các phân tích số liệu đa biến như: phân tích nhân tố nhằm rút gọn các nhân tố này cho việc phân tích có ý nghĩa hơn. Chi tiết được trình bày cụ thể ở phần sau.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Kết quả nghiên cứu

Đặc điểm mẫu khảo sát của nghiên cứu tại Tây Nguyên được trình bày tại Bảng 1. Tỷ lệ nam và nữ trong mẫu nghiên cứu lần lượt là 62% và 32%, có thể được xem là chấp nhận được về mặt cân bằng số lượng nam và nữ nếu xét theo đặc tính văn hóa khu vực Tây Nguyên, nơi mà phụ nữ thường ít có xu hướng sẵn sàng tham gia vào các cuộc khảo sát diện rộng giống như nghiên cứu này. Đối với tiêu chí sắc tộc, cơ cấu mẫu về người dân tộc thiểu số và người Kinh trong mẫu khảo sát cho thấy tỷ lệ này chỉ tương ứng là 19% cho người dân tộc và 81% cho người Kinh trong tổng số mẫu khảo sát 327 phiếu khảo sát được điền đầy đủ thông tin. Đây là một tỷ lệ không cân đối nhiều về sắc tộc, và có thể được xem là một hạn chế của nghiên cứu tại khu vực Tây Nguyên. Tuy nhiên nếu xét theo các điều kiện về quy mô nghiên cứu cũng như cả về ngân sách và thời gian khảo sát, khả năng dễ dàng tiếp cận đồng bào dân tộc thiểu số trong thời gian ngắn như vậy cũng là một thách thức mà nghiên cứu khoa học xã hội dạng này gặp phải.

Bảng 1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu tại Tây Nguyên

Giới tính	N	%
Nữ	124	38
Nam	203	62
Tổng	327	100
Học vấn	N	%
Sau Đại Học	22	6,8
Đại Học	298	91,0
Không đi học	7	2,2

Tổng	327	100
Nghề nghiệp	N	%
Làm cho nhà nước	34	10,4
Làm tại khu vực tư nhân	14	4,3
Tự do	9	2,8
Thất nghiệp	4	1,2
Đang đi học	260	79,5
Nghỉ hưu	2	0,6
Khác	4	1,2
Tổng	327	100
Độ tuổi	N	%
Dưới 18	14	4,3
18-24	262	80,1
25-34	30	9,2
35-44	8	2,4
45-54	7	2,1
Trên 55	6	1,8
Tổng	327	100
Dân tộc		
Dân tộc thiểu số	63	19
Kinh	264	81
Tổng	327	100
Chủ hộ	N	%
Không phải chủ hộ	306	37,9
Là chủ hộ	21	62,1
Tổng	327	100
Người lành lặn	325	99,4
Người khuyết tật	2	0,6
Tổng	327	100

Nguồn: Số liệu khảo sát tại Tây Nguyên 2023

Độ tuổi của những người được phỏng vấn chiếm đa số ở nhóm tuổi từ 18 - 24 và 25 - 34. Nếu gộp cả hai nhóm tuổi này lại thì cơ cấu mẫu khảo sát tại khu vực Tây Nguyên sẽ chiếm vào khoảng 89,3% tổng số mẫu khảo sát 327 mà nghiên cứu này thực hiện được. Điều này có thể giải thích trong điều kiện hạn chế về thời gian và nguồn lực cũng như khả năng tương tác với phiếu khảo sát trên nền tảng Google-Form thì phương pháp chọn mẫu tiện lợi này là giải pháp tốt nhất để thu thập thông tin cho quá trình nghiên cứu. Đồng thời nhóm tuổi này là phổ biến nhất trong tháp tuổi dân số tại Việt Nam nói chung và tại Tây Nguyên nói riêng và vì thế có thể chấp nhận được nếu xét theo tính đại diện của mẫu nghiên cứu.

Nghề nghiệp và trình độ học vấn trong mẫu nghiên cứu cũng cho thấy đa số những cá nhân tham gia khảo sát còn đang đi học với tỷ lệ chiếm

79,5% và có trình độ đại học là 91%. Trong khi đó cơ cấu mẫu của nghiên cứu này cho thấy đa số người tham gia khảo sát là những người lành lặn, chiếm tỷ trọng 99%, chỉ có 0,4% là người khuyết tật. Vấn đề này sẽ được khắc phục khi giai đoạn 2 của nghiên cứu được triển khai với số mẫu hướng đến nhóm người yếu thế này được chú trọng trong khảo sát thông tin theo phương pháp truyền thống, sử dụng phiếu khảo sát và nhân viên hỗ trợ địa phương đến từng gia đình có đối tượng là người khuyết tật.

Để xác định các nhân tố có liên quan đến thái độ và kỹ năng internet nghiên cứu này đã sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA cho số liệu với 3 thành tố về ý định sử dụng internet trong thời kỳ hậu COVID-19 và 32 thành tố (item) trên thang đo Likert từ 1 đến 5 có liên quan đến kỹ năng internet cho các hoạt động mang tính phổ

biến của người dùng trên internet và 7 thành tố (item) trên thang đo Likert từ 1 đến 5 có liên quan đến thái độ internet. Bằng việc cố định các thành tố (item) thuộc nhân tố tương ứng như đã được thể hiện trong khung nghiên cứu nói trên, kết quả phân tích nhân tố cho thấy có 4 kỹ năng internet và 2 thái độ internet được nhận dạng và xác nhận với tỷ lệ phương sai giải thích cho từng nhân tố đạt mức trên 50%. Điều này cho thấy việc tạo lập các nhân tố này là chấp nhận được vì hệ số tải nhân tố đều đạt ở ngưỡng trên 0,7 là ngưỡng chấp nhận được. Lợi ích của việc phân tích nhân tố khám phá EFA được cố định cho số nhân tố là 1 cho phép khắc phục được sự tản mát của các thành tố khi vận hành phân tích nhân tố. Đồng thời, cho phép nghiên cứu này tìm ra được các hệ số tải nhân tố để khẳng định xem chúng có lớn hơn ngưỡng quyết

định nói trên hay không. Do đó, phần mềm SPSS giúp tạo ra 6 nhân tố mới theo phương pháp hồi quy nhân tố trên cơ sở dữ liệu đã có. Trị số trung bình của các thành tố do kết quả phân tích nhân tố EFA nêu trên sẽ được sử dụng trong phương pháp so sánh trị số trung bình nhờ bảng phân tử kết hợp crosstab và kết hợp với phép kiểm định mẫu độc lập independent-sample T-test. Cả sáu nhân tố mới hình thành đều có giá trị Eugen lớn hơn 1 thỏa mãn điều kiện Kaiser (Hair et al, 2005). Hệ số tin cậy Cronbach Alpha cho các nhân tố mới hình thành này cũng đạt ngưỡng chấp nhận được cho phân tích đa biến ở mức khá cao trên 0,7 đến 0,9. Đồng thời các hệ số Cronbach Alpha nếu thành tố bị loại trong nhân tố đều đạt ngưỡng khá cao và chứng tỏ là các thành tố này đều cụm vào các nhân tố đã định trước (Hair et al 2005).

Bảng 2. Phân tích nhân tố khám phá EFA thái độ và kỹ năng Internet tại Tây Nguyên

Các thành tố	Hệ số tải nhân tố EFA (Factor loadings)	Trung bình thang đo nếu thành tố bị loại	Cronbach Alpha nếu thành tố bị loại	Độ tin cậy Cronbach Alpha và Variance giải thích
1. Ý định sử dụng internet cho học tập, bồi dưỡng kiến thức trong thời kỳ hậu COVID-19	0,815	10,22	0,826	Nhân tố Ý định sử dụng Internet Cronbach Alpha = 0,79; Variance = 45%;
2. Ý định sử dụng internet cho nhu cầu thông tin cá nhân trong thời kỳ hậu COVID-19.	0,793	10,36	0,814	
3. Ý định sử dụng Internet cho kết nối xã hội trong thời kỳ hậu COVID-19.	0,761	10,37	0,798	
1. Mua trực tuyến hàng siêu thị	0,863	24,91	0,952	Nhân tố kỹ năng 1 Vận hành Internet Cronbach Alpha = 0,88; Variance = 45%;
2. Mua sắm trực tuyến quà Tết	0,851	24,88	0,951	
3. Đặt chỗ chuyến đi, kỳ nghỉ	0,849	24,98	0,952	
4. Mua vé xem phim, hòa nhạc	0,811	24,97	0,951	
5. Mua đồ uống, đồ ăn nhanh	0,806	24,88	0,951	
6. Mua thuốc men, thiết bị y tế	0,797	25,19	0,956	
7. Mua vé số số	0,783	25,51	0,966	
8. Tải các tệp tin từ ổ dữ liệu	0,781	24,87	0,954	
9. Hẹn gặp bác sĩ, khám bệnh	0,761	25,19	0,955	
1. So sánh sản phẩm, dịch vụ	0,855	19,86	0,921	Nhân tố kỹ năng 2 Thông tin Cronbach Alpha = 0,82; Variance = 50%;
2. Lập trình, mã hóa trực tuyến	0,852	20,40	0,953	
3. Kiểm tra, gửi nhận E-mail	0,850	19,68	0,918	
4. Gửi tin nhắn qua di động	0,841	19,63	0,921	
5. Đọc, nghe podcast, tin tức	0,836	19,68	0,919	
6. Tải nhạc, xem phim, Ti-Vi	0,786	19,53	0,921	
7. Cập nhật mạng xã hội	0,783	19,65	0,919	

Các thành tố	Hệ số tải nhân tố EFA (Factor loadings)	Trung bình thang đo nếu thành tố bị loại	Cronbach Alpha nếu thành tố bị loại	Độ tin cậy Cronbach Alpha và Variance giải thích
1. Làm việc, học tập trực tuyến	0,843	21,91	0,945	Nhân tố kỹ năng 3 Chiến lược Cronbach Alpha = 0,86; Variance = 47%;
2. Giao dịch ngân hàng số	0,841	21,90	0,945	
3. Thanh toán điện, nước, Wi-Fi	0,839	21,99	0,945	
4. Bán hàng hóa trực tuyến	0,831	22,34	0,947	
5. Tìm thông tin dịch vụ công	0,826	22,10	0,944	
6. Sử dụng AI, ChatGPT	0,798	22,44	0,950	
7. Trưng hàng hóa sàn TMĐT	0,773	22,37	0,948	
8. Tìm việc, xin việc trực tuyến	0,763	22,22	0,946	
1. Kiến nghị tới các cấp	0,843	23,26	0,941	Nhân tố kỹ năng 3 Chính thức Cronbach Alpha = 0,81; Variance = 51%;
2. Tìm kiếm thông tin địa điểm	0,841	22,88	0,934	
3. Trả tiền nộp phạt, tiền thuế	0,839	23,42	0,947	
4. Giúp con, cháu học tập	0,821	23,01	0,936	
5. Gọi, nhận cuộc gọi nghe nhìn	0,801	22,70	0,938	
6. Đọc, xem video trên mạng	0,782	22,72	0,937	
7. Duy trì các trang web cá nhân	0,773	23,03	0,938	
8. Đăng các dòng trạng thái	0,763	22,97	0,935	
1. Internet làm cuộc sống dễ dàng hơn	0,866	7,39	0,838	Thái độ ngại ngại : Cronbach Alpha = 0,78; Variance = 54%;
2. Luôn quan tâm đến kết nối internet	0,831	7,42	0,815	
3. Luôn nỗ lực tìm hiểu internet	0,829	7,50	0,860	
1. Internet thay đổi quá nhanh	0,813	10,39	0,865	Thái độ thích thú: Cronbach Alpha = 0,87; Variance = 45%;
2. Phải luôn cập nhật phần mềm	0,802	10,43	0,784	
3. Phải nâng cấp hệ điều hành	0,799	10,32	0,784	
4. Phải nâng cao kiến thức về internet	0,751	10,38	0,818	

Nguồn: Số liệu khảo sát tại Tây Nguyên 2023

Chú thích: Do nghiên cứu trong bài viết này mang tính thực nghiệm nên các thành tố vẫn để nguyên không lược bỏ để nâng cao giá trị Cronbach Alpha. Đồng thời các giá trị này đều lớn hơn ngưỡng 0,7 nên việc để lại các thành tố (item) này lại là hoàn toàn chấp nhận được (Hair et al 2005)

Các nhân tố mới đều thỏa mãn điều kiện phân phối chuẩn Kolmogorov-Smirnov. Sau khi các nhân tố mới do SPSS tự động tạo ra trên cơ sở dữ liệu sẽ được xem là các biến số mới. Tuy nhiên trong nghiên cứu này để giữ lại tính nguyên tác của thang đo Likert, nhóm tác giả đã sử dụng phép bình quân để tính ra biến số nhân tố mới. Cùng với giới tính, được mặc định là biến dummy với nam được mặc định là 1 và nữ được mặc định là 0 trong cơ sở dữ liệu SPSS, biến giới tính này sẽ được sử dụng trong phân tích so sánh trị số trung bình mean và kiểm định phi tham số Chi-square nói trên nhằm xác định mức độ khác biệt giữa nam và nữ về thái độ và kỹ năng Internet tại khu vực Tây Nguyên.

3.2. Kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Kiểm định các giả thuyết nghiên cứu được trình bày ở Bảng 3 dưới đây. Có thể thấy rằng giả thuyết về sự khác biệt giữa nam và nữ về kỹ năng và thái độ cũng như ý định tiếp tục sử dụng internet được chấp nhận ở các mức độ khác nhau. Phần dưới đây thảo luận cụ thể về kết quả kiểm định các giả thuyết nghiên cứu đưa ra.

Với giả thuyết về kỹ năng internet bao gồm kỹ năng vận hành internet, kỹ năng chính thức, kỹ năng thông tin và kỹ năng chiến lược, kết quả phân tích phi tham số Chi-square và kiểm định t-test về so sánh trị số trung bình cho thấy nam giới luôn có điểm số trung bình cao hơn nữ giới trong

nghiên cứu này tại khu vực Tây Nguyên. Cụ thể: đối với kỹ năng vận hành, nam giới có điểm số trung bình là 3,33 trong khi đó nữ giới có điểm số trung bình là 3,04. Mức chênh lệch giữa nam và nữ về kỹ năng vận hành internet là 0,29 và đạt mức ý nghĩa thống kê $p < 0,01$, và kiểm định phi tham số Chi-square cũng đạt mức ý nghĩa thống kê nói trên. Tương tự, đối với kỹ năng chính thức thì nam giới có điểm số cao hơn nữ giới (3,39 so với 3,19), đạt mức ý nghĩa thống kê $p < 0,05$ cho mức chênh lệch trị số trung bình là 0,21, cùng với kiểm định phi tham số Chi-square là $\chi^2 = 5,15$; với độ tự

do $df = 1$; mức ý nghĩa thống kê $p < 0,05$. Khi xét đến kỹ năng thông tin, kết quả so sánh về điểm số trung bình giữa nam giới (3,38) và nữ giới (3,17) cũng xác nhận chênh lệch trị số trung bình mean (0,202) đạt mức ý nghĩa thống kê $p < 0,05$, cùng với kiểm định phi tham số Chi-square là $\chi^2 = 5,53$; với độ tự do $df = 1$; mức ý nghĩa thống kê $p < 0,05$. Tương tự, phân tích số liệu cho kỹ năng chiến lược internet cũng thể hiện trị số trung bình mean (0,22) cho nam giới (3,33) và nữ giới (3,11). Vì vậy, giả thuyết nghiên cứu H1 được chấp nhận.

Bảng 3. Phân tích sự khác biệt giới đối với thái độ, kỹ năng và ý định sử dụng internet qua kiểm định Chi-square và t-test

Các nhân tố thái độ và kỹ năng internet		Số mẫu	Trị số trung bình Mean	Độ lệch chuẩn SD	Chênh lệch Mean giữa nam và nữ	t	Bậc tự do	Mức ý nghĩa thống kê	Kiểm định Chi-square và t-test
X1. Kỹ năng vận hành internet	Nam	203	3,33	0,746	0,29**	3,184	325	0,002	$\chi^2 = 9,86$; df=1; $p < 0,01$
	Nữ	124	3,04	0,868					
X2. Kỹ năng chính thức	Nam	203	3,39	0,748	0,21*	2,286	325	0,023	$\chi^2 = 5,15$; df=1; $p < 0,02$
	Nữ	124	3,19	0,826					
X3. Kỹ năng thông tin	Nam	203	3,38	0,747	0,202*	2,319	325	0,021	$\chi^2 = 5,53$; df=1; $p < 0,05$
	Nữ	124	3,17	0,799					
X4. Kỹ năng chiến lược	Nam	203	3,33	0,742	0,22*	2,518	325	0,012	$\chi^2 = 6,23$; df=1; $p < 0,02$
	Nữ	124	3,11	0,806					
X5. Thái độ thích thú	Nam	203	3,62	0,756	0,01	0,080	325	0,937	$\chi^2 = 0,006$; df=1; $p = 0,936$
	Nữ	124	3,61	0,888					
X6. Thái độ ngần ngại	Nam	203	3,43	0,693	-0,014	-0,173	325	0,863	$\chi^2 = 0,03$; df=1; $p = 0,863$
	Nữ	124	3,44	0,801					
Ý định sử dụng internet trong thời kỳ hậu dịch bệnh COVID-19	Nam	203	4,12	0,886	0,039	0,366	325	0,714	$\chi^2 = 1,35$; df=1; $p = 0,714$
	Nữ	124	4,08	1,028					

Nguồn: Kết quả phân tích số liệu khảo sát tại Tây Nguyên 2023, Dấu và ** chỉ mức ý nghĩa thống kê 0,01 và 0,05*

Đối với giả thuyết nghiên cứu về thái độ internet, nghiên cứu này sử dụng thang đo likert 5 mức để thu thập thông tin hiện trường từ người phỏng vấn nhằm phản ánh hai mặt của thái độ internet: thái độ ngần ngại và thái độ thích thú. Đối với thái độ thích thú, kết quả phân tích thống kê phi tham số Chi-square và kiểm định t-test về so sánh trị số trung bình cho thấy nam giới có điểm số trung bình cao hơn nữ giới đối với thái độ thích

thú internet ở mức độ không nhiều. Cụ thể: nam giới có điểm số trung bình là 3,62 trong khi đó nữ giới có điểm số trung bình là 3,61, dẫn đến mức chênh lệch giữa nam và nữ về loại thái độ thích thú là 0,01. Tuy nhiên mức chênh lệch trị số trung bình mean này lại không đạt mức ý nghĩa thống kê $p < 0,01$, và kiểm định phi tham số Chi-square cũng không đạt mức ý nghĩa thống kê nói trên ($\chi^2 = 0,006$; $df = 1$; $p = 0,936$). Kết quả phân tích so

sánh sử dụng phân tích thống kê phi tham số tương tự với biến số thái độ ngần ngại đối với internet cũng cho thấy sự khác biệt về trị số trung bình mean giữa nam và nữ chứng tỏ rằng nam giới với điểm số trung bình mean là 0,343 trong khi đó của nữ giới có trị số trung bình mean là 0,34 với mức chênh lệch mean không đáng kể là -0,01. Sự khác biệt này cho thấy nam giới có thái độ ngần ngại với internet so với thái độ của nữ giới. Nói cách khác, nữ giới có thái độ ít ngần ngại hơn so với nam giới với mức chênh lệch khá nhỏ. Phép kiểm định thống kê t-test nhằm khẳng định sự khác biệt trị số trung bình mean giữa nam và nữ giới tại khu vực Tây Nguyên có trị số p-value chỉ đạt 0,836, và mức này cho thấy không đạt mức ý nghĩa thống kê. Do đó, giả thuyết H_2 đặt ra trong mô hình nghiên cứu ở trên chỉ chấp nhận một phần.

Cuối cùng, kết quả kiểm định thống kê phi tham số Chi-square và t-test cũng cho thấy trị số trung bình mean về điểm số của nam giới là 4,12 trong khi đó trị số trung bình về điểm số cho nữ giới là 4,08 với mức độ chênh lệch mean là 0,039 với trị số thống kê phi tham số Chi-square là $\chi^2=1,35$; độ lệch tự do $df=1$; trị số p là 0,714 không đạt mức ý nghĩa thống kê đặt ra 0,05. Điều này cho thấy, nam giới có ý định sử dụng internet ở điểm số cao hơn so với nữ giới, tuy nhiên xu hướng này còn chưa chắc chắn về mặt thống kê với trị số p-value lớn hơn mức ý nghĩa thống kê 0,05 rất nhiều. Do đó giả thuyết nghiên cứu H_3 chỉ được chấp nhận một phần.

3.3. Thảo luận

Theo đánh giá của Tổ chức Thống kê Thế giới về Internet thì đã có hơn 84 triệu người dùng Internet tại Việt Nam. Điều này đã làm cho tỷ lệ xâm nhập Internet đạt tới con số 86%, là tỷ lệ được xem là cao nhất tại khu vực châu Á-Thái Bình Dương (Internet World Stats, 2023). Khu vực Tây Nguyên nước ta được biết đến với di sản văn hóa phong phú và đa dạng sắc tộc. Tuy nhiên, khu vực này cũng có đặc điểm là dân số chủ yếu ở nông thôn, đặc điểm văn hoá khá đa dạng, khả năng tiếp cận nguồn lực hạn chế và vai trò của phụ nữ trong gia đình còn mang tính truyền thống và đặc điểm của đồng bào dân tộc thiểu số (Tổng Cục Thống kê 2022). Những yếu tố này có thể sử dụng để giải thích tỷ lệ xâm nhập Internet còn thấp tại đây. Nhưng các nhân tố này lại có thể góp phần tạo ra sự khác biệt trong mô hình và thái độ sử dụng internet giữa nam giới và phụ nữ ở khu vực này.

Theo báo cáo của UNICEF (2023), Việt Nam được đánh giá là một trong số ít quốc gia có sự cân bằng giới khá tốt về kỹ năng Internet. Tuy nhiên, báo cáo này cũng nhấn mạnh rằng điều đó không

đồng nghĩa với nhận định là kỹ năng và thái độ Internet sẽ hiện diện đầy đủ ở mọi tầng lớp dân cư nước ta (UNICEF, 2023). Có một số lý do có thể giải thích tại sao nam giới có thể được đánh giá cao hơn về thái độ và kỹ năng sử dụng internet so với nữ giới như được trình bày ở phần trên. Lưu ý là những lý do này dựa trên xu hướng chung và chấp nhận một phần các giải thuyết nghiên cứu đưa ra và có thể không áp dụng cho mọi cá nhân tại khu vực nghiên cứu.

Định kiến về giới có thể là nhân tố đóng vai trò đáng kể trong sự khác biệt về giới đối với kỹ năng và thái độ internet. Tại Việt Nam nói chung và Tây Nguyên nói riêng, nhóm tác giả không có được nguồn số liệu tin cậy, nhưng cho rằng có thể vẫn tồn tại quan niệm cho rằng nam giới thiên về các kỹ năng kỹ thuật và thực hành nhiều hơn, trong khi nữ giới được cho là thành thạo hơn về mặt xã hội và ngôn ngữ. Định kiến này có thể dẫn đến việc nữ giới ít được khuyến khích và hỗ trợ hơn trong việc phát triển các kỹ năng sử dụng Internet. Đồng thời yếu tố cơ hội giáo dục cũng góp phần tạo nên sự khác biệt về giới tại Tây Nguyên đối với thái độ internet, kỹ năng và ý định sử dụng internet trong thời kỳ hậu COVID-19. Nam giới ở Việt Nam được tiếp cận giáo dục tốt hơn, đặc biệt là trong lĩnh vực kỹ thuật. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, nhiều nỗ lực đã được thực hiện nhằm thu hẹp khoảng cách giới trong giáo dục, mang lại nhiều cơ hội hơn cho nữ giới. Kết quả là, phụ nữ có thể được hưởng lợi từ việc cải thiện khả năng tiếp cận các chương trình giáo dục và đào tạo trên internet, đặc biệt là nền tảng số dành cho người khuyết tật (Nhưng và các tác giả, 2021). Yếu tố xã hội cũng có những ảnh hưởng nhất định đến kỹ năng sử dụng Internet. Phụ nữ ở Việt Nam, do những kỳ vọng về văn hóa và xã hội, có thể dành nhiều thời gian hơn để tham gia vào các nền tảng trực tuyến và mạng xã hội. Việc tăng cường tiếp xúc và sử dụng này có thể tự nhiên dẫn đến kỹ năng và thái độ sử dụng Internet tốt hơn (UNICEF, 2023).

Khoảng cách số cùng với động cơ và sự quan tâm đối với internet cũng có thể được xem là các nhân tố quan trọng trong việc tạo ra khoảng cách số hay chính là việc tiếp cận và sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông một cách không bình đẳng. Tại Tây Nguyên, có thể có sự khác biệt về khả năng truy cập Internet và cơ sở hạ tầng trong điều kiện địa hình phức tạp và đa dạng văn hoá, sắc tộc có thể gây nên sự khác biệt về giới tính đối với kỹ năng và thái độ sử dụng Internet. Động cơ và sự quan tâm có thể được xem xét ở khía cạnh bản sắc văn hoá nói chung và của Tây Nguyên nói riêng.

Phụ nữ tại khu vực Tây Nguyên khi được ngoại cảnh trao cho các cơ hội mang lại cho họ nhiều động lực hoặc hứng thú hơn trong việc tiếp thu các kỹ năng về internet, khiến họ tích cực tìm kiếm cơ hội học tập và cải thiện. Điều này có thể dẫn đến điểm số cao hơn trong đánh giá thái độ và kỹ năng và ý định sử dụng Internet trong thời kỳ hậu dịch bệnh. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng những lý do giải thích cho việc kiểm định các giả thuyết nghiên cứu đưa ra là không dứt khoát và có thể khác nhau giữa các cá nhân. Sự chênh lệch giới tính trong thái độ và kỹ năng internet cần phải được giải quyết thông qua các cơ hội bình đẳng, giáo dục hòa nhập và nỗ lực phá bỏ định kiến giới để thúc đẩy kiến thức kỹ thuật số cho cả nam giới và nữ giới tại Việt Nam nói chung và tại khu vực Tây Nguyên nói riêng.

4. KIẾN NGHỊ VÀ ĐỀ XUẤT

Sử dụng Internet đã và đang nhanh chóng thấm thấu vào đời sống hàng ngày, trực tiếp tác động đến suy nghĩ và hành vi của con người. Internet đã trở thành một phần không thể thiếu trong cuộc sống bởi vì ngoài chức năng kết nối các cá nhân với lượng thông tin và cơ hội không lồ, Internet cũng mang lại nhiều cơ hội kinh tế cho những nhóm dân cư trong xã hội tùy thuộc vào thái độ và kỹ năng của họ đối với Internet. Trong những năm gần đây, thái độ và cái nhìn tích cực đối với internet càng tăng trong việc tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến việc sử dụng Internet và tác động của nó đối với các nhóm dân cư khác nhau, bao gồm sự chênh lệch giới tính trong khả năng tiếp cận và kỹ năng Internet đã chứng minh tầm quan trọng của nó trong việc thu hẹp khoảng cách số. Tổng quan tài liệu các nghiên cứu tại Việt Nam nói chung và Tây Nguyên nói riêng đến nay còn chưa có nhiều để giúp đưa ra những mô hình nghiên cứu có kế thừa trong nước, trên cơ sở đó làm rõ mối quan hệ nhân - quả giữa thái độ Internet, kỹ năng sử dụng Internet của người dân nói chung, và có sự so sánh giữa nam và nữ tại Việt Nam nói chung và đặc biệt là tại khu vực Tây Nguyên nói riêng. Vì vậy kết quả nghiên cứu này có thể được xem là bước khởi đầu để đưa ra một số kiến nghị và đề xuất nhằm cải thiện sự khác biệt giới tính trong thái độ sử dụng Internet, kỹ năng sử dụng Internet và việc sử dụng Internet tại khu vực Tây Nguyên, một số giải pháp và khuyến nghị sau đây có thể được đề xuất thực hiện:

Thúc đẩy các chương trình nâng cao năng lực số và internet. Xây dựng và triển khai các chương trình nâng cao năng lực số và internet cần thiết kế riêng cho phụ nữ dân tộc thiểu số tại Tây Nguyên, tập trung vào nâng cao các kỹ năng cơ bản về Internet, bao gồm an toàn trực tuyến, giao tiếp kỹ

thuật số, truy cập và đánh giá thông tin trực tuyến. Các tổ chức cộng đồng và các tổ chức mặt trận đoàn thể để đảm bảo khả năng tiếp cận và tham gia rộng rãi. Các chương trình nâng cao năng lực số và internet cần chú trọng đến việc cung cấp khả năng truy cập Internet với giá phải chăng. Điều này trước hết bắt đầu từ việc cải thiện cơ sở hạ tầng Internet ở Tây Nguyên và đảm bảo dịch vụ Internet đáng tin cậy và giá cả phải chăng cho mọi người dân, đặc biệt là ở khu vực nông thôn, vùng sâu vùng xa tại khu vực Tây Nguyên.

Thành lập các trung tâm công nghệ cộng đồng mà ở đó các trung tâm công nghệ cộng đồng này cần phải được trang bị máy tính, truy cập internet và cơ sở đào tạo theo các chương trình lớn của chính phủ. Các trung tâm này phải dễ tiếp cận và cung cấp môi trường an toàn và hỗ trợ, nơi phụ nữ có thể học hỏi và nâng cao kỹ năng sử dụng internet. Cung cấp miễn phí hoặc với chi phí thấp cho các buổi đào tạo và hội thảo để giúp phụ nữ có được sự tự tin và năng lực sử dụng Internet. Đồng thời, cần phải kết hợp chương trình giảng dạy có tính đến giới trong mọi hoạt động tại các trung tâm. Lồng ghép chương trình giảng dạy có tính đến giới vào hệ thống giáo dục chính quy ở tất cả các cấp, dạy các kỹ năng về kỹ thuật số và internet như một phần của chương trình giảng dạy thông thường, đảm bảo sự nhạy cảm về giới và giải quyết mọi rào cản xã hội hoặc văn hóa ngăn cản phụ nữ tham gia đầy đủ với công nghệ. Khuyến khích các phụ nữ trẻ theo đuổi giáo dục và hướng nghiệp thông qua các chương trình cố vấn và học bổng của nhà nước. Thúc đẩy khởi nghiệp kỹ thuật số nhằm hỗ trợ phụ nữ Tây Nguyên hoà nhập vào hệ sinh thái khởi nghiệp số. Thái độ không ngại ngần của nữ giới đối với internet cho thấy điều này là rất quan trọng nhằm cung cấp tư vấn, đào tạo và hỗ trợ tài chính cho những phụ nữ quan tâm đến việc khởi nghiệp kinh doanh trực tuyến hoặc tận dụng Internet để tạo thu nhập. Thiết lập mạng lưới và nền tảng kết nối các doanh nhân nữ, cho phép họ chia sẻ kinh nghiệm và tiếp cận các nguồn tài nguyên.

Nâng cao nhận thức về lợi ích của việc sử dụng Internet bằng việc thực hiện các chiến dịch nâng cao nhận thức nêu bật những lợi ích của việc sử dụng Internet đối với việc trao quyền cho phụ nữ, giáo dục, chăm sóc sức khỏe và các cơ hội kinh tế. Tiếp cận nhiều đối tượng và thách thức các chuẩn mực giới tính truyền thống có thể cản trở việc sử dụng Internet của phụ nữ. Điều này cần phải được khuyến khích hoạch định chính sách có tính đến giới nhằm đảm bảo các điểm mấu chốt, quan trọng về giới được lồng ghép vào các quy trình hoạch

định chính sách liên quan đến truy cập internet và kiến thức kỹ thuật số. tác động của các chính sách nhằm giảm thiểu sự khác biệt về giới trong thái độ, kỹ năng và cách sử dụng internet. Cuối cùng là nghiên cứu và thu thập dữ liệu cụ thể, thường xuyên về sự khác biệt giới tính trong việc sử dụng Internet, kỹ năng và thái độ ở Tây Nguyên. Cần sử dụng dữ liệu này làm cơ sở hoạch định chính sách dựa trên bằng chứng và đo lường hiệu quả của các biện pháp can thiệp. Sử dụng và phân tích dữ liệu thu thập qua các ứng dụng trên internet để xác định các xu hướng mới nổi và điều chỉnh chính sách cho phù hợp.

Nghiên cứu này còn có một số hạn chế nhất định như cơ cấu và số lượng mẫu còn chưa đủ lớn để đạt được các mức ý nghĩa thống kê mong muốn trong việc kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Phép kiểm định phi tham số Chi-square và T-test mới chỉ cho phép nhận diện sự khác biệt về thái độ, kỹ năng và ý định sử dụng internet ở trạng thái “tĩnh” chứ chưa sử dụng các phương pháp phân tích số liệu đa biến nâng cao như hồi quy tuyến tính bội, hoặc hồi quy logistic regression để xác định các nhân tố dự báo đối với ý định sử dụng internet trong thời kỳ hậu COVID-19. Ngoài ra, việc sử dụng kết hợp cách chọn mẫu tiện lợi (convenient sampling) và chọn mẫu bóng tuyết (snow ball) với việc đối tượng được phỏng vấn tự điền phiếu khảo sát được thiết kế trên nền tảng Google-form

cho phép thu thập số liệu nhanh và điều kiện có hạn về nguồn lực, nhân lực. Điều đó có thể tạo nên một số điểm hạn chế như xác thực thông tin thêm hoặc chủ động trong phân bố mẫu về mặt địa lý, hoặc phân lớp (stratum) còn chưa được khắc phục. Tuy nhiên, vẫn không thể phủ nhận được là những giải pháp và khuyến nghị mà nghiên cứu này đưa ra là đã góp phần hướng đến mục tiêu có thể thu hẹp khác biệt giới trong thái độ, kỹ năng và cách sử dụng internet tại khu vực Tây Nguyên, trao quyền cho phụ nữ và thúc đẩy hòa nhập kỹ thuật số và các cơ hội công bằng để khai thác tốt tiềm năng và thế mạnh của vùng. Cuối cùng, nhóm người khuyết tật là nhóm người có tỷ lệ khá cao ở khu vực Tây Nguyên (Tổng Cục Thống kê 2018) nhưng sự khác biệt về thái độ, kỹ năng và ý định sử dụng Internet, cũng vẫn còn chưa được đề cập và so sánh sâu trong nghiên cứu này. Cần phải có một nghiên cứu chính thống về vấn đề này nhằm giúp cho các học giả, các nhà hoạt động chính sách và các nhà làm chính sách có thêm thông tin trong lĩnh vực này, giúp thu hẹp khoảng cách số tại khu vực Tây Nguyên.

Disclaimer: This paper is supported by the Australian Government through the Australian Alumni Grants Fund, Grant Number AAGF-R5-00011. The opinions expressed in this paper are those of the authors and do not necessarily reflect the views of the Australian Government

INTERNET ATTITUDE, INTERNET SKILLS AND USAGE INTENT IN THE POST COVID-19 ERA: A COMPARATIVE STUDY OF MALES AND FEMALES IN THE CENTRAL HIGHLANDS

Thai Thanh Ha¹, Nguyen Thanh Truc², Duong Van Ninh³, Ton Duc Sau⁴

Received Date: 30/10/2023; Revised Date: 03/12/2023; Accepted for Publication: 10/12/2023

ABSTRACT

This study was conducted in the Central Highlands of Vietnam from August to October 2023. It was started off with the construction of the conceptual framework on the basis of the literature review on the gender issues, internet attitude, internet skills and the usage of internet. With the usage of the Google Form designed to collect data from respondents there were 327 usable questionnaires accounting for 97% response rate in the Central Highlands of Vietnam. This response rate was considered as quite high

¹Foreign Trade University, Tay Nguyen University;

²Faculty of Economics, Tay Nguyen University;

³National Academy of Public Administration, Tay Nguyen Campus;

⁴Vietnam Golf Services Holdings;

Corresponding author: Thai Thanh Ha; Tel: 0935949999; Email: thaithanhha@ftu.edu.vn.

for such an empirical study of this kind. Data analysis was performed on spreadsheet platform and SPSS 22 in order to test the hypotheses. To compare the gender difference in the internet attitude and skills among male and female respondents, the Chi-square test and independent sample t-test were performed to test the hypotheses regarding the mean scores for those variables in the study framework. The findings indicate that there has been a significant difference among male and female respondents in the Central Highlands regarding the internet attitude, skill and the intent to use internet in the post-pandemic era on the basis of different statistical significance. The results of this research also assist the policy makers in drawing the recommendations in bridging the gender digital divide in the Central Highlands of Vietnam.

Keywords: *Internet attitude; Internet skills; Usage Intention; the Central Highlands*

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

Dương Thị Hoài Nhung và các tác giả (2021). Mở rộng cơ hội việc làm cho người khuyết tật thông qua phát triển nền tảng số tại Việt Nam; *Tạp chí Quản lý và Kinh tế quốc tế*, số 140 (09/2021), trang 50-69.

Tổng Cục Thống kê. (2018). Điều tra Quốc gia người khuyết tật 2016 (VDS 2016), Báo cáo cuối cùng. Hà Nội, Việt Nam, Nhà xuất bản Thống kê.

Tổng Cục Thống kê.(2022), Niên giám thống kê, https://www.gso.gov.vn/default_en.aspx?tabid=515&idmid=5&ItemID=19055, truy cập ngày 10/09/2023.

Tài liệu tiếng nước ngoài

Antonio A and Tuffley D (2014). The Gender Digital Divide in Developing Countries. *Future Internet*, 6 (15), 673-687; doi:10.3390/fi6040673.

Australian Digital Inclusion Index (ADII, 2023). Measuring Australia's digital divide. Retrieved from <https://www.digitalinclusionindex.org.au/>

Asia Pacific Foundation of Canada (2023). Vietnam in the Post-COVID Era: Realizing a 'Digital Country'. Retrieved from <https://www.asiapacific.ca/publication/vietnam-post-covid-era-realizing-digital-country>. Tiếp cận ngày 28/11/2023.

Beaunoyer E, Dupéré S, Guitton MJ (2020). COVID-19 and digital inequalities: Reciprocal impacts and mitigation strategies. *Computers in Human Behavior*;111. doi:10.1016/j.chb.2020.106424.

Dutton W, Reisdorf B (2019). Cultural divides and digital inequalities: attitudes shaping Internet and social media divides. *Information, Communication & Society*; 22(1):18–38. doi:10.1080/1369118X.2017.1353640. *Methodology* 2010;10(1):13. doi:10.1186/1471-2288-10-13.

Gui M, Argentin G (2011). Digital skills of internet natives: Different forms of digital literacy in a random sample of northern Italian high school students. *New Media & Society*;13(6):963–80. doi:10.1177/1461444810389751.

Hair et. al. (2005). "Multivariate Data analysis". 4ED, Prentice Hall Publishing House.

Hargittai E, Piper AM, Morris MR (2018). From internet access to internet skills: digital inequality among older adults. *Universal Access in the Information Society*. 4(8), 632-650. doi:10.1007/s10209-018-0617-5.

Hargittai E, and Shaw A (2013). Digitally Savvy Citizenship: The Role of Internet Skills and Engagement in Young Adults' Political Participation around the 2008 Presidential Election. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 57 (2), 115–34. doi:10.1080/08838151.2013.787079.

Internet World Stats. 2023. World Internet Users and 2023 Population Stats. Retrieved from: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>.

ITU (2023). The ICT Development Index (IDI): conceptual framework and methodology. Retrieved from <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2017/methodology.aspx>. Tiếp cận ngày 23/11/2023.

Karine B (2006), Gaps and Bits: Conceptualizing Measurements for Digital Divides, *The Information Society: An International Journal*, 22 (5), 269-278, doi: 10.1080/01972240600903953

Litt E. (2013) Measuring users' internet skills: A review of past assessments and a look toward the

- future. *New Media & Society*, 15 (4), 612–30. doi:10.1177/1461444813475424.
- Locani et al (2020). Cross-cultural study of Problematic Internet Use in nine European countries. *Computers in Human Behavior*, 84 (2018), 430-440, doi: 10.1016/j.chb.2018.03.020
- Mota F & Cilento I (2020), Competence for internet use: Integrating knowledge, skills, and attitudes; *Computers and Education Open*, 100015. doi.10.1016/j.caeo.2020.100015.
- Office for National Statistics (2022), Exploring the UK’s digital divide: How does internet usage and digital exclusion vary for men and women?; Retrived from <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/householdcharacteristics/homeinternetandsocialmediausage/articles/exploringtheuksdigitaldivide/2019-03-04#how-does-internet-usage-and-digital-exclusion-vary-for-men-and-women>.
- PEW Research Center (2023). The internet and the pandemic. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/internet/2021/09/01/the-internet-and-the-pandemic/>. Tiếp cận ngày 23/11/2023.
- PwC (2020), Vietnam Digital Readiness Report. Retrieved from <https://www.pwc.com/vn/en/publications/vietnam-publications/digital-readiness.html>
- PwC (2021) Vietnam’s survey on technology, jobs and skills. Retrieved from <https://www.pwc.com/vn/en/publications/2021/pwc-vietnam-digital-readiness-report-en.pdf>.
- Santos G. & Rosser U. (2021) COVID-19 Shines a Spotlight on the Digital Divide, *Change: The Magazine of Higher Learning*, 53:1, 22-25, DOI: 10.1080/00091383.2021.1850117.
- Ting C. (2016), The role of awareness in Internet non-use: experiences from rural China. *Information Development*;32(3):327-37. doi:10.1177/0266666914550425.
- Tsai C, Lin S, Tsai M. (2001). Developing an Internet Attitude Scale for high school students. *Computers & Education*;37(1):41–51. doi:10.1016/S0360-1315(01)00033-1
- UNICEF (2023), Viet Nam is among few countries demonstrating gender parity in digital skills and the use of internet. Retrieved from <https://www.unicef.org/vietnam/press-releases/viet-nam-among-few-countries-demonstrating-gender-parity-digital-skills-and-use>
- Van Deursen A, van Dijk J (2011). Internet skills and the digital divide. *New Media & Society*;13(6):893–911. doi:10.1177/1461444810386774.
- Van Deursen, A.J.A.M., Helsper, E.J. & Eynon, R. (2014). Measuring Digital Skills. From Digital Skills to Tangible Outcomes. Project report. Retrieved from www.oii.ox.ac.uk/research/projects/?id=112.
- Van der Zeeuw A, van Deursen A, Jansen G (2019). Inequalities in the social use of the Internet of things: A capital and skills perspective. *New Media & Society*;21(6):1344–61. doi:10.1177/1461444818821067.
- Yucel, D., & Chung, H. (2023). Working from home, work-family conflict, and the role of gender and gender role attitudes. *Community, Work & Family*, 26(2), 190–221. doi: 10.1080/13668803.2021.1993138.
- World Health Organization (2020). WHO Director-General’s opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020. Retrieved from <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-COVID-19---11-march-2020>. Tiếp cận ngày 21/11/2023.