

Các yếu tố ảnh hưởng đến dự định lựa chọn môi trường làm việc quốc tế của thế hệ Z: Trường hợp sinh viên tại Việt Nam

Nguyễn Thanh Hoàng*, Lê Tú Anh, Ngô Tiểu Hy, Cung Hồng Lợi, Nguyễn Lý Kim Ngân, Huỳnh Hoàng Vy, Lý Xuân Anh



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

TÓM TẮT

Nghiên cứu này nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến dự định lựa chọn nơi làm việc của thế hệ Z - những chủ nhân tương lai trong 20 năm tới. Sau khi đã kiểm định độ tin cậy và tính ổn định của thang đo từ 1073 câu trả lời khảo sát, kết quả của kiểm định hồi quy logistic đa thức cho thấy có đến 82,4% sinh viên chủ yếu tại các trường đại học trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh có năm sinh từ 2000 đến 2004 chọn làm việc cho các đơn vị nước ngoài. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn này là nhu cầu cá nhân, yếu tố kinh tế, và yếu tố tâm lý. Thế hệ Z tìm kiếm sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống, trên tinh thần cầu thị và phát triển bản thân; do vậy, các vấn đề về lương thưởng, quyền lợi của nhân viên, tiềm năng phát triển nghề nghiệp luôn là những yếu tố để lựa chọn môi trường làm việc. Nghiên cứu này đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm cho các nhà quản lý giáo dục quốc gia trong việc đề ra chiến lược đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao đáp ứng nhu cầu thị trường lao động; đồng thời với các giải pháp thu hút nguồn nhân lực cho sự phát triển nội tại và phát triển bền vững của đất nước. Kết quả này đã đóng góp vào sự phong phú cho mảng lý thuyết về thế hệ Z, về nguồn lực trong đầu tư quốc tế với trường hợp Việt Nam.

Từ khóa: Thế hệ Z, Gen Z, lựa chọn nơi làm việc, môi trường quốc tế, FDI, Việt Nam

MỞ ĐẦU

Thế hệ Z là nhóm nhân khẩu học gồm những người được sinh vào cuối những năm 1990 đến đầu những năm 2010¹⁻⁵. Với số lượng đông đảo nhất⁶ đây là nhóm người sẽ trở thành lực lượng lao động chủ chốt của thế giới trong 10-20 năm nữa. Hiện tại, thế hệ Z là những người tiên phong trong lĩnh vực công nghệ, điều này cho phép họ mở mang vốn kiến thức, học tập và làm việc ở đa dạng môi trường.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa đang diễn ra ngày càng mạnh mẽ, một thế giới không có đường biên là xu hướng tất yếu. Giờ đây, ai trong chúng ta cũng đều có cơ hội tiếp xúc, tìm hiểu thế giới bên ngoài thông qua một chiếc điện thoại và mạng internet. Điều này đã tác động đến việc lựa chọn nơi làm việc: trong nước hay quốc tế? Việc làm đối với thế hệ Z, vốn sẽ là những chủ nhân xã hội trong tương lai, là một vấn đề đáng quan tâm. Thế hệ Z có nhiều điểm mạnh như tự tin, hiểu rõ giá trị của bản thân, biết mình muốn gì và thích gì⁷ chấp nhận sự khác biệt trong cuộc sống⁸ và đặc biệt là họ có khả năng học hỏi, thích ứng cao, làm

việc dễ dàng với môi trường công nghệ⁹. Bên cạnh đó, những người trẻ tuổi này cũng có các điểm yếu như mức độ nhậy việc cao hơn hẳn các thế hệ trước^{10,11}, dễ mất tập trung và thiếu ngủ¹², và họ cũng rất dễ bị ảnh hưởng bởi mạng xã hội⁸. Một cách chung nhất, thế hệ Z được xem là những con người tiên phong trong công nghệ và những ngành nghề liên quan đến kỹ thuật số, sáng tạo và có thể làm việc xuyên biên giới. Liệu những đặc trưng này có tác động đến lựa chọn việc làm của sinh viên thuộc thế hệ Z tại Việt Nam hay không? Thế hệ Z lựa chọn nơi làm việc chịu tác động bởi những nhân tố nào? Đây là những vấn đề mà bài nghiên cứu này sẽ làm sáng tỏ.

Bài báo gồm có 5 phần: Phần 1 Mở đầu; Phần 2 trình bày cơ sở lý thuyết của nghiên cứu thông qua tham khảo các nghiên cứu trước; Phần 3 là phương pháp nghiên cứu và dữ liệu; Phần 4 Kết quả và Thảo luận kết quả nghiên cứu; Phần 5 là Kết luận.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ LỰA CHỌN MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC CỦA THẾ HỆ Z

Thế hệ Z nhận được nhiều sự quan tâm từ các học giả với những chủ đề như thái độ của thế hệ Z ở nơi làm việc¹³, khuôn khổ mới để tận dụng tính độc đáo của thế hệ tương lai⁹ các tác động mà thế hệ Z đem lại¹⁴,

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM, Việt Nam

Liên hệ

Nguyễn Thanh Hoàng, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, ĐHQG-HCM, Việt Nam

Email: hoangnguyennfir@hcmussh.edu.vn

Lịch sử

- Ngày nhận: 03-6-2022
- Ngày chấp nhận: 12-4-2023
- Ngày đăng: 15-5-2023

DOI:

<https://doi.org/10.32508/stdjssh.v7i1.776>



Bản quyền

© ĐHQG Tp.HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



^aCó sự khác biệt trong xác định chính xác năm bắt đầu và kết thúc của thế hệ Z. Đơn cử, Tulgan (2013) chọn là 1990s - 2000s; Twenge (2017) xác định thế hệ Z sinh ra từ giữa 1990s đến đầu 2010s, cụ thể là 1995-2012; Francis và Hoefel (2018) ghi nhận từ 1995-2010; Hecht E. (2022) sử dụng khung 1997 to 2012. Nghiên cứu này sẽ áp dụng khung 1995-2012.

Trích dẫn bài báo này: Hoàng N T, Anh L T, Hy N T, Lợi C H, Ngân N L K, Vy H H, Anh L X. Các yếu tố ảnh hưởng đến dự định lựa chọn môi trường làm việc quốc tế của thế hệ Z: Trường hợp sinh viên tại Việt Nam. *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 2023, 7(1):1850-1864.

đặc điểm và định hướng nghề nghiệp của thế hệ Z¹⁵. Nhiều nghiên cứu đã xác định các nhân tố tác động đến lựa chọn việc làm của thế hệ Z đến từ nhu cầu cá nhân¹⁶, các nhân tố về kinh tế¹⁷ các nhân tố về tâm lý⁹ và các nhân tố về môi trường¹⁶, công bằng xã hội¹⁰. Chi tiết của các nhân tố động cơ này được trình bày theo phân nhóm dưới đây.

Sự thúc đẩy của các nhân tố nhu cầu cá nhân (Individual needs): Sự tương tác và nâng cấp bản thân

Thế hệ Z biết nhận thức về giá trị của bản thân⁷, vì thế, công việc của họ xuất phát từ nhân tố nhu cầu cá nhân. Thế hệ Z luôn muốn học hỏi không chỉ ở mức độ trang bị kiến thức mà còn là nâng cấp bản thân thông qua việc được lắng nghe, được công nhận thành quả mình làm, hơn hết, những lời nhận xét có ích sẽ là động lực lớn để thế hệ Z trưởng thành và có kinh nghiệm hơn¹⁸. Thế hệ Z nói riêng và những cá nhân có xu hướng làm việc trong môi trường đa quốc gia nói chung cũng mong đợi các cơ hội được rèn giũa khả năng ngoại ngữ và kỹ năng thích ứng nhanh với môi trường làm việc đa văn hóa, từ đó giúp họ thăng tiến hơn trong công việc¹⁶. Bên cạnh đó, nơi làm việc phù hợp để phát triển bản thân, có sự cân bằng hợp lý giữa giờ làm việc và thời gian cá nhân, giúp mở rộng mối quan hệ của bản thân sẽ là một môi trường làm việc tích cực của Thế hệ Z¹⁹. Tuy nhiên, thế hệ này cũng thường bị đánh giá là có văn hoá “thích thì nghỉ” bởi họ muốn được tự do, thoải mái, làm điều mình thích chứ không muốn bị gò ép hay nghe theo định hướng của phụ huynh. Họ nghĩ rằng bản thân có nhiều thời gian và cơ hội để thử cho đến khi thực sự chọn được một nơi phù hợp, chọn được hướng đi cho sự nghiệp¹¹.

Sự thúc đẩy của các nhân tố kinh tế (Economic-driven): Tính ổn định và Thu nhập

Vượt qua sự khủng hoảng kinh tế sau COVID-19 cũng như cuộc khủng hoảng năm 2008 của thế hệ đi trước, thế hệ Z mong muốn một công việc có tính ổn định. Một cuộc khảo sát được thực hiện bởi Inside-out Development cho thấy: trong 1000 người thì 69% ưu tiên chọn công việc an toàn hơn là vì đam mê. Cụ thể là những ngành nghề có mức lương ổn định qua các năm, mong muốn được gắn bó lâu dài với công ty²⁰. Ngoài mong muốn tính ổn định tại nơi làm việc, lương thưởng cũng là một trong những yếu tố quyết định đến lựa chọn việc làm. Lý do thế hệ Z xem lương thưởng là yếu tố quan trọng khi chọn việc vì đối với họ, lương cao chính là một minh chứng cho sự thành

công²⁰ và việc tiết kiệm cho tuổi về hưu cũng là một mục tiêu mà các bạn này đặt ra cho chính mình²¹. Ngoài ra, lương thưởng cao có thể giúp thế hệ Z có một cuộc sống tự do tài chính và thoải mái hơn. Độc lập về tài chính, không phụ thuộc vào cha mẹ hoặc nguồn lương nào, có khả năng mua sắm được tài sản có giá trị cao (như nhà ở) là những nguyện vọng của thế hệ Z²². Khả năng đảm bảo về mặt tài chính phù hợp với nghề nghiệp là nền tảng xây dựng cách thế hệ Z; hay nói cách khác thế hệ Z sẽ cân nhắc đầu là công việc có thể đưa họ đến gần với mong muốn độc lập tự do tài chính.

Sự thúc đẩy của các nhân tố về tâm lý (psychology-driven): cộng đồng mạng và sự tự tin

Thế hệ Z là thế hệ được sinh ra trong giai đoạn xã hội có nhiều biến động về kinh tế với những cuộc khủng hoảng tài chính, cùng với sự phát triển không ngừng của công nghệ thông tin – những điều này đã ảnh hưởng đến xu hướng lựa chọn việc làm của thế hệ này. Là một thế hệ luôn xuất hiện trong mình nhiều sự mâu thuẫn⁹, các bạn có xu hướng tìm hiểu, lắng nghe và dựa vào môi trường xung quanh mình để quyết định hướng lựa chọn việc làm và không hoàn toàn đủ vững vàng để dựa vào sở thích, sở trường và sở đoản của mình để lựa chọn việc làm²¹. Chính vì thế, thế hệ Z có mong muốn được kết nối với cộng đồng như làm việc trong môi trường có thể tương tác với đồng nghiệp, cấp trên và khách hàng, cộng đồng²³ để được học hỏi thêm về kỹ năng làm việc và cách giao tiếp, cũng như củng cố niềm tin vào bản thân hơn. Do đó, một đơn vị làm việc có thể tạo điều kiện để thế hệ Z được phát triển những giá trị tinh thần và kỹ năng làm việc sẽ có thể thu hút họ.

Bên cạnh đó, tự ti về việc không đủ những kỹ năng mềm cần thiết là một rào cản tâm lý lớn trong quá trình tìm kiếm việc làm²¹. Điều này dẫn đến hệ quả thế hệ này lựa chọn việc làm thường mang tính không ổn định và có ý định gắn bó lâu dài ở một đơn vị.

Sự thúc đẩy của các nhân tố môi trường - xã hội (environment - society): bảo vệ môi trường, trách nhiệm xã hội và không gian mở

Thế hệ Z là một thế hệ giàu cảm xúc, họ nhạy cảm với những thay đổi xung quanh mình¹⁰. Thế hệ Z ngày càng quan tâm đến việc đóng góp công sức cải thiện xã hội, làm những điều có ý nghĩa hơn là kiếm được nhiều tiền²⁴. Một trong những điều ý nghĩa là vấn đề bảo vệ môi trường và quan tâm đến môi trường chính trị để xây dựng đất nước. Max Mihelich²⁵ đã

mô tả rằng thế hệ Z rất quan tâm đến các vấn đề môi trường như sự nóng lên toàn cầu hay tình trạng biến đổi khí hậu, điều này cho thấy rằng họ có tinh thần trách nhiệm cao đối với tài nguyên thiên nhiên. Các đơn vị quan tâm đến bảo vệ môi trường và các giá trị phát triển bền vững¹⁶, các đơn vị có quan điểm chính trị và chính sách tương đồng về những vấn đề đương đại như bình đẳng, không phân biệt đối xử về giới hay chủng tộc¹³ và các đơn vị tôn trọng sự khác biệt¹² cũng là những nơi mà thế hệ Z ưu tiên đầu tư vào. Dịch COVID-19 vừa qua cũng đã làm thay đổi tư duy của thế hệ Z về môi trường làm việc: họ đã bắt đầu tìm kiếm những công việc có thể làm từ xa mà vẫn đảm bảo tiến độ. Ngoài ra, những đơn vị có chiến lược về tương lai nhân loại, đặc biệt là tương lai hậu đại dịch COVID-19 cũng khiến cho các thế hệ Z có thêm niềm tin để quyết định làm việc tại đó²⁶. Tổng hợp từ các nghiên cứu trước đây, có bốn nhóm nhân tố tác động đến dự định lựa chọn môi trường làm việc của thế hệ Z bao gồm sự thúc đẩy của các nhân tố kinh tế, sự thúc đẩy của các nhân tố về tâm lý, sự thúc đẩy của các nhân tố nhu cầu cá nhân, sự thúc đẩy của các nhân tố môi trường - xã hội.

Bảng 1 trình bày tiêu chí được sử dụng trong nghiên cứu này. Trong đó, nhân tố “Lựa chọn môi trường làm việc” là biến phụ thuộc với 03 biến đo lường. Bốn biến độc lập bao gồm bốn nhân tố chính: “Nhu cầu cá nhân” có 04 biến đo lường, “Kinh tế” có 06 biến đo lường, “Tâm lý” có 04 biến đo lường “Môi trường xã hội” có 04 biến đo lường.

Giả thuyết đặt ra là cả bốn nhân tố này đều là động cơ tác động thuận chiều đến lựa chọn môi trường làm việc nội địa hoặc quốc tế của thế hệ Z. Tuy nhiên, khi đặt trong sự lựa chọn, thế hệ Z có xu hướng chọn làm việc trong môi trường quốc tế.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VÀ DỮ LIỆU

Nghiên cứu này nhằm mục đích xác định các nhân tố ảnh hưởng đến dự định lựa chọn môi trường làm việc quốc tế của thế hệ Z. Do vậy, thế hệ Z là đối tượng được mời tham gia nghiên cứu. Bởi vì phương pháp khảo sát thường được sử dụng để thu thập thông tin về thái độ và hành vi²⁷; người tham gia khảo sát sẽ cho ý kiến cá nhân thông qua hình thức bản câu hỏi. Do vậy, nghiên cứu này áp dụng phương pháp nghiên cứu định lượng thông qua khảo sát bản câu hỏi.

Như đã trình bày ở trên, mục đích nghiên cứu là xác định các nhân tố tác động đến lựa chọn môi trường làm việc; do vậy, giới hạn độ tuổi từ 18 đến 27, tương ứng năm sinh trong khoảng 1995 – 2004 được mời tham gia khảo sát. Bảng hỏi qua hình thức Google

form, được đăng trên các diễn đàn sinh viên của các trường đại học, chủ yếu trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh và các khu vực lân cận. Bảng khảo sát còn tiếp cận đối tượng khảo sát thông qua email được gửi đến các câu lạc bộ của các trường đại học. Như vậy, mẫu được chọn ngẫu nhiên trong nhóm tuổi và chủ yếu ở nhóm sinh viên.

Bảng hỏi gồm có 02 phần chính: thông tin cá nhân và các nhân tố ảnh hưởng đến việc lựa chọn môi trường làm việc. Phần 1 là thông tin cá nhân bao gồm các câu hỏi về: ngành được đào tạo, trường học, quan điểm về cân bằng công việc và cuộc sống, và lựa chọn môi trường chính để làm việc. Phần 2 là các câu hỏi sắp xếp theo năm nhân tố ảnh hưởng đến lựa chọn môi trường làm việc (xem Bảng 2). Các câu hỏi được áp dụng thang đo Likert với 05 mức độ từ thấp đến cao (từ 1 là rất không đồng ý đến 5 là rất đồng ý).

Trong một nghiên cứu xã hội học với số lượng đối tượng khảo sát tương đối lớn như nghiên cứu này (những người sinh trong khoảng thời gian từ 1995-2004) có rất nhiều cách thức tính cỡ mẫu. Tham khảo từ nhiều tác giả, số lượng mẫu nhỏ nhất có thể chấp nhận khoảng 400 với mức độ tin cậy 95% và ước tính sai số 5%²⁸. Trong thời gian khảo sát từ tháng 02 đến tháng 3 năm 2022, tổng số bảng trả lời nhận được là 1113. Có 40 bản trả lời bị loại do diễn thông tin không đúng yêu cầu và ngoài độ tuổi hạn định. Có 1073 câu trả lời có giá trị đưa vào phân tích, số lượng mẫu này cũng như đáp ứng yêu cầu về cỡ mẫu.

Kỹ thuật phân tích dữ liệu bao gồm thống kê mô tả dữ liệu, kiểm định thang đo bao gồm kiểm định độ tin cậy (Reliability test) và tính chuẩn xác (Validity test), và kiểm định hồi quy logistic đa thức (Multinomial logistic regression) trên phần mềm SPSS 20.

KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Mô tả mẫu nghiên cứu

Đối tượng khảo sát của nghiên cứu được thống kê phân chia theo hai nhóm tuổi: nhóm 1995-1999 là những người thuộc thế hệ Z nhưng đã tốt nghiệp đại học và nhóm 2000-2004 là những sinh viên đại học và học sinh trung học chuẩn bị vào đại học. Các nhóm đặc điểm bao gồm chuyên ngành đào tạo, trường đào tạo, quan điểm sống, và lựa chọn nơi làm việc. Bảng 2 tổng hợp các đặc điểm của người tham gia khảo sát.

Về độ tuổi, trong số 1073 người tham gia khảo sát, có 34 người thuộc nhóm 1995-1999 và 1039 người trong độ tuổi 2000-2004. Trong số này, không có trường hợp là học sinh trung học; cá biệt có 9 trường hợp là du học sinh và sinh viên trường quốc tế.

Về chuyên ngành đào tạo, phân thành hai nhóm chính. Nhóm ngành “có yếu tố quốc tế” bao gồm các ngành

Bảng 1: Bảng tiêu chí đo lường động cơ lựa chọn việc làm của thế hệ Z

STT	Tiêu chí đo lường	Ký hiệu	Nguồn
Dự định lựa chọn môi trường làm việc			
1	Làm việc cho đơn vị trong nước (các đơn vị thuần túy Việt Nam như cơ quan nhà nước, công ty trong nước)		Tác giả
2	Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước (bao gồm các tổ chức/đơn vị nước ngoài, các công ty đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), đặt trụ sở trong nước)		Tác giả
3	Làm việc ở nước ngoài		Tác giả
Động cơ cá nhân			
1	Môi trường làm việc thoải mái, ít gò bó	CN1	McLaren (2019) Giang, N (2021)
2	Được bồi dưỡng qua công việc, có thêm kinh nghiệm, nâng cấp bản thân, phát triển bản thân	CN2	Rachmawati (2019)
3	Được rèn giũa khả năng ngoại ngữ và thích ứng trong môi trường đa văn hóa	CN3	Rachmawati (2019)
4	Mở rộng mối quan hệ	CN4	Rachmawati. (2019)
Động cơ kinh tế			
5	Cơ hội phát triển nghề nghiệp và bản thân	KT1	McLaren (2019)
6	Công việc an toàn, có độ ổn định	KT2	Đoàn Trúc, 2021
7	Công việc có ý nghĩa, nâng cao chất lượng đời sống	KT3	Workforce Institute (2019)
8	Đầy đủ phụ cấp và bảo hiểm	KT4	Workforce Institute (2019)
9	Tiết kiệm cho tuổi về hưu	KT5	Workforce Institute (2019)
10	Lương cao tương xứng thành công	KT6	Elle (2021)
Động cơ tâm lý			
11	Bị ảnh hưởng bởi những chuẩn mực, giá trị truyền thống và ý kiến của xã hội	TL1	Bencsik, Juhász, & Horváth-Csikós, 2016
12	Bị ảnh hưởng bởi xu hướng công việc mới nổi	TL2	Bencsik, Juhász, & Horváth-Csikós, 2016
13	Bị áp lực đồng trang lứa (peer-pressure)	TL3	Workforce institute, 2019
14	Muốn được kết nối với đồng nghiệp, cấp trên, khách hàng, cộng đồng	TL4	Fodor, Jäckel, & Szilagyi, 2018
Động cơ môi trường xã hội			
15	Đơn vị quan tâm đến bảo vệ môi trường và các giá trị phát triển bền vững	XH1	Rachmawati, D. (2019).
16	Đơn vị có quan điểm chính trị và chính sách tương đồng về những vấn đề đương đại như bình đẳng, không phân biệt đối xử (ví dụ: giới, chủng tộc...)	XH2	Gaidhani, Arora & Sharma, 2019
17	Đơn vị có chiến lược về tương lai nhân loại đặc biệt hậu đại dịch COVID	XH3	McKinsey, 2021
18	Công ty tôn trọng sự khác biệt	XH4	Pichler, 2021

Nguồn: Tác giả tổng hợp

ngôn ngữ nước ngoài (như Anh, Pháp, Đức, Trung), ngành du lịch, ngoại thương và quan hệ quốc tế chiếm khoảng 2/3 tổng mẫu với tỷ lệ 64,6% (tương đương 693 người). Nhóm ngành khác (đơn cử như kỹ thuật, kinh tế, y dược, xã hội học) chiếm 35,4%.

Về trường đào tạo, hầu hết các trường hợp thuộc về trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh (85,6%); còn lại là sinh viên thuộc các trường thành viên Đại học quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh như Bách Khoa, Tự nhiên, Quốc tế và một số trường khác như RMIT.

Quan điểm về cuộc sống, 16% người trả lời cho rằng sẽ dành nhiều thời gian hơn cho công việc; chỉ có 3,7% sẽ dành nhiều thời gian hơn cho sở thích cá nhân; và hầu hết 80,3% chọn cách cân bằng cuộc sống làm việc hết mình song song với hưởng thụ cuộc sống.

Về lựa chọn môi trường làm việc, có 15,8% người lựa chọn làm việc cho đơn vị trong nước; trong khi đó có đến 75,6% chọn làm việc cho đơn vị nước ngoài nhưng tại Việt Nam; và chỉ có con số khá nhỏ là 8,6% chọn làm việc ở nước ngoài. Nếu đứng dưới góc độ “làm việc cho nước ngoài” thì có đến 84,2% chọn. Nhưng nếu nhìn từ vị trí “lãnh thổ” thì có đến 91,4% chọn làm việc tại quê nhà.

Tính chung, tỷ lệ chọn làm việc cho đơn vị nước ngoài của nhóm ngành đào tạo có yếu tố quốc tế lên đến 89,5% (80,6% + 8,9%); trong khi đó, nhóm ngành còn lại có lựa chọn cũng rất cao 74,5% (66,3% + 8,2%). Bảng 3 thể hiện chi tiết các con số này. Tất nhiên lựa chọn làm việc tại quê nhà là chiếm tỷ lệ cao hơn ở cả hai nhóm.

Điều thú vị là có đến $\frac{1}{4}$ người trong nhóm “dành nhiều thời gian hơn cho sở thích cá nhân” lại lựa chọn làm việc cho đơn vị trong nước (xem Bảng 4), cao hơn hẳn so với các nhóm khác. Nhóm này cũng có tỷ lệ chọn làm việc ở nước ngoài gần như cao nhất (10%).

Kiểm định thang đo

Các câu hỏi trong bản hỏi được xây dựng dựa trên cơ sở lý thuyết của các công bố trước đây (xem lại Bảng 1). Tuy nhiên, các câu trả lời vẫn được thực hiện các kiểm định như dưới đây để đảm bảo độ tin cậy và tính chuẩn xác của thang đo.

Kiểm định độ tin cậy

Phương pháp hệ số tin cậy Cronbach's Alpha được sử dụng nhằm loại ra các biến không phù hợp vì các biến này có thể tạo ra các nhân tố giả²⁹. Việc dựa vào các hệ số Cronbach's Alpha tổng > 0.6 (Alpha càng lớn thì độ tin cậy càng lớn) giúp loại ra những biến quan sát không đóng góp vào việc mô tả khái niệm cần đo. Hệ số Cronbach's Alpha nếu xóa bỏ biến quan sát biểu

diễn hệ số Cronbach's Alpha giúp đánh giá loại bỏ biến quan sát, nếu hệ số này ≥ 0.3 thì biến đó đạt yêu cầu³⁰. Vì thế, các biến quan sát có hệ số tương quan biến tổng < 0.3 thì sẽ bị loại bởi những biến quan sát này không đáng tin cậy, làm ảnh hưởng đến kết quả nghiên cứu. Bảng 5 tổng hợp kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo.

Kiểm định tính chuẩn xác

Phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis) được sử dụng để tìm xem có bao nhiêu nhân tố chính trong tổng số các biến sau khi loại bỏ các tiêu chí đo lường không phù hợp trong các biến³¹.

Bộ dữ liệu có tính chuẩn xác khi thỏa mãn được những điều kiện như dưới đây:

- Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) ≥ 0.5 và ≤ 1 là điều kiện đủ để phân tích nhân tố là phù hợp²⁶.
- Kiểm định Bartlett có Sig. < 0.05³².
- Tổng phương sai trích (Total Variance Explained $\geq 50\%$)³³
- Những nhân tố nào có Eigenvalue ≥ 1 mới được giữ lại trong mô hình phân tích³¹.
- Hệ số tải nhân tố (Factor Loading) phải lớn hơn 0.3 đến 0.4 với tối thiểu 350 mẫu khảo sát là điều kiện để biến được cân nhắc giữ lại³⁴.

Thực hiện kiểm định Bartlett, ta thấy trị số KMO bằng 0.88 (Xem Bảng 6), Kiểm định Bartlett có Sig. Bartlett's Test bằng 0.000 (tức < 0.05). Vậy 4 biến độc lập gồm các nhân tố kinh tế, tâm lý, cá nhân và xã hội đáp ứng được điều kiện và sử dụng trong phân tích nhân tố.

Kết quả ma trận xoay tại Bảng 7 cho thấy 16 biến quan sát được gom thành 4 nhân tố mới như sau:

Với kết quả từ hai kiểm định trên, thang đo hoàn toàn đạt yêu cầu về độ tin cậy và tính chuẩn xác.

Kiểm định giả thuyết

Nhắc lại, biến phụ thuộc trong nghiên cứu này là dự định lựa chọn môi trường làm việc. Đây là biến định danh (nominal variable) có ba lựa chọn: (1) Làm việc cho đơn vị trong nước; (2) Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước; (3) Làm việc ở nước ngoài. Do vậy, kiểm định được áp dụng là hồi quy logistic đa thức.

Kết quả Goodness-of-Fit nhằm giải thích mức độ phù hợp của dữ liệu so với mô hình nghiên cứu. Giá trị Chi-square càng nhỏ thì mô hình càng phù hợp; đồng thời Sig phải $\geq 5\%$. Bảng 8 cho thấy Chi-Square đạt 1934.451 và sig. tương đương 0.582. Do vậy, đây là mô hình phù hợp.

Kiểm định Likelihood Ratio Test nhằm xác định liệu các biến độc lập có ý nghĩa tác động thống kê đến biến

Bảng 2: Mô tả mẫu khảo sát

		Năm sinh		Tổng (người)	Tỷ lệ (%)
		1995-1999	2000-2004		
Ngành đào tạo	Ngành có yếu tố quốc tế	20	673	693	64,6
	Ngành khác	14	366	380	35,4
Cộng		34	1039	1073	
Trường ĐH	USSH	20	901	921	85,6
	Trường khác	14	138	152	14,4
Cộng		34	1039	1073	
Quan điểm sống (QĐ)	Dành nhiều thời gian hơn cho công việc	6	166	172	16,0
	Dành nhiều thời gian hơn cho sở thích cá nhân	2	38	40	3,7
	Làm việc hết mình song song với hưởng thụ cuộc sống	26	835	861	80,3
Cộng		34	1039	1073	
Lựa chọn	Làm việc cho đơn vị trong nước	6	164	170	15,8
	Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước	20	791	811	75,6
	Làm việc ở nước ngoài	8	84	92	8,6
Cộng		34	1039	1073	

Nguồn: Tác giả

Bảng 3: Thống kê chéo giữa Ngành đào tạo và Lựa chọn môi trường làm việc

		Lựa chọn			Tổng (người)
		Làm việc cho đơn vị trong nước	Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước	Làm việc ở nước ngoài	
Ngành đào tạo	Ngành có yếu tố quốc tế	73 (10,5%)	559 (80,6%)	61 (8,9%)	693 (100%)
	Ngành khác	97 (25,5%)	252 (66,3%)	31 (8,2%)	380 (100%)
Cộng		170	811	92	1073

Nguồn: Tác giả

Bảng 4: Thống kê chéo giữa Quan điểm sống và Lựa chọn môi trường làm việc

		Lựa chọn			Tổng (người)
		Làm việc cho đơn vị trong nước	Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước	Làm việc ở nước ngoài	
Quan điểm sống	Dành nhiều thời gian hơn cho công việc	30 (17.4%)	124 (72.1%)	18 (10.7%)	172 (100%)
	Dành nhiều thời gian hơn cho sở thích cá nhân	10 (25%)	26 (65%)	4 (10%)	40 (100%)
	Làm việc hết mình song song với hưởng thụ cuộc sống	130 (15.1%)	661 (76.8%)	70 (8.1%)	861 (100%)
Cộng		170	811	92	1073

Nguồn: Tác giả

Bảng 5: Tổng hợp kết quả kiểm định độ tin cậy

STT	Nhân tố	Ký hiệu	Giá trị Cronbach alpha	Loại biến
1	Cá nhân	CN	0.829	Môi trường làm việc thoải mái, ít gò bó (CN1)
2	Kinh tế	KT	0.745	
3	Tâm lý	TL	0.714	Muốn được kết nối với cộng đồng (TL4)
4	Xã hội	XH	0.837	

Nguồn: Tác giả

Bảng 6: Kết quả kiểm định EFA

KMO and Bartlett's Test	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.880
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	df
	Sig.
	6063.378
	120
	.000

Nguồn: Tác giả

phụ thuộc hay không. Bảng 9 cho thấy hai biến Cá nhân (sig. tương đương .000) và Kinh tế (sig. tương đương .017) có tác động lên dự định lựa chọn môi trường làm việc của thế hệ Z.

Tuy nhiên, kết quả ước lượng tham số (Parameter Estimates) sẽ cung cấp chi tiết hơn khi đặt trong mối quan hệ so sánh giữa các lựa chọn với nhau.

Ta cần biết, hệ số dương của một biến giải thích cho biết tỷ số odds tăng cho lựa chọn còn lại hơn lựa chọn tham chiếu, khi giữ nguyên các biến giải thích khác. Hệ số âm của một biến giải thích hàm ý rằng tỷ số odds ủng hộ lựa chọn tham chiếu lớn hơn so với các lựa chọn còn lại. Tỷ số odds cho biết phương án

tham chiếu được ưa thích hơn phương án khác là bao nhiêu³⁵.

(1) Phân tích so sánh giữa lựa chọn Làm việc cho đơn vị trong nước (biến tham chiếu, Lựa chọn 1) với Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước (Lựa chọn 2) và Làm việc ở nước ngoài (Lựa chọn 3); các biến “XH”, “CN”, “KT”, “TL” và “Quan điểm sống (QĐ)” là biến những biến giải thích. Kết quả ở Bảng 10.

Kết quả Bảng 10 cho thấy các biến XH, KT, TL đều không có mối quan hệ thống kê đến lựa chọn nơi làm việc trong nước đặt trong so sánh với các lựa chọn khác do giá trị của các sig đều lớn hơn 0,05 (5%); chỉ có biến Cá nhân có quan hệ thống kê trong cả hai

Bảng 7: Ma trận xoay nhân tố

Rotated Component Matrix ^a				
	Component			
	1	2	3	4
XH2	.781			
XH3	.764			
XH1	.763			
XH4	.677			
CN3		.782		
CN2		.747		
CN4		.698		
KT1		.531		
KT4			.756	
KT2			.693	
KT5			.664	
KT3			.544	
KT6			.465	
TL2				.836
TL1				.789
TL3				.744

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
 a. Rotation converged in 7 iterations.

Nguồn: Tác giả

Bảng 8: Goodness-of-Fit

	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	1934.451	1948	0.582
Deviance	1389.090	1948	1.000

Nguồn: Tác giả

trường hợp (sig=0.000).

So sánh giữa hai nhóm Làm việc cho các đơn vị trong nước và Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước:

Hệ số B=0,52 có ý nghĩa rằng khi độ ảnh hưởng của nhân tố Cá nhân tăng một đơn vị thì log (odds) tăng khoảng 0,52 cho lựa chọn Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước so với Làm việc cho đơn vị trong nước. Khi đặt nhân tố Cá nhân trong mối quan hệ với nhân tố Quan điểm sống, log (odds) giảm 0,105 (B=-0,105) cho Làm việc cho các đơn vị nước ngoài trong nước so với Làm việc cho các đơn vị trong nước nếu các đối tượng chuyển từ QĐ3 (Làm việc hết mình

song song với hưởng thụ cuộc sống) sang QĐ1 (Dành nhiều thời gian hơn cho công việc).

So sánh giữa hai nhóm Làm việc cho các đơn vị trong nước và Làm việc ở nước ngoài:

Hệ số B=0,918 có ý nghĩa rằng khi độ ảnh hưởng của nhân tố CN tăng một đơn vị thì log (odds) tăng khoảng 0,918 cho lựa chọn Làm việc ở nước ngoài so với Làm việc cho đơn vị trong nước. Khi đặt nhân tố CN trong mối quan hệ với nhân tố Quan điểm sống, log (odds) tăng 0,272 (B=0,272) cho Làm việc ở nước ngoài so với Làm việc cho các đơn vị trong nước nếu các đối tượng chuyển từ QĐ3 sang QĐ1.

Bảng 9: Likelihood Ratio Test

Effect	Model Fitting Criteria		Likelihood Ratio Test		
	-2 Log Likelihood of Reduced Model		Chi-Square	df	Sig.
Intercept	1425.042a		.000	0	.
XH	1427.808		2.766	2	.251
CN	1471.120		46.078	2	.000
KT	1433.184		8.142	2	.017
TL	1430.479		5.437	2	.066
QuanDiem	1427.944		2.902	4	.574

The chi-square statistic is the difference in -2 log-likelihoods between the final model and a reduced model. The reduced model is formed by omitting an effect from the final model. The null hypothesis is that all parameters of that effect are 0.

a. This reduced model is equivalent to the final model because omitting the effect does not increase the degrees of freedom.

Nguồn: Tác giả

(2) Phân tích so sánh giữa lựa chọn Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước (Lựa chọn 2) và Làm việc ở nước ngoài (biến tham chiếu - Lựa chọn 3); các biến “XH”, “CN”, “KT”, “TL” và “Quan điểm sống (QĐ)” là biến những biến giải thích. Kết quả ở Bảng 11.

So sánh giữa hai nhóm Làm việc cho các đơn vị trong nước và Làm việc ở nước ngoài:

Kết quả Bảng 11 cho thấy chỉ có biến XH (sig=0,699) không có mối quan hệ thống kê đến lựa chọn Làm việc ở nước ngoài đặt trong so sánh với Làm việc cho các đơn vị nước ngoài trong nước. Các biến CN (sig=0.001), KT (sig=0.044), và TL (sig=0.009) đều có quan hệ thống kê.

Đối với nhân tố CN, hệ số B=-0,398 có ý nghĩa rằng khi độ ảnh hưởng của nhân tố CN tăng một đơn vị thì log (odds) giảm khoảng 0,398 cho lựa chọn Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước so với Làm việc ở nước ngoài. Khi đặt nhân tố CN trong mối quan hệ với nhân tố Quan điểm sống, log (odds) giảm 0,378 (B=-0,378) cho lựa chọn Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước so với Làm việc ở nước ngoài nếu các đối tượng chuyển từ QĐ3 sang QĐ1.

Đối với nhân tố KT, hệ số B=0,216 có ý nghĩa rằng khi độ ảnh hưởng của nhân tố KT tăng một đơn vị thì log (odds) tăng khoảng 0,216 cho lựa chọn Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước so với Làm việc ở nước ngoài. Khi đặt nhân tố KT trong mối quan hệ với nhân tố Quan điểm sống, log (odds) giảm 0,378 (B=-0,378) cho lựa chọn Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước so với Làm việc ở nước ngoài nếu các đối tượng chuyển từ QĐ3 sang QĐ1.

Đối với nhân tố TL, hệ số B=0,294 có ý nghĩa rằng khi độ ảnh hưởng của nhân tố TL tăng một đơn vị thì log (odds) tăng khoảng 0,294 cho lựa chọn Làm việc cho

đơn vị nước ngoài trong nước so với Làm việc ở nước ngoài.

Khi đặt nhân tố CN, KT, và TL trong mối quan hệ với nhân tố Quan điểm sống, log (odds) giảm 0,378 (B=-0,378) cho lựa chọn Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước so với Làm việc ở nước ngoài nếu các đối tượng chuyển từ QĐ3 sang QĐ1.

Từ kết quả của ba cặp so sánh, chúng ta nhận thấy rằng: nhân tố nhu cầu Cá nhân (CN) có ảnh hưởng đến cả ba lựa chọn môi trường làm việc. Khi ảnh hưởng của nhu cầu cá nhân tăng lên, thể hệ Z có xu hướng hướng ngoại (Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước và Làm việc ở nước ngoài). Nhân tố Kinh tế (KT) và Tâm lý (TL) chỉ có ảnh hưởng đến lựa chọn giữa làm việc cho đơn vị nước ngoài đặt trụ sở trong nước và làm việc hẳn ở nước ngoài. Khi các yếu tố kinh tế và tâm lý được đáp ứng hơn, thể hệ Z có xu hướng chọn làm việc trong nước nhưng với các đơn vị nước ngoài thay vì làm việc ở nước ngoài.

Nhân tố nhu cầu cá nhân có tác động tích cực đến lựa chọn môi trường làm việc của thể hệ Z. Trong thực tế, sự thăng tiến nhanh chóng trong sự nghiệp là ưu tiên hàng đầu của thể hệ Z¹⁶ bởi đây là một động lực để họ cố gắng, chuyên tâm công việc hơn. thể hệ Z được cho là thể hệ ham học hỏi, một trong những tiêu chí khiến họ chọn một công việc là công việc đó có thể cho họ những điều mới mẻ để có thể cải thiện bản thân¹⁹. Thể hệ Z cũng muốn nâng cao trình độ ngoại ngữ để có thể thích ứng với môi trường đa văn hóa – đây cũng là một yếu tố làm ảnh hưởng đến lựa chọn việc làm của thể hệ Z. Ngày nay, các quốc gia thường xuyên có những chương trình trao đổi sinh viên, các công ty nước ngoài ngày càng phát triển tại Việt Nam với mức lương hậu hĩnh cùng môi trường làm việc năng động, sáng tạo, chính những điều này đã thu hút giới

Bảng 10: Ước lượng tham số

Parameter Estimates									
CHOICEC ^a	B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)		
							Lower Bound	Upper Bound	
Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước	Interc	1.706	.102	282.283	1	.000			
	XH	.054	.089	.366	1	.545	1.056	.886	1.258
	CN	.520	.087	35.432	1	.000	1.682	1.417	1.995
	KT	.093	.086	1.171	1	.279	1.098	.927	1.300
	TL	.123	.090	1.870	1	.171	1.131	.948	1.348
	[QĐ=	-.105	.234	.203	1	.652	.900	.569	1.423
	[QĐ=	-.329	.402	.668	1	.414	.720	.327	1.583
	[QĐ= 0 ^b	.	.	.	0
Làm việc ở nước ngoài	Interc	-.700	.164	18.274	1	.000			
	XH	.013	.130	.010	1	.920	1.013	.785	1.308
	CN	.918	.142	41.903	1	.000	2.504	1.896	3.306
	KT	-.122	.129	.897	1	.344	.885	.687	1.140
	TL	-.172	.135	1.610	1	.204	.842	.646	1.098
	[QĐ=	.272	.349	.610	1	.435	1.313	.663	2.602
	[QĐ=	.298	.637	.220	1	.639	1.348	.387	4.693
	[QĐ= 0 ^b	.	.	.	0

a. The reference category is: Làm việc cho đơn vị trong nước.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

Nguồn: Tác giả

trẻ Việt Nam. Thực tế, trong bảng khảo sát cho thấy yếu tố về ngoại ngữ đạt mức cao nhất (mức 5) với 523 người đồng tình. Thế hệ Z khi đi làm cũng hy vọng mở rộng mối quan hệ để tìm kiếm cơ hội trở thành công dân toàn cầu. Mối quan hệ của thế hệ Z không chỉ dừng ở phạm vi trong nước mà còn vượt ra khỏi lãnh thổ. Câu chuyện này bắt nguồn từ sự phát triển không ngừng của mạng Internet, chúng khiến người sử dụng các mạng xã hội như Facebook, Instagram, và Zalo tăng cao, từ đó, họ có nhiều cơ hội hơn để kết bạn những người ngoại quốc trong các không gian tương tác ảo³⁶. Một lý do để thế hệ Z muốn có thêm những người bạn ngoại quốc chính là để vượt qua rào cản ngôn ngữ bởi vì ngành Giáo dục Việt Nam đang tăng cường nâng cao chất lượng ngoại ngữ của học sinh,

sinh viên trong nước, từ đó giúp Việt Nam đẩy nhanh quá trình hội nhập, giao lưu quốc tế. Chúng chỉ tiếng Anh quốc tế như IELTS, TOEIC, TOELF hầu như là điều kiện tiên quyết để sinh viên ra trường tại hầu hết các trường Đại học ở Việt Nam^{37,38}.

Nhân tố kinh tế có mối quan hệ tích cực với lựa chọn làm việc trong môi trường quốc tế. Kết quả này đã được khẳng định từ Claire Madden trong một cuộc nghiên cứu vào năm 2021 về mong muốn của thế hệ Z khi tìm kiếm công việc³⁹. Trong thực tế, thế hệ Z thường tìm những công việc ổn định và an toàn sau khi chịu ảnh hưởng về tài chính nặng nề từ đại dịch COVID-19. Ngoài ra, một trong các nhân tố kinh tế ảnh hưởng đến kết quả lựa chọn việc làm là liệu công việc đó có thể đóng góp cho xã hội hay không, công ty

Bảng 11: Ước lượng tham số

Parameter Estimates									
CHOICEC ^a	B	Std. Error	Wald	df	Sig.	Exp(B)	95% Confidence Interval for Exp(B)		
							Lower Bound	Upper Bound	
Làm việc cho đơn vị nước ngoài trong nước	Intercept	2.406	.140	297.187	1	.000			
	XH	.041	.106	.150	1	.699	1.042	.847	1.282
	CN	-.398	.121	10.799	1	.001	.672	.530	.852
	KT	.216	.107	4.038	1	.044	1.241	1.005	1.531
	TL	.294	.112	6.911	1	.009	1.342	1.078	1.672
	[QĐ=1]	-.378	.290	1.696	1	.193	.685	.388	1.210
	[QĐ=2]	-.627	.566	1.228	1	.268	.534	.176	1.619
	[QĐ=3]	0 ^b	.	.	0

a. The reference category is: Làm việc ở nước ngoài.

b. This parameter is set to zero because it is redundant.

Nguồn: Tác giả

có quan tâm đến cộng đồng và nhân viên không, cụ thể là trách nhiệm doanh nghiệp xã hội (CSR). Điều này được kiểm chứng qua nghiên cứu của Chastity Heyward vào năm 2020. Nghiên cứu khẳng định rằng chiến lược CSR cho thấy một công ty có sự quan tâm và đối xử tốt với tất cả mọi người, kể cả nhân viên⁴⁰. Thế hệ Z cũng mong muốn được đảm bảo về phúc lợi khi làm việc, cụ thể, theo Workforce Institute, hơn 30% thế hệ Z trên toàn thế giới mong muốn được trả lương vào các ngày lễ, ngày nghỉ phép để thúc đẩy sự cân bằng cuộc sống. Một điểm rất đặc biệt của thế hệ Z là họ cũng mong muốn được nghỉ hưu sớm. Theo nghiên cứu của Trung tâm Động lực học Thế hệ (CGK) về tình trạng của thế hệ Z, chi tiết đã được chia sẻ với Yahoo Finance, 70% người thực hiện khảo sát thuộc thế hệ Z (từ 10-25 tuổi) nói rằng điều quan trọng là phải đầu tư ngay bây giờ để họ có thể nghỉ hưu trong tương lai. Nhân tố then chốt quyết định đến mong muốn của Thế hệ Z là lương thưởng. Gần một nửa (44%) Thế hệ Z đo lường sự thành công dựa trên mức lương. Với một thế hệ khao khát sự công nhận như thế hệ Z²¹. Do đó, không có gì ngạc nhiên khi lương thưởng là nhân tố quyết định liệu thế hệ Z có chọn một công việc hay không.

Nhân tố tâm lý cũng có sự tác động tích cực với lựa chọn làm việc trong môi trường quốc tế của các bạn thuộc thế hệ Z. Theo một trong những kết quả nghiên cứu, thế hệ Z rất độc lập và tự tin vào quan điểm của cá nhân⁴¹. Vì vậy, chúng ta thấy được rằng thế hệ này ít bị ảnh hưởng bởi những chuẩn mực, giá trị truyền thống và ý kiến của xã hội trong việc lựa chọn việc làm của bản thân. Đây cũng trùng khớp với kết quả nghiên cứu của nhóm rằng thế hệ Z lựa chọn môi trường làm việc và chịu ảnh hưởng của các giá trị, chuẩn mực truyền thống, cũng như những xu hướng mới nổi. Ngoài ra, thế hệ Z mong muốn tìm kiếm một môi trường làm việc có tính cạnh tranh, thực tế, được kết nối nhưng cần quan tâm rất nhiều về mặt tâm lý³. Do đó, thế hệ Z mong muốn là việc trong một môi trường, nơi mà họ có thể thoải mái tương tác với đồng nghiệp²³ cũng như mong muốn được nghe những phản hồi từ cấp trên để cải thiện bản thân mình.

Kết quả này ủng hộ giả thuyết rằng nhân tố nhu cầu cá nhân, kinh tế và tâm lý có tác động thuận chiều đến lựa chọn môi trường làm việc; trong khi đó, nhân tố xã hội không có mối quan hệ thống kê. Kết quả cũng ủng hộ giả thuyết thế hệ Z có xu hướng chọn làm việc

trong môi trường quốc tế. Tuy nhiên, lựa chọn làm việc cho các đơn vị nước ngoài có trụ sở trong nước là chiếm ưu thế.

KẾT LUẬN

Nhân tố nhu cầu cá nhân, kinh tế và tâm lý có ảnh hưởng quan trọng đến lựa chọn làm việc trong môi trường quốc tế của thế hệ Z. Thêm vào đó, quan điểm lựa chọn việc làm của thế hệ Z là phải luôn cân bằng với cuộc sống cá nhân. Có thể nói, thế hệ Z rất xem trọng đời sống tinh thần và mong muốn tìm kiếm một công việc linh hoạt, cho phép mình có thời gian nghỉ ngơi, giải trí. Cuối cùng, xu hướng làm việc trực tuyến lại trở thành một trong những mong muốn hàng đầu của thế hệ Z và họ cảm thấy hiệu suất công việc vẫn được tăng cao khi làm việc, trao đổi mà không cần phải đến văn phòng.

Điều cần quan tâm là có đến 82,4% người khảo sát thuộc thế hệ Z muốn làm việc cho các đơn vị nước ngoài, chỉ có 17,6% còn lại muốn làm việc cho công ty thuần Việt Nam. Nếu xu hướng này ngày càng tăng cao thì vấn đề nhân sự của các đơn vị trong nước sẽ ngày càng khó khăn, đối diện với áp lực cạnh tranh không chỉ trong tuyển dụng mà còn giữ chân lao động có chất lượng so với các đơn vị nước ngoài nhất là các doanh nghiệp FDI. Tuy nhiên, nếu nhìn từ góc độ lãnh thổ, thế hệ Z có xu hướng ở lại quê nhà mặc dù vẫn ưu tiên lựa chọn làm việc cho đơn vị nước ngoài. Đặc điểm này tạo ra rất nhiều dư địa cho các đơn vị trong nước về tuyển dụng lao động nếu như các đơn vị đáp ứng được nhu cầu cá nhân, đảm bảo kinh tế và thỏa mãn nhu cầu tâm lý của thế hệ Z.

Hiểu được những đặc trưng và những mong đợi của thế hệ Z là hiểu được những người chủ tương lai của nhân loại nói chung, của quốc gia nói riêng. Để xây dựng được nguồn nhân lực có chất lượng cao, các nhà quản trị đất nước cần thiết phải đề ra những chính sách đãi ngộ hợp lý ở các đơn vị trong nước. Bên cạnh đó, các đơn vị cần chú trọng vào việc đào tạo, bồi dưỡng nhân lực và có những thay đổi trong môi trường văn hóa công sở sao cho phù hợp với những đặc tính, tính cách của thế hệ Z. Song song đó, các nhà quản trị giáo dục cũng cần phải có những nghiên cứu nhất định về lối sống, suy nghĩ của thế hệ Z hiện tại để cho ra chương trình đào tạo phù hợp với thực tiễn, cung cấp được kiến thức cần thiết cho thế hệ trẻ. Ngoài ra, phong cách giảng dạy, truyền đạt kiến thức cũng cần phải được cập nhật liên tục để có thể tiếp cận đúng với đối tượng học tập, như thế mới không lãng phí kiến thức. Đồng thời, cần phát huy trách nhiệm đối với xã hội - cộng đồng cũng như sự sáng tạo, tinh thần học hỏi của thế hệ Z để họ có cơ hội cọ xát, từ đó

trở thành những người lãnh đạo sự phát triển không chỉ của thế giới mà trước hết là Việt Nam. Trong 10 - 20 năm nữa, thế hệ trẻ này sẽ trở thành lực lượng lao động chính của Việt Nam, nếu các nhà quản trị đất nước và lãnh đạo cấp cao trong các cơ quan không có những chính sách phù hợp với tình hình thực tiễn, các chương trình phát triển bền vững để định hướng tư duy cho thế hệ Z thì tình trạng chảy máu chất xám sẽ còn tiếp tục diễn ra ngày càng trầm trọng.

Do mục tiêu của nghiên cứu là lựa chọn môi trường làm việc, đối tượng chủ yếu dành cho sinh viên, đây chỉ là một bộ phận thuộc thế hệ Z. Hơn nữa, sinh viên tham gia khảo sát chủ yếu tại Thành phố Hồ Chí Minh và các vùng lân cận, chưa thể khái quát hóa thành đại diện cho thế hệ Z của Việt Nam.

XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Bản thảo này không có xung đột lợi ích

ĐÓNG GÓP CỦA CÁC TÁC GIẢ

Trong thời gian thực hiện nghiên cứu, nhóm tác giả đã tập hợp các bài báo nghiên cứu khoa học và bài báo tin tức đăng trên tạp chí chính thống liên quan đến lựa chọn việc làm của thế hệ Z trong kỷ nguyên toàn cầu hóa. Qua đó, nhóm cũng đã có cơ sở lý thuyết để tiến hành lập bảng khảo sát và đánh giá dữ liệu trên phần mềm SPSS 20.0.

Nghiên cứu đã xác định rằng các nhân tố kinh tế và nhu cầu cá nhân đều có ảnh hưởng quan trọng đến lựa chọn làm việc trong môi trường quốc tế của thế hệ Z. Nghiên cứu đã đóng góp những cơ sở khoa học và thực tiễn cho các nhà quản trị đất nước hoạch định chính sách về nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp nội địa, đồng thời giúp các nhà quản trị giáo dục xây dựng chương trình đào tạo phù hợp với yêu cầu của thị trường lao động.

Lê Tú Anh, Ngô Tiểu Hy: viết phần *Mở đầu* và *hần Kết luận*

Cùng Hồng Lợi, Nguyễn Lý Kim Ngân: viết *hần Cơ sở lý thuyết về lựa chọn môi trường làm việc của thế hệ Z*

Huỳnh Hoàng Vy, Lý Xuân Anh: số liệu, viết phần *P hương pháp nghiên cứu và dữ liệu*

Nguyễn Thanh Hoàng: viết *hần Kết quả và thảo luận* và biên tập

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. DIMOCK M. Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins [Internet]. Pew Research Center. 2019 [cited 2022 Jun 3]; Available from: <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>.
2. Tulgan B. Meet Generation Z: The second generation within the giant "Millennial" cohort. RainmakerThinking, Inc. 2013.

3. Twenge, Jean. Move Over, Millennials: How 'iGen' Is Different from Any Other Generation. The California State University. (August 22, 2017);
4. Francis T, Hoefel F. 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. The influence of Gen Z-the first generation of true digital natives-is expanding. McKinsey. 2018; Available from: <https://doi.org/10.1002/rwm3.20659>.
5. Hecht E. What years are Gen X? What about baby boomers? When each generation was born. USA TODAY. 2022;
6. Spitznagel E. Generation Z is bigger than millennials - and they're out to change the world. [Internet]. New York Post. 2020 [cited 2022 Jun 2]; Available from: <https://nypost.com/2020/01/25/generation-z-is-bigger-than-millennials-and-theyre-out-to-change-the-world/#:~:text=Lastyear%2Ctheybecamethejustintheirnumbers.>
7. Phương Đ. 7 nghiên cứu thú vị về cách chọn nghề nghiệp của giới trẻ. Lao Động [Internet]. 2020 May 12; Available from: <https://laodong.vn/xa-hoi/7-nghien-cuu-thu-vi-ve-cach-chon-nghe-nghiep-cua-gioi-tre-804013.ldo>.
8. Gomez K, Mawhinney T, Betts K. Welcome to Generation Z [Internet]. 2019 [cited 2022 May 7]; Available from: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/welcome-to-gen-z.pdf>.
9. Bencsik A, Juhász T, Horváth-Csikós G. Y and Z generations at workplaces. J Compet. 2016;6(3):90-106; Available from: <https://doi.org/10.7441/joc.2016.03.06>.
10. Maloni M, Hiatt MS, Campbell S. Understanding the work values of Gen Z business students. Int J Manag Educ. 2019;17(3); Available from: <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100320>.
11. Giang N. Người. GEN Z" và văn hóa đi làm "thích thì nghỉ" [Internet]. Lao Động; Available from: <https://nld.com.vn/cong-doan/gen-z-va-van-hoa-di-lam-thich-thi-nghi-20210617193118779.htm;2021>.
12. Pichler S, Kohli C, Granitz N. DITTO for Gen Z: A framework for leveraging the uniqueness of the new generation. Bus Horiz. 2021;64(5):599-610; Available from: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.021>.
13. Gaidhani S, Dr. Arora L, Sharma BK. Understanding the attitude of generation Z towards workplace [internet]. Vol. IX. Report No.: 1; 2019 Jan [cited Jun 2 2022]; Available from: https://www.researchgate.net/publication/331346456_UNDERSTANDING_THE_ATTITUDE_OF_GENERATION_Z_TOWARDS_WORKPLACE.
14. Koulopoulos T, Keldsen D. Gen Z Effect: The Six Forces Shaping the Future of Business. 1st ed. London: Routledge; 2016; PMID: 27620999. Available from: <https://doi.org/10.4324/9781315230337>.
15. Navigos [report]. Generation Z - fresh graduate: the characteristics and Career Orientation [internet] [cited Jun 2 2022]. Available from: . 2020; Available from: <https://drive.google.com/file/d/1j7zcb9EDOleaPXjBU4I63zIH5Whk-4X/view>.
16. Rachmawati D. Welcoming gen Z in job Wolrd [Selamat Datang Generasi Z di dunia kerja]. Proceeding Indones Career Cent Netw. 2019;IV;.
17. McLaren S 6 Gen Z Traits You Need to Know to Attract, Hire, and retain them [internet]; 2019. LinkedIn [cited Jun 3 2022]; Available from: <https://www.linkedin.com/business/talent/blog/talent-acquisition/how-to-hire-and-retain-generation-z>.
18. Prawitasari G. The influence of generations on career choice (social cognitive career theory perspective). Konselor. 2018;7(1); Available from: <https://doi.org/10.24036/02018718464-0-00>.
19. GenZ Observatory. 3 motivational levers behind Gen Z's choices in the workplace; 2021 Jun 11. Tomorrow's Choices, Today [cited Jun 3 2022]; Available from: <https://thechoice.escp.eu/tomorrow-choices/3-motivational-levers-behind-gen-zs-choices-in-the-workplace/>.
20. Trúc Đ Gen Z có xu hướng chọn nghề nghiệp như thế nào sau đại dịch COVID 19 [Internet]; 2021. Elle. Genet Z Gig Econ. 2019;2; Available from: <https://www.elle.vn/bi-quyet-song-xu-huong-chon-nghe-nghiep-cua-gen-z>.
21. Gen Z and the Gig Economy [Internet]. 2019 [cited 2022 Jun 2]. (2); Available from: <https://workforceinstitute.org/wp-content/uploads/2019/09/Gen-Z-and-the-Gig-Economy-Its-Time-to-Gig-In-or-Get-Out.pdf>.
22. Murmuration. Walton Family Foundation; 2022. Looking Forward with Gen Z. John della Volpe; Available from: <https://murmuration.org/static/Looking-Forward-with-Gen-Z.pdf>.
23. Fodor M, Jaeckel K. What does It Take to Have a Successful Career through the Eyes of Generation Z - Based on the Results of a Primary Qualitative Research? Int J Lifelong Educ Leadersh. 2018 May 1;4(1):1-7;.
24. Human Capital Institute. The future of work and generation Z [internet]. Skillsurvey [cited Jun 2 2022]; Available from: https://www.hci.org/system/files/2020-02/EBK_041_Future_of_Work_and_Generation_Z.pdf.
25. Mihelich M. Another generation rises: looking beyond the millennials [internet]; 2013; Available from: <https://workforce.com/news/another-generation-rises-looking-beyond-the-millennials>.
26. McKinsey. Hootsuite: tất tần tật về Gen Z; 2021. Advert Vietnam [internet]; Available from: <https://advertisingvietnam.com/hootsuite-tat-tan-tat-ve-gen-z-p17089>.
27. Mathers N, Fox N, Hunn A. Surveys and questionnaires. The NIHR RDS for the East Midlands / Yorkshire & the Humber; 2007;.
28. Krejcie RV, Morgan DW. Determining sample size for research activities. Educ Psychol Meas. 1970;30(3):607-10; Available from: <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>.
29. Đình TN, Mai TN. Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh. In: Tài NXB, editor. Chính; 2009. p. 2013th;.
30. Nunnally J. Psychometric theory. New York: McGraw-Hill; 1978;.
31. Hoàng T. Phân tích dữ liệu nghiên cứu khoa học với SPSS. NXB Hồng Đức. 2008;.
32. Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh: Thiết kế và thực hiện. Lao Động - Xã hội; 2011. 588 p;.
33. Lộc P. Phân tích nhân tố khám phá EFA trong SPSS [internet]; 2018. PL blog. <https://www.phamlocblog.com/2018/07/phan-tich-nhan-to-kham-pha-efahtml>.
34. Hair JF, Hult GTM, Ringle CM, Sarstedt M. A primer on partial least squares structural equation modeling (PLSSEM). Thousand Oaks: C A Sage; 2014;.
35. Gujarati D. Econometrics by example. Basingstoke: Palgrave Macmillan; 2011;.
36. Báo Cáo Nghiên Cứu Thế hệ trẻ Việt Nam. Thế hệ trẻ Việt Nam [internet]. Vol. 2020(L045); 2020 Aug [cited Jun 3 2022]; Available from: <https://www.britishcouncil.vn/sites/default/files/nghien-cuu-the-he-tre-viet-nam.pdf>.
37. Hà Ánh. Sinh Viên nên đầu tư Cho chứng chỉ Ngoại ngữ nào? [internet]; 2019. Báo Thanh Niên [cited Jun 2 2022]; Available from: <https://thanhnien.vn/sinh-vien-nen-dau-tu-cho-chung-chi-ngoai-ngu-nao-post894188.html>.
38. Hung T. Bộ trưởng Giáo dục: 'Cần khơi dậy môi trường mọi người thích nói tiếng Anh'; 2018. Available from: vietnam.net [internet]; Available from: <http://thptvothanhtrinh.edu.vn/tuyen-sinh/bo-truong-giao-duc-can-khoi-day-moi-truong-moi-nguoi-thich-n.html>.
39. Maiden C, Gen Z. The shift from job flexibility to job security. LinkedIn [internet]; 2021; Available from: <https://www.linkedin.com/pulse/gen-z-shift-from-job-flexibility-security-claire-madden/>.
40. Sims W. The growing importance of social responsibility in business. Forbes Bus Counc [internet]; 2020; Available from: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2020/11/18/the-growing-importance-of-social-responsibility-in-business/?fbclid=IwAR33znLui-DLr3cyMbHU1oBZ1zLAPklgrDNcRYLDg5BRerYRqNgm07j838&sh=785c34302283>.

41. Báo Dân Trí. Lực lượng lao động gen Z thay đổi thế nào sau hơn 2 năm đại dịch?; 2022; Available from: <https://dantri.com.vn/kinh-doanh/luc-luong-lao-dong-gen-z-thay-doi-the-nao-sau-hon-2-nam-dai-dich-20220716132530734.htm>.

The factors affecting the intention to choose an international working environment of Generation Z: The case of students in Vietnam

Nguyen Thanh Hoang*, Le Tu Anh, Ngu Tieu Hy, Cung Hong Loi, Nguyen Ly Kim Ngan, Huynh Hoang Vy, Ly Xuan Anh



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

ABSTRACT

This study aims to determine the factors affecting the intention to choose a workplace of Generation Z - future employers in the next 20 years. After testing the reliability and validity of the scale from 1073 survey responses, the results of the Multinomial logistic regression test show that up to 82.4% of respondents, who are students mainly at universities in Ho Chi Minh City with birth years from 2000 to 2004, choose to work for foreign units. The factors influencing this choice are personal needs, economic factors, and psychological factors. Generation Z seeks work-life balance in the spirit of eagerness to acquire knowledge and self-development potential. Therefore, issues of salary and bonus, employee benefits, and career development potential are always in the forefront of choosing a workplace. This study has provided empirical evidence for national educational administrators in formulating strategies to train high-quality human resources to meet labor market needs as well as solutions to attract human resources for the internal development and sustainable development of the country. This result has enriched the theoretical array of Generation Z and of resources in international investment in the case of Vietnam.

Key words: Generation Z, Gen Z, workplace choice, international environment, FDI, Vietnam

University of Social Sciences and Humanities, VNU-HCM, Vietnam

Correspondence

Nguyen Thanh Hoang, University of Social Sciences and Humanities, VNU-HCM, Vietnam

Email: hoangnguyenfir@hcmussh.edu.vn

History

- Received: 03-6-2022
- Accepted: 12-4-2023
- Published: 15-5-2023

DOI : <https://doi.org/10.32508/stdjssh.v7i1.776>



Copyright

© VNUHCM Press. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Cite this article : Hoang N T, Anh L T, Hy N T, Loi C H, Ngan N L K, Vy H H, Anh L X. **The factors affecting the intention to choose an international working environment of Generation Z: The case of students in Vietnam.** *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 2023, 7(1):1850-1864.