

SỰ HÀI LÒNG TRONG CÔNG VIỆC CỦA HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH: ĐỐI TƯỢNG KHẢO SÁT TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Võ Hữu Tính^{1*}

Ngày nhận bài: 14/07/2025

Ngày nhận bản sửa: 03/08/2025

Ngày duyệt đăng: 12/09/2025

Tóm tắt. Nghiên cứu này điều tra các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên du lịch dựa trên lý thuyết của Edwin Locke về sự hài lòng trong công việc. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ 192 khách thể hướng dẫn viên tham gia khảo sát và xử lý bằng phần mềm SPSS 20. Nghiên cứu xác định ba yếu tố tác động đến sự hài lòng trong công việc bao gồm: Sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống; Giá trị của bản thân trong công việc; Sự gắn kết giữa công việc và gia đình. Sử dụng phương pháp kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích tương quan và phân tích hồi quy để đánh giá các giả thuyết. Kết quả của nghiên cứu này có thể giúp các doanh nghiệp hiểu rõ hơn về nhu cầu và suy nghĩ của hướng dẫn viên. Từ đó đưa ra các chính sách, phương pháp xây dựng môi trường làm việc hiệu quả, chuyên nghiệp nhằm tăng hiệu suất và giữ chân nhân sự.

Từ khóa: Hướng dẫn viên; Sự hài lòng; Giá trị của bản thân; Sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống; Sự gắn kết giữa công việc và gia đình.

1. Giới thiệu chung

Trong bối cảnh đại dịch COVID-19 bùng phát với diễn biến phức tạp và kéo dài, nền kinh tế, xã hội toàn cầu đã chịu những tác động sâu rộng, trong đó ngành du lịch là một trong những lĩnh vực bị ảnh hưởng nghiêm trọng nhất. Theo báo cáo của Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch tại Việt Nam năm 2019, hàng triệu lao động trực tiếp và gián tiếp trong ngành du lịch đặc biệt là đội ngũ hướng dẫn viên đã đối mặt với tình trạng thất nghiệp, mất thu nhập hoặc buộc phải chuyển sang ngành nghề khác. Sau hai năm ứng phó với dịch bệnh, khi các hoạt động du lịch dần phục hồi, vấn đề đảm bảo nguồn nhân lực ổn định và chất lượng đã trở thành ưu tiên hàng đầu đối với các nhà quản lý trong ngành (Baum, 2007).

Trong lĩnh vực quản trị nguồn nhân lực, sự hài lòng trong công việc là một trong những biến số được nghiên cứu nhiều nhất, phản ánh mức độ gắn bó và hiệu quả làm việc của nhân viên (Nelson, 2006). Nghiên cứu này tập trung phân tích ba yếu tố có ảnh hưởng đến sự hài lòng của hướng dẫn viên du lịch bao gồm: sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống, sự gắn kết giữa công việc và gia đình, cuối cùng là giá trị bản thân trong công việc (May & cộng sự, 2004; Greenhaus & cộng sự, 2006; Beauregard & cộng sự, 2009). Những yếu tố này đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành nhận thức nghề nghiệp,

¹ Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, *Tác giả liên hệ: sv.huutinh1503@gmail.com

đặc biệt trong bối cảnh ngành du lịch hiện đang đối mặt với tình trạng thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao. Trong khi trên thế giới đã có nhiều nghiên cứu liên quan đến sự hài lòng nghề nghiệp, tại Việt Nam vẫn còn thiếu các công trình chuyên sâu tập trung vào nhóm hướng dẫn viên, lực lượng lao động bị tác động trực tiếp sau đại dịch. Do đó, nghiên cứu này hướng đến việc đo lường mức độ ảnh hưởng của các yếu tố nói trên đối với sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên du lịch tại Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu.

2.1. Tổng quan nghiên cứu

Sự hài lòng trong công việc là một chủ đề đã được nghiên cứu rộng rãi trên thế giới, đặc biệt trong bối cảnh tổ chức không ngừng tìm kiếm các biện pháp nâng cao năng suất và giữ chân nhân sự. Tuy nhiên, cách tiếp cận và nhóm nhân tố được lựa chọn có sự khác biệt rõ rệt tùy vào ngành nghề, bối cảnh xã hội và văn hóa.

2.1.1. Nghiên cứu quốc tế

Judge & cộng sự (2001) thực hiện một nghiên cứu tổng hợp nhằm xác định mối quan hệ giữa sự hài lòng trong công việc và hiệu suất làm việc của nhân viên. Kết quả chỉ ra rằng các yếu tố như tính ổn định cảm xúc, động lực nội tại và đặc điểm công việc là những biến số ảnh hưởng mạnh đến sự hài lòng. Nghiên cứu được thực hiện trên dữ liệu tổng hợp từ nhiều ngành nghề tại các quốc gia phát triển, sử dụng phương pháp phân tích tổng hợp định lượng để đánh giá mức độ tương quan giữa các biến đo lường.

Bên cạnh đó, Greenhaus & Powell (2006) giới thiệu mô hình lý thuyết về “work–family enrichment”, cho rằng mối quan hệ giữa vai trò công việc và vai trò gia đình có thể mang tính bổ trợ lẫn nhau, từ đó tác động tích cực đến sự hài lòng trong công việc. Với phương pháp định lượng và kiểm định mô hình bằng SEM, nghiên cứu này mở rộng cách tiếp cận truyền thống vốn xem mối quan hệ công việc và gia đình là xung đột.

Tập trung vào ngành du lịch, Tetik (2016) nghiên cứu mối quan hệ giữa trao quyền tâm lý và sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên tại Thổ Nhĩ Kỳ. Các yếu tố như cảm nhận về ý nghĩa công việc, quyền tự chủ và khả năng tạo ra ảnh hưởng cá nhân được xác định là có tác động đáng kể. Phương pháp nghiên cứu là khảo sát bằng bảng hỏi, kết hợp phân tích nhân tố khám phá và hồi quy.

2.1.2. Nghiên cứu trong nước

Tại Việt Nam, nghiên cứu của Nguyễn Đức Tiến (2017) đã khảo sát 150 hướng dẫn viên tại thành phố Đà Nẵng để xác định các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng. Kết quả cho thấy thu nhập, điều kiện làm việc, mối quan hệ đồng nghiệp và cơ hội đào tạo là các nhân tố chính. Tuy nhiên, nghiên cứu này chưa đi sâu vào các yếu tố tâm lý hoặc khía cạnh cân bằng công việc và cuộc sống.

Một nghiên cứu khác của Nguyễn & Trần (2021) được thực hiện trên 300 nhân viên dịch vụ tại TP.HCM sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Nghiên cứu nhấn mạnh tầm quan trọng của các yếu tố như đặc điểm công việc, môi trường tổ chức và sự công nhận trong việc gia tăng sự hài lòng. Tuy nhiên, đối tượng nghiên cứu không chuyên biệt

cho ngành du lịch, do đó khó suy rộng kết luận cho lực lượng hướng dẫn viên.

2.1.3. Khoảng trống nghiên cứu và tính mới của đề tài

Từ tổng quan trên, có thể nhận thấy rằng đa số các nghiên cứu trước đây tập trung vào các yếu tố kinh tế tổ chức hoặc cảm nhận đơn lẻ (thu nhập, môi trường làm việc, quyền tự chủ). Trong khi đó, sự kết hợp giữa giá trị bản thân trong công việc, sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống, sự gắn kết giữa công việc và gia đình, đặc biệt trong nhóm hướng dẫn viên du lịch hậu COVID-19 vẫn còn là khoảng trống. Đề tài hiện tại mang tính mới không chỉ ở đối tượng nghiên cứu chuyên biệt, mà còn ở cách tiếp cận tâm lý xã hội sâu sắc, có thể đóng góp lý thuyết và thực tiễn cho ngành du lịch Việt Nam trong giai đoạn phục hồi.

2.2. Cơ sở lý thuyết nền tảng

2.2.1. Lý thuyết về sự hài lòng trong công việc (Job Satisfaction)

Sự hài lòng trong công việc là một khái niệm quan trọng trong lĩnh vực tâm lý tổ chức, được Edwin A. Locke (1969) định nghĩa như là trạng thái cảm xúc tích cực phát sinh khi cá nhân đánh giá công việc của mình là thỏa mãn hoặc giúp đạt được những giá trị nghề nghiệp quan trọng. Theo ông, sự hài lòng không chỉ đơn thuần là phản ứng cảm xúc, mà còn là kết quả của mối quan hệ giữa nhận thức cá nhân, hệ giá trị và trải nghiệm làm việc thực tế. Locke nhấn mạnh rằng những yếu tố như cơ hội phát triển, sự công nhận, mức độ tự chủ, hay sự phù hợp với cuộc sống cá nhân là các tiêu chí quan trọng để mỗi cá nhân đánh giá mức độ hài lòng. Nếu công việc giúp cá nhân đạt được các giá trị này, họ sẽ cảm thấy thỏa mãn; ngược lại, nếu không sẽ dẫn đến sự bất mãn. Theo Spector (1985), sự hài lòng còn thể hiện ở việc người lao động yêu thích công việc đang làm, cho thấy đây là một khái niệm phức tạp và đa chiều. Trong thực tiễn, sự hài lòng trong công việc được xem là chỉ báo quan trọng phản ánh chất lượng hoạt động tổ chức và khả năng giữ chân nhân sự (Aziri, 2011). Do đó, trong nghiên cứu này, sự hài lòng được lựa chọn làm biến phụ thuộc để phân tích các yếu tố như giá trị của bản thân, sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống cũng như sự gắn kết với gia đình nhằm đánh giá mức độ thỏa mãn trong công việc của hướng dẫn viên du lịch.

2.2.2. Thuyết hai yếu tố Herzberg

Herzberg (1968) phân chia các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng thành hai nhóm: yếu tố duy trì (như lương, môi trường làm việc) và yếu tố thúc đẩy (như sự công nhận, cơ hội phát triển). Theo ông, chỉ những yếu tố thúc đẩy mới tạo ra sự hài lòng thực sự, còn thiếu hụt yếu tố duy trì chỉ gây bất mãn chứ không tạo động lực.

2.2.3. Thuyết kỳ vọng

Vroom (1964) cho rằng người lao động nỗ lực nếu họ tin rằng nỗ lực sẽ dẫn đến kết quả tốt và phần thưởng đáng giá. Sự hài lòng vì thế phụ thuộc vào mối liên kết giữa nỗ lực, kết quả và phần thưởng.

2.2.4. Mô hình đặc điểm công việc

Hackman & Oldham (1976) đề xuất 5 yếu tố tạo nên công việc ý nghĩa: đa dạng kỹ

năng, trọn vẹn nhiệm vụ, ý nghĩa công việc, tự chủ và phản hồi. Khi các yếu tố này được đảm bảo, người lao động có xu hướng hài lòng và gắn bó hơn.

2.3. Giả thuyết nghiên cứu

Sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống (WLB) được định nghĩa là khả năng của một cá nhân trong việc đáp ứng các cam kết công việc và gia đình, cũng như các trách nhiệm liên quan đến công việc khác. Theo Greenhaus & cộng sự (2003) đã chỉ ra rằng sự cân bằng giữa cuộc sống và công việc đạt được khi nhân viên có thể đạt được sự cân bằng phù hợp giữa công việc và trách nhiệm cá nhân. Những trải nghiệm cá nhân về sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống có thể gắn chặt với sự hài lòng với công việc (JSA) của họ “bởi vì họ chính là người trực tiếp tham gia vào các hoạt động trải nghiệm” (Haar & cộng sự, 2014). Do đó giả thuyết được đề xuất là:

H1: Sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống tác động thuận chiều đến sự hài lòng trong công việc.

Giá trị của bản thân trong công việc (PM) là cá nhân cảm giác có ý nghĩa và giá trị từ công việc, qua đó thúc đẩy họ nỗ lực nhiều hơn. Tự tin vào năng lực bản thân, được định nghĩa là niềm tin để giải quyết tốt các vấn đề thông qua nỗ lực cá nhân (Wood, Bandura, & Bailey, 1990). Khi vai trò của họ phù hợp với mục tiêu cá nhân và mang lại giá trị đáng kể họ sẽ hài lòng hơn ít căng thẳng và gắn bó lâu dài. Nghiên cứu của May, Gilson & Harter (2004) khẳng định giá trị bản thân trong công việc là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự hài lòng (JSA). Do đó giả thuyết được đề xuất là:

H2: Giá trị của bản thân trong công việc tác động thuận chiều đến sự hài lòng trong công việc.

Sự gắn kết giữa công việc và gia đình (WFE) được định nghĩa là “Một quá trình trong đó các nguồn lực đạt được trong một vai trò (công việc) ảnh hưởng tích cực đến hiệu suất trong một vai trò khác (gia đình) hoặc ngược lại” (Greenhaus & Powell, 2006). Sự gắn kết giữa công việc và gia đình có mối quan hệ tích cực với sự hài lòng trong công việc (JSA). Sự gắn kết này mang lại cho hướng dẫn viên cảm giác tự chủ và giúp họ phát triển các kỹ năng mới trong công việc (De Klerk & cộng sự, 2015), từ đó hướng dẫn viên du lịch có thể nâng cao sự hiệu quả khi làm việc giúp cho họ cảm thấy hài lòng với công việc mà mình thực hiện. Do đó giả thuyết được đề xuất là:

H3: Sự gắn kết giữa công việc và gia đình tác động thuận chiều đến sự hài lòng trong công việc.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng được thực hiện dựa trên 192 mẫu khảo sát sơ cấp, dữ liệu được thu thập trực tiếp từ các hướng dẫn viên dựa trên các câu hỏi thang đo Likert và chia làm hai phần. Phần 1 là thông tin tổng quan về nhân khẩu học của hướng dẫn viên được phỏng vấn. Phần 2 là các câu hỏi theo thang đo Likert với mức độ từ 1 là “hoàn toàn không đồng ý” đến 5 là “hoàn toàn đồng ý” nhằm thu thập đánh giá mức độ và các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc của người

hướng dẫn viên. Thang đo các khái niệm được trình bày như trong (Bảng 1)

Kết hợp với phương pháp thu thập tài liệu, kế thừa từ các nghiên cứu đã có trước đó nhóm tiến hành phân loại, đánh giá, đưa vào bài nghiên cứu và trích nguồn theo tiêu chuẩn APA 7th. Đánh giá nghiên cứu với phương pháp định lượng và xử lý dữ liệu được thực hiện với nhiều bước, bao gồm: thống kê mô tả, kiểm định chất lượng thang đo bằng độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích tương quan, phân tích hồi quy và kiểm định các giả thuyết của mô hình bằng phần mềm SPSS 20.

Mẫu khảo sát thu được từ các hướng dẫn viên với độ tuổi từ 20 đến 50 tuổi. Trong đó có 73,4% hướng dẫn viên nằm trong độ tuổi từ 20 – 30 tuổi và 4,2% là hướng dẫn viên có độ tuổi từ 41 đến 50 tuổi. Đồng thời tình trạng độc thân ở hướng dẫn viên chiếm 70,3%, đã kết hôn chiếm 29,7%.

Bảng 1. Thang đo các khái niệm nghiên cứu

Tên biến	Thang đo	Ký hiệu	Cơ sở đề xuất biến
Sự hài lòng trong công việc (JSA)	Hầu hết mọi ngày tôi nhiệt tình với công việc của mình	JSA1	Brayfield, & Rothe (1951)
	Tôi cảm thấy khá thoải mái với việc làm hiện tại	JSA2	
	Tôi thấy niềm vui thực sự trong công việc của mình	JSA3	
	Tôi thỏa mãn với sự thành công tôi đạt được trong sự nghiệp của mình	JSA4	
	Tôi thỏa mãn với sự thành công tôi làm nên để đạt được mục tiêu nghề nghiệp tổng quát	JSA5	
	Tôi thỏa mãn với sự thành công tôi làm nên để đạt được mục tiêu thu nhập	JSA6	
Giá trị của bản thân (PM)	Ở nơi làm việc tôi quan trọng	PM1	Kahn (1990)
	Ở nơi làm việc tôi được tin tưởng	PM2	
	Ở nơi làm việc tôi có thể tạo ra một sự khác biệt	PM3	
	Ở nơi làm việc tôi có giá trị	PM4	
	Ở nơi làm việc tôi giúp đỡ	PM5	
	Công việc tôi làm ở vị trí việc làm là rất quan trọng với tôi	PM6	
	Các hoạt động liên quan đến việc làm này có ý nghĩa cá nhân đối với tôi	PM7	
	Công việc tôi làm ở việc làm này rất có ý nghĩa đối với tôi	PM8	
Sự cân bằng giữa	Tôi thấy thỏa mãn với sự cân bằng công việc và cuộc sống, hứng thú với cả hai vai trò	WLB1	Greenhaus (2006)

công việc và cuộc sống (WLB)	Hiện nay, tôi dường như hứng thú nhiều như nhau với mỗi phần của cuộc sống	WLB2	
	Tôi xoay sở để cân đối tốt các yêu cầu của công việc và đời sống cá nhân/gia đình	WLB3	
Sự gắn kết giữa công việc và gia đình (WFE)	Sự gắn kết với gia đình giúp tôi đạt được nhiều kỹ năng và điều này giúp tôi làm một người lao động tốt hơn	WFE1	Greenhaus & Powell (2006)
	Sự gắn kết với gia đình đưa tôi tới một tâm trạng tốt và điều này giúp tôi làm một người lao động tốt hơn	WFE2	
	Sự gắn kết với gia đình khiến tôi sử dụng thời gian làm việc một người lao động tốt hơn	WFE3	

Nguồn: Tác giả tổng hợp

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Sự hài lòng về công việc của hướng dẫn viên

Các chỉ số trung bình (mean) của 6 biến khảo sát JSA dao động từ 3,64 đến 3,85 nằm trong khoảng $3 < \text{trung bình} < 4$. Từ đó cho thấy các hướng dẫn viên du lịch có xu hướng chọn về sự hài lòng trong công việc ở mức “Trung lập” và “Đồng ý”. Tuy nhiên vẫn chưa có sự “đồng ý” vượt trội có một phần hướng dẫn viên du lịch “Hoàn toàn không đồng ý” và “Không đồng ý” cho thấy họ chưa thật sự hài lòng với công việc của mình.

4.2. Kiểm định mô hình nghiên cứu

4.2.1. Kiểm định độ tin cậy Cronbach Alpha.

Bảng 2: Tổng hợp hệ số Cronbach's Alpha.

Tên biến	Hệ số Cronbach Alpha
Sự hài lòng trong công việc (JSA)	0,797
Giá trị của bản thân trong công việc (PM)	0,833
Sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống (WLB)	0,624
Sự gắn kết giữa công việc và gia đình (WFE)	0,796

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên phần mềm SPSS 20

Kết quả kiểm định của mô hình nghiên cứu cho thấy cả 20 biến trong 4 thang đo đều có hệ số Cronbach's Alpha $> 0,6$; Các biến trong thang đo đều có hệ số tương quan biến tổng $> 0,3$. Có thể thấy các biến ở 4 thang đo đều đạt yêu cầu, có độ tin cậy đạt mức tốt và đủ điều kiện để đưa vào sử dụng trong bước phân tích tiếp theo.

4.2.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA.

Dữ liệu đưa vào phân tích gồm 20 biến ban đầu, tác giả thực hiện loại lần lượt các biến xấu có hệ số tải $< 0,5$ và bị lệch khỏi nhóm nhân tố (gồm JSA1, JSA6, PM5). Kết quả phân tích EFA được thực hiện theo phương pháp trích yếu tố với phép xoay đối với

các yếu tố độc lập và phụ thuộc cho thấy 4 nhân tố được rút ra tại giá trị Eigenvalue lớn hơn 1 (cụ thể là 1,195) và phương sai trích đạt 60,37%. Hệ số KMO là 0,844 ($0,5 < KMO < 1$), đảm bảo điều kiện phù hợp cho phân tích và kiểm định Bartlett's Test có $p = 0,000$. Tất cả các biến quan sát còn lại đều đạt hệ số tải từ 0,5 trở lên. Sau quá trình thực hiện phân tích nhân tố còn lại 17 biến quan sát và đảm bảo 4 nhóm nhân tố phù hợp với nghiên cứu ban đầu.

Bảng 3. Ma trận xoay nhân tố

Biến quan sát	Nhóm nhân tố			
	1	2	3	4
JSA2	0,617			
JSA3	0,553			
JSA4	0,765			
JSA5	0,732			
PM1		0,700		
PM2		0,742		
PM3		0,651		
PM4		0,572		
PM6		0,707		
PM7		0,720		
PM8		0,664		
WLB1			0,670	
WLB2			0,675	
WLB3			0,716	
WFE1				0,728
WFE2				0,845

WFE3				0,820
------	--	--	--	-------

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên phần mềm SPSS 20.

4.2.3. Phân tích tương quan

Bảng 4. Kết quả phân tích tương quan

	Giá trị trung bình	JSA	WFE	WLB	PM
JSA	3,71	1			
WFE	3,84	0,460**	1		
WLB	3,70	0,496**	0,261**	1	
PM	3,91	0,542**	0,352**	0,288**	1

**p < 0,01

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên phần mềm SPSS 20

Kết quả phân tích tương quan cho thấy tất cả các biến WFE, WLB và PM đều có mối tương quan dương với JSA, với hệ số tương quan dao động từ 0,460 đến 0,542. WFE có mối tương quan thấp nhất với JSA ($r=0,460$; $p<0,01$), trong khi WLB có mối tương quan khá cao với JSA ($r=0,496$; $p<0,01$), PM thể hiện mối tương quan cao nhất với JSA ($r=0,542$; $p<0,01$) và các biến quan sát đều có $p<0,01$ cho thấy mức ý nghĩa tương quan rất cao, khẳng định ý nghĩa các yếu tố trên có ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc.

4.2.4. Kiểm định các giả thuyết của mô hình.

Phân tích hồi quy được tác giả thực hiện với 3 nhóm biến độc lập bao gồm: PM, WLB, WFE. Sau phân tích, phần mềm đưa ra kết quả ANOVA về mức độ phù hợp của mô hình với trị số $p=0,000$ và giá trị $F=55,798$. Điều này chứng tỏ mô hình phù hợp với dữ liệu đã thu thập.

Bảng 5. Phân tích phương sai ANOVA

ANOVA					
Mô hình	Tổng sai số	df	Phương sai trung bình	F	Sig.
Hồi quy	42,561	3	14,187	55,798	0,000

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên phần mềm SPSS 20.

Thông qua bảng kết quả hồi quy tác giả nhận thấy hệ số R^2 hiệu chỉnh = 0,463 cho

thấy các biến độc lập đưa vào phân tích hồi quy ảnh hưởng 46,3% sự biến thiên của biến phụ thuộc được giải thích bởi ba biến (i) Sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống, (ii) Sự gắn kết giữa công việc và gia đình, (iii) Giá trị của bản thân trong công việc.

Bảng 6: Kết quả hồi quy

Mô hình	R	R ²	Hệ số xác định R ² hiệu chỉnh	Độ lệch chuẩn	Durbin - Watson
	0,686	0,471	0,463	0,50424	1,870

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên phần mềm SPSS 20.

Với chỉ số VIF < 5 cho thấy mô hình không vi phạm các giả thuyết về hồi quy tuyến tính trong đó có đa cộng tuyến. Không có hiện tượng tự tương quan do có hệ số Durbin Watson = 1,870 nằm trong khoảng khuyến nghị là 1,5 đến 2,5.

Bảng 7. Bảng tóm tắt hệ số hồi quy chính của mô hình

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến
	B	Std.Error	Beta			VIF
(Hằng số)	0,168	0,278		0,604	0,547	
WLB	0,300	0,052	0,327	5,815	0,000	1,126
WFE	0,217	0,050	0,247	4,296	0,000	1,179
PM	0,409	0,066	0,360	6,206	0,000	1,198

Nguồn: Xử lý dữ liệu trên phần mềm SPSS 20

Qua kết quả trên, tác giả xây dựng mô hình hồi quy chung như sau:

$$JSA = \beta_0 + \beta_1 \cdot PM + \beta_2 \cdot WLB + \beta_3 \cdot WFE$$

Mô hình với hệ số hồi quy đã chuẩn hóa:

$$JSA = 0,360 \cdot PM + 0,327 \cdot WLB + 0,247 \cdot WFE$$

Tác động của WLB lên JSA là đáng kể ($\beta = 0,327$; $\rho = 0,000$) cho thấy sự cân bằng trong cuộc sống và công việc có tác động và cùng chiều đến sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên. Điều này chứng minh cho giả thuyết H1 được chấp nhận.

Tác động của PM lên JSA là đáng kể ($\beta = 0,360$; $\rho = 0,000$) cho thấy giá trị của bản thân trong công việc có tác động và cùng chiều với sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên. Mức độ tác động mạnh nhất từ đó chứng minh giả thuyết H2 được chấp nhận.

Tác động của WFE lên JSA là đáng kể nhưng có mức độ tác động thấp nhất ($\beta = 0,247$; $\rho = 0,000$) cho thấy sự gắn kết trong công việc và gia đình có tác động cùng chiều đến sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên. Điều này chứng minh cho giả thuyết H3 được chấp nhận.

5. Thảo luận – Hàm ý

Nghiên cứu với mục đích đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố WLB, WFE và PM tác động đến sự hài lòng trong công việc (JSA) của người hướng dẫn viên du lịch. Kết quả cho thấy WLB, PM, WFE và JSA có một số đặc điểm chung như sau. Nghiên cứu đã tìm ra được yếu tố tác động đến sự hài lòng trong công việc xuất phát mạnh từ giá trị của bản thân trong công việc, cho dù công việc hướng dẫn viên có tính chất linh hoạt cao, khối lượng công việc và thời gian làm việc nhiều giờ trong một ngày. Ngoài ra nếu các hướng dẫn viên có trải nghiệm cao trong công việc, nhận được lợi ích, từ đó phát triển được hạnh phúc gia đình cũng như cân bằng được cuộc sống và cảm xúc. Bên cạnh đó đưa ra một số hàm ý về lý thuyết và hàm ý thực tiễn.

5.1. Hàm ý lý thuyết

Các nghiên cứu trước đây (Tetik, 2016; Yang & Choi, 2023) đã xác lập mối quan hệ giữa giá trị bản thân trong công việc (PM) và sự hài lòng nghề nghiệp (JSA) của hướng dẫn viên du lịch, tuy nhiên chủ yếu tiếp cận dưới góc nhìn cảm nhận cá nhân về mức độ đóng góp cho tổ chức. Nghiên cứu hiện tại mở rộng khái niệm này bằng cách kết hợp yếu tố cảm nhận chủ quan với sự ghi nhận và đánh giá từ môi trường làm việc, bao gồm mức độ coi trọng và niềm tin mà tổ chức dành cho người lao động. Khi người lao động nhận thức rằng công việc của họ mang lại ý nghĩa cho tổ chức, mức độ hài lòng trong công việc có xu hướng được nâng cao đáng kể.

Dữ liệu phân tích cho thấy PM là biến có ảnh hưởng mạnh nhất đến JSA trong mô hình nghiên cứu. Nhận thức về vai trò, sự ảnh hưởng và ý nghĩa công việc đóng vai trò trung tâm trong việc nuôi dưỡng cảm xúc tích cực đối với nghề nghiệp. Những cá nhân cảm thấy công việc giúp họ thể hiện năng lực, tạo ra giá trị hoặc đóng góp vào thành công chung của tổ chức sẽ có khuynh hướng gắn bó lâu dài và duy trì hiệu suất cao. Ngược lại, khi thiếu vắng cảm giác có ích hoặc không nhận được sự công nhận từ tổ chức, mức độ hài lòng sẽ giảm xuống. Kết quả này củng cố lập luận của Locke (1969) rằng sự hài lòng là phản ánh của quá trình so sánh và đối chiếu giữa giá trị cá nhân và giá trị mà công việc mang lại.

Bên cạnh đó, sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống (WLB) là yếu tố có tác động đáng kể thứ hai, cho thấy rằng sự hài lòng nghề nghiệp không chỉ bắt nguồn từ nội dung công việc mà còn phụ thuộc vào khả năng điều hòa các vai trò xã hội khác nhau. Khi cá nhân có thể duy trì được sự ổn định giữa công việc và đời sống cá nhân, họ có xu hướng cảm nhận công việc tích cực hơn. Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu của Greenhaus & cộng sự (2003), nhấn mạnh sự cần thiết của việc nhìn nhận công việc trong mối quan hệ tổng thể với các khía cạnh khác của đời sống cá nhân.

Đối với yếu tố gắn kết giữa công việc và gia đình (WFE), mặc dù hệ số tác động thấp hơn so với PM và WLB, tuy nhiên WFE vẫn cho thấy được sự ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên du lịch. Sự hỗ trợ qua lại giữa công việc và vai trò gia đình tạo điều kiện thuận lợi để người lao động duy trì trạng thái tinh

thần tích cực và nâng cao nhận thức về giá trị nghề nghiệp. Phát hiện này phù hợp với lý thuyết “work–family enrichment” của Greenhaus & Powell (2006) và cho thấy vai trò của các yếu tố xã hội, cảm xúc trong việc định hình mức độ hài lòng trong công việc của lực lượng lao động trong lĩnh vực dịch vụ du lịch.

5.2. Hàm ý thực tiễn

Dựa trên các phát hiện thực nghiệm, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý quản trị thiết thực cho các doanh nghiệp du lịch, đặc biệt là các công ty lữ hành và nhà điều hành tour.

Trước hết, giá trị bản thân trong công việc (PM) được xác định là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng nghề nghiệp (JSA) của hướng dẫn viên. Điều này hàm ý rằng doanh nghiệp cần thay đổi mô hình quản trị nhân sự theo hướng trao quyền, công nhận đóng góp cá nhân và tạo điều kiện để người lao động cảm nhận được ý nghĩa công việc. Cụ thể, hướng dẫn viên nên được tham gia vào thiết kế hành trình, đóng góp vào đào tạo nội bộ, hoặc phát triển nội dung truyền thông nhằm tăng tính chủ động và nâng cao nhận thức giá trị nghề nghiệp. Bên cạnh đó, các cơ chế ghi nhận như phần thưởng định kỳ, bằng vinh danh hoặc phản hồi tích cực từ khách hàng cũng đóng vai trò quan trọng trong việc củng cố động lực làm việc và cảm nhận về sự cống hiến.

Thúc đẩy quá trình cân bằng giữa công việc và cuộc sống (WLB) là thiết yếu trong duy trì sự hài lòng lâu dài. Đặc thù nghề hướng dẫn viên với cường độ làm việc cao và lịch trình không cố định đòi hỏi doanh nghiệp cần triển khai các chính sách phân bổ lịch làm việc hợp lý, xây dựng hệ thống nghỉ phép minh bạch và hỗ trợ chăm sóc sức khỏe thể chất và tinh thần. Việc ứng dụng công nghệ vào công tác điều phối cũng có thể giúp giảm áp lực hành chính, nâng cao hiệu quả làm việc và góp phần cải thiện trải nghiệm nghề nghiệp.

Yếu tố gắn kết giữa công việc và gia đình (WFE), dù có mức tác động thấp hơn, nhưng vẫn mang ý nghĩa tích cực trong hình thành sự hài lòng. Khi vai trò công việc hỗ trợ thay vì xung đột với vai trò gia đình, người lao động sẽ duy trì được trạng thái tâm lý tích cực và gắn bó lâu dài hơn với tổ chức. Các chính sách hỗ trợ hướng dẫn viên về mặt gia đình như bảo hiểm y tế cho người phụ thuộc, lịch nghỉ linh hoạt theo chu kỳ gia đình hoặc xây dựng cộng đồng nhân viên tương tác có thể tạo điều kiện thuận lợi cho sự hài hòa giữa các vai trò xã hội của người lao động. Những hỗ trợ này không chỉ mang ý nghĩa nhân văn mà còn góp phần vào chiến lược giữ chân nhân sự bền vững.

Nhìn từ góc độ quản trị chiến lược, sự hài lòng của hướng dẫn viên không chỉ phụ thuộc vào các yếu tố vật chất như thu nhập, mà còn gắn liền với cảm nhận về giá trị bản thân, sự ổn định tâm lý và sự hòa hợp giữa công việc và cuộc sống. Việc xây dựng một môi trường làm việc linh hoạt, có chiều sâu cảm xúc và định hướng phát triển con người sẽ là tiền đề quan trọng giúp các doanh nghiệp du lịch nâng cao chất lượng dịch vụ, duy trì đội ngũ nhân sự chất lượng và phát triển bền vững trong bối cảnh hậu đại dịch.

6. Kết luận

Nguồn nhân lực hướng dẫn viên du lịch chất lượng cao giữ vai trò then chốt trong

sự phát triển của ngành du lịch, một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam. Do đó, sự hài lòng trong công việc của lực lượng này có ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động và năng suất tổ chức. Nghiên cứu đã xác định ba yếu tố chính có tác động tích cực và cùng chiều đến sự hài lòng trong công việc, bao gồm: giá trị bản thân trong công việc (PM), sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống (WLB) và sự gắn kết giữa công việc và gia đình (WFE). Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định. Về mặt phương pháp, việc chọn mẫu chưa đảm bảo tính ngẫu nhiên và khách quan, dẫn đến khả năng đánh giá bị giới hạn. Ngoài ra, dữ liệu được thu thập đồng thời cho cả biến nguyên nhân và kết quả khiến mối quan hệ nhân - quả chưa được kiểm chứng rõ ràng qua thời gian. Phạm vi khảo sát chỉ tập trung tại một khu vực địa lý, chưa phản ánh toàn diện thực trạng trên phạm vi quốc gia. Do đó, các nghiên cứu tiếp theo nên mở rộng mẫu, áp dụng phương pháp dọc theo thời gian và bổ sung thêm các yếu tố mới để mang lại góc nhìn đa chiều, toàn diện hơn về sự hài lòng nghề nghiệp của hướng dẫn viên.

Tài liệu tham khảo

- Aziri, B. (2011). Job satisfaction: A literature review. *Management research & practice*, 3(4). <https://doi.org/10.4236/oalib.1104859>
- Baum, T. (2007). Human resources in tourism: Still waiting for change. *Tourism management*, 28(6), 1383-1399.
- Beauregard, T. A., & Henry, L. C. (2009). Making the link between work-life balance practices and organizational performance. *Human resource management review*, 19(1), 9-22. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2008.09.001>
- Brayfield, A. H., & Rothe, H. F. (1951). An index of job satisfaction. *Journal of applied psychology*, 35(5), 307.
- De Klerk, M., Nel, J. A., & Koekemoer, E. (2015). Work-to-family enrichment: Influences of work resources, work engagement and satisfaction among employees within the South African context. *Journal of Psychology in Africa*, 25(6), 537-546. <https://doi.org/10.1080/14330237.2015.1124606>
- Greenhaus, J. H., & Allen, T. D. (2011). Work-family balance: A review and extension of the literature. In J. C. Quick & L. E. Tetrick (Eds.), *Handbook of occupational health psychology* (pp. 165-183). Washington, DC: American Psychological Association.
- Greenhaus, J. H., & Powell, G. N. (2006). When work and family are allies: A theory of work-family enrichment. *Academy of management review*, 31(1), 72-92. <https://doi.org/10.5465/amr.2006.19379625>
- Greenhaus, J. H., Collins, K. M., & Shaw, J. D. (2003). The relation between work-family balance and quality of life. *Journal of vocational behavior*, 63(3), 510-531. [https://doi.org/10.1016/S0001-8791\(02\)00042-8](https://doi.org/10.1016/S0001-8791(02)00042-8)
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). *Motivation through the design of work: Test of a theory*. OBHP, 16(2), 250-279. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(76\)90016-7](https://doi.org/10.1016/0030-5073(76)90016-7)

- Haar, J. M., Russo, M., Suñe, A., & Ollier-Malaterre, A. (2014). Outcomes of work–life balance on job satisfaction, life satisfaction and mental health: A study across seven cultures. *Journal of vocational behavior*, 85(3), 361–373. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2014.08.010>
- Herzberg, F. (1968). *One more time: How do you motivate employees* (Vol. 65). Boston, MA: Harvard business review. <https://doi.org/10.5465/amr.2006.19379625>
- Judge, T. A., Thoresen, C. J., Bono, J. E., & Patton, G. K. (2001). *The job satisfaction–job performance relationship: A meta-analysis*. *Psychological Bulletin*, 127(3), 376–407. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.127.3.376>
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692–724. <https://doi.org/10.5465/256287>
- Locke, E. A. (1969). What is job satisfaction? *Organizational behavior and human performance*, 4(4), 309–336. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(69\)90013-0](https://doi.org/10.1016/0030-5073(69)90013-0)
- May, D. R., Gilson, R. L., & Harter, L. M. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of occupational and organizational psychology*, 77(1), 11–37. <https://doi.org/10.1348/096317904322915892>
- Nelson, N. (2006). A little appreciation can go a long way toward employee job satisfaction.
- Spector, P. E. (1985). Measurement of human service staff satisfaction: Development of the job satisfaction survey. *American journal of community psychology*, 13(6), 693.
- Tetik, N. (2016). The effects of psychological empowerment on job satisfaction and job performance of tourist guides. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 6(2), 221–239.
- Tiến, N. Đ. (2017). The factors affecting job satisfaction of the tour guides in Da Nang city. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ–Đại học Đà Nẵng*, 108–111.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*.
- Yang, S. H., & Choi, J. W. (2023). A study on the impact positive psychological capital of tour guides on job satisfaction and organizational commitment. *Asia-Pacific journal of business*, 14(2), 167–185.
- Wood, R., Bandura, A., & Bailey, T. (1990). Mechanisms governing organizational performance in complex decision-making environments. *Organizational behavior and human decision processes*, 46(2), 181–201. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(90\)90028-](https://doi.org/10.1016/0749-5978(90)90028-8)

JOB SATISFACTION OF TOUR GUIDES: A SURVEY IN HO CHI MINH CITY
Vo Huu Tinh

Abstract. This study investigates the factors affecting job satisfaction among tour guides based on Edwin Locke's job satisfaction theory. The research data were collected from 192 tour guide participants and analyzed using SPSS version 20. The study identifies three factors influencing job satisfaction: work-life balance; the value of self in the job; and the connection between work and family. The research employs reliability testing using Cronbach's Alpha, exploratory factor analysis (EFA), correlation analysis, and regression analysis to assess the hypotheses. The results of this study can help businesses better understand the needs and perspectives of tour guides, enabling them to formulate policies and strategies to build an effective and professional work environment to enhance performance and retain employees.

Keywords: Tour guides; Job satisfaction; Self-value; Work-life balance; Work-family connection.