



Working Paper 2025.2.1.14

- Vol. 2, No. 1

NGHIÊN CỨU VỀ CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG TỚI CƠ HỘI VIỆC LÀM CỦA THẾ HỆ GENZ TRONG BỐI CHUYỂN ĐỔI SỐ VÀ SỰ CHUYỂN DỊCH CỦA CƠ CẤU NGÀNH DU LỊCH TỈNH QUẢNG NINH

Nguyễn Trần Phương Thủy, Trần Đức Sơn, Lê Mai Phương

Sinh viên K61 Kinh doanh quốc tế - Viện Kinh tế & Kinh doanh quốc tế

Trường Đại học Ngoại Thương, Quảng Ninh, Việt Nam

Tóm tắt

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng để tìm hiểu các yếu tố tác động đến cơ hội việc làm cho thế hệ Gen Z trong bối cảnh chuyển đổi số và sự thay đổi cơ cấu ngành du lịch tại tỉnh Quảng Ninh. Nhóm tác giả áp dụng mô hình Động lực làm việc và sự gắn bó của nhân viên Gen Z trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, sự hài lòng và mong muốn làm việc trong ngành du lịch tại Quảng Ninh bị ảnh hưởng chủ yếu bởi ba yếu tố chính: mức lương, môi trường làm việc và sự phát triển của công nghệ. Những phát hiện này cung cấp cái nhìn tổng quan và khách quan về các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn nghề nghiệp của thế hệ Gen Z trong ngành du lịch.

Từ khoá: Chuyển đổi số, Cơ hội việc, GenZ, Ngành du lịch Quảng Ninh, Ý định việc làm.

RESEARCH ON FACTORS AFFECTING THE EMPLOYMENT OPPORTUNITIES OF GENERATION Z IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION AND THE STRUCTURAL SHIFT OF THE TOURISM INDUSTRY IN QUANG NINH

Abstract

The article uses a quantitative research method to study the factors that impact employment opportunities for Generation Z in the context of digital transformation and the changes in the tourism industry structure in Quang Ninh Province. The authors apply the Work Motivation and Employee Engagement model for Generation Z in small and medium-sized businesses in Vietnam. The research findings show that job satisfaction and the desire to work in the tourism industry in Quang Ninh are mainly influenced by three key factors: salary, work environment, and technology development. These findings provide a clear and objective overview of the factors that affect career choice decisions for Generation Z in the tourism industry.

Keywords: Digital Transformation, Employment Opportunities, Job intention, Generation Z, Quang Ninh Tourism Industry.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số, ngành du lịch Quảng Ninh đang có những bước chuyển mình mạnh mẽ, ứng dụng công nghệ vào quản lý và nâng cao trải nghiệm du lịch. Việc áp dụng mô hình du lịch thông minh đang trở thành xu hướng tất yếu, đòi hỏi doanh nghiệp và lao động trong ngành phải thích nghi nhanh chóng để duy trì lợi thế cạnh tranh. Đặc biệt, đối với thế hệ GenZ – những người trẻ năng động, sáng tạo và nhạy bén với công nghệ. Các công việc truyền thống như hướng dẫn viên hay quản lý tour dần được hỗ trợ bởi công nghệ, GenZ có thể tận dụng lợi thế của mình để khai thác và phát triển các nền tảng du lịch số, sáng tạo sản phẩm du lịch trải nghiệm mới. Họ có thể tham gia vào các lĩnh vực như phát triển nội dung số, thiết kế trải nghiệm du lịch thực tế ảo, quản lý nền tảng du lịch trực tuyến hay ứng dụng trí tuệ nhân tạo vào dịch vụ khách hàng.

2. Tổng quan nghiên cứu

2.1. Các nghiên cứu về cơ hội việc làm của GenZ

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số, các nghiên cứu quốc tế đã chỉ ra rằng công nghệ đang làm thay đổi căn bản mô hình hoạt động của ngành du lịch. Nghiên cứu “The New World of Work and Digital Learning: Millennials and Generation Z” (2022) khẳng định rằng Gen Z ưu tiên môi trường làm việc linh hoạt, sáng tạo và có sự ứng dụng công nghệ cao để đáp ứng nhu cầu cá nhân. Cùng giai đoạn này, nghiên cứu “Generation Z members' intentions to work in tourism in their World Heritage Site hometowns” (2023) cho thấy sự gắn kết của Gen Z với di sản văn hóa và tiềm năng phát triển kinh tế từ du lịch là yếu tố then chốt thúc đẩy họ lựa chọn sự nghiệp trong ngành này. Những phát hiện này cho thấy, dù tập trung chủ yếu ở các quốc gia phát triển, công nghệ vẫn đóng vai trò quan trọng trong việc định hình lại triển vọng nghề nghiệp và mô hình kinh doanh du lịch.

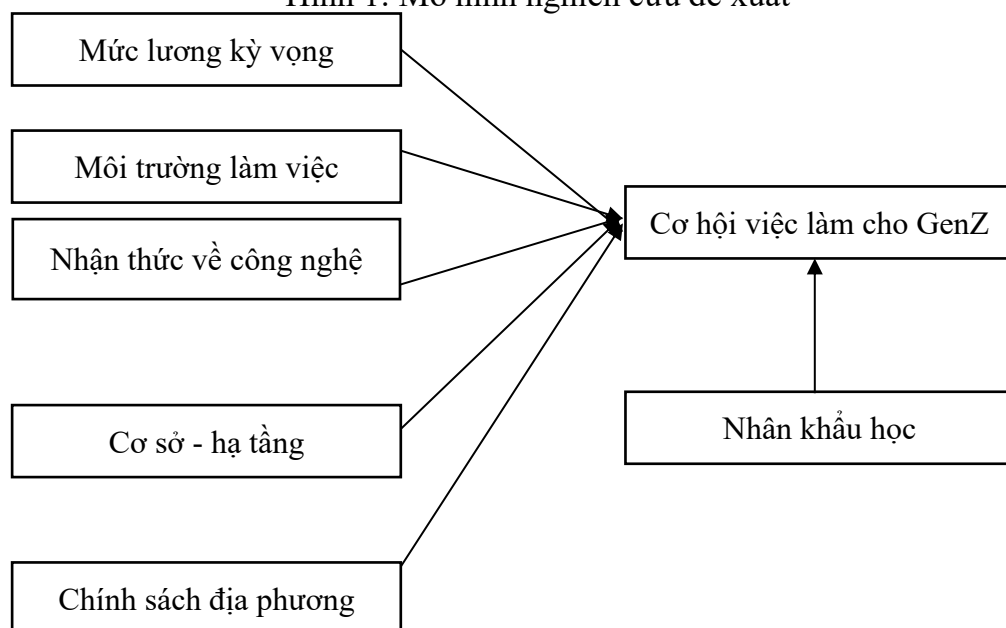
Tại Việt Nam, xu hướng số hóa đang lan tỏa mạnh mẽ trong ngành du lịch. Nghiên cứu “Những xu hướng phát triển du lịch mới: Cơ hội và thách thức cho việc làm du lịch Việt Nam giai đoạn 2025 - 2030” (2024) đã nêu bật việc ứng dụng công nghệ thông minh vào nâng cao trải nghiệm của du khách và cải tiến cách thức quản lý điểm đến. Đồng thời, các nghiên cứu về động lực làm việc của nhân viên Gen Z tại các doanh nghiệp vừa và nhỏ cho thấy, thế hệ trẻ ngày càng ưu tiên các môi trường làm việc hiện đại, linh hoạt và thân thiện với công nghệ. Vậy, hóa không chỉ giúp cải thiện chất lượng dịch vụ du lịch mà còn mở ra nhiều cơ hội nghề nghiệp mới cho lực lượng lao động trẻ trong bối cảnh chuyển đổi số.

Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu đề cập đến ảnh hưởng của chuyển đổi số đến ngành du lịch, phần lớn các công trình vẫn tập trung vào khía cạnh hành vi tiêu dùng hay chấp nhận công nghệ của du khách. Chưa có nhiều nghiên cứu chuyên sâu phân tích rõ ràng tác động của số hóa đối với cơ cấu ngành và thị trường lao động, đặc biệt là ở các khu vực đang phát triển như Quảng Ninh. Do đó, nghiên cứu này hướng tới việc lấp đầy khoảng trống kiến thức bằng cách đánh giá toàn diện các yếu tố ảnh hưởng cũng như cơ hội việc làm cho Gen Z trong bối cảnh du lịch số hóa, góp phần đề xuất các giải pháp thiết thực hỗ trợ sự phát triển bền vững của ngành.

2.2. Đề xuất mô hình nghiên cứu

Trong bài viết này, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu dựa vào những tài liệu nghiên cứu của những người đi trước. Tuy nhiên, đã được nhóm tác giả điều chỉnh để phù hợp với đề tài nghiên cứu.

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Nhóm nghiên cứu đã phân tích dữ liệu để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến cơ hội việc làm của Gen Z trong ngành du lịch số hóa tại Quảng Ninh. Dựa trên kết quả thu thập, các giả thuyết nghiên cứu được xây dựng nhằm làm rõ mối quan hệ giữa các yếu tố quan trọng trong bối cảnh chuyển đổi số và tác động của chúng đến lực lượng lao động trẻ. Cơ sở của việc lựa chọn cũng như giả thuyết của các biến được trình bày dưới đây như sau:

Khi thu nhập tương xứng với năng lực và chi phí sinh hoạt, người lao động trẻ sẽ có động lực gắn bó với công việc và sẵn sàng trau dồi kỹ năng để thích nghi với môi trường số hóa. Ngược lại, nếu mức lương không đáp ứng được mong đợi, họ có thể tìm kiếm cơ hội ở lĩnh vực khác.

H1: Mức lương kỳ vọng có ảnh hưởng tích cực đến cơ hội việc làm của Gen Z trong ngành du lịch số hóa.

Bên cạnh thu nhập, môi trường làm việc cũng là yếu tố quan trọng trong việc thu hút và giữ chân nhân sự trẻ. Một môi trường năng động, linh hoạt và có sự hỗ trợ từ công nghệ hiện đại sẽ giúp Gen Z cảm thấy hứng thú và gắn bó lâu dài hơn. Ngược lại, nếu điều kiện làm việc không đáp ứng được kỳ vọng về sáng tạo và phát triển bản thân, họ có thể nhanh chóng chuyển hướng sang ngành khác.

H2: Môi trường làm việc có ảnh hưởng tích cực đến cơ hội việc làm của Gen Z trong ngành du lịch số hóa.

Nhận thức và khả năng tiếp cận công nghệ cũng đóng vai trò quan trọng trong việc thích nghi với ngành du lịch hiện đại. Những người có kỹ năng sử dụng công nghệ thành thạo sẽ dễ dàng tiếp cận các cơ hội việc làm và tận dụng được lợi thế từ quá trình chuyển đổi số.

H3: Nhận thức về công nghệ có ảnh hưởng tích cực đến cơ hội việc làm của Gen Z

trong ngành du lịch số hóa.

Ngoài ra, cơ sở hạ tầng công nghệ cũng là một yếu tố quan trọng giúp ngành du lịch phát triển bền vững. Khi có hệ thống kết nối ổn định, nền tảng số hiện đại và hệ thống thanh toán trực tuyến tiện lợi, các doanh nghiệp du lịch có thể mở rộng hoạt động, từ đó tạo ra nhiều cơ hội việc làm hơn cho Gen Z.

H4: Cơ sở - hạ tầng có ảnh hưởng tích cực đến cơ hội việc làm của Gen Z trong ngành du lịch số hóa.

Bên cạnh các yếu tố về công nghệ và môi trường làm việc, chính sách địa phương cũng đóng vai trò quan trọng trong việc định hướng phát triển ngành du lịch. Nếu có những chính sách hỗ trợ chuyên đổi số, khuyến khích khởi nghiệp và thu hút đầu tư vào du lịch thông minh, cơ hội việc làm cho thế hệ trẻ sẽ được mở rộng đáng kể.

H5: Chính sách địa phương có ảnh hưởng tích cực đến cơ hội việc làm của Gen Z trong ngành du lịch số hóa.

Ngoài ra, còn có biến kiểm soát là các đặc điểm nhân khẩu học như độ tuổi, giới tính, trình độ học vấn và kinh nghiệm làm việc cũng có thể tác động đến khả năng tiếp cận cơ hội nghề nghiệp của Gen Z. Việc xem xét những yếu tố này giúp đánh giá mức độ ảnh hưởng của từng nhóm đến thị trường lao động.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thiết kế bảng hỏi

Bảng hỏi trong nghiên cứu này được xây dựng dựa trên các nghiên cứu trước đó, nhằm đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến cơ hội việc làm của Gen Z trong ngành du lịch số hóa tại Quảng Ninh. Thang đo Likert được sử dụng để đánh giá mức độ đồng ý của người tham gia khảo sát, với mức 1 là “Hoàn toàn không đồng ý” và mức 5 là “Hoàn toàn đồng ý”.

Ngoài các câu hỏi chính phục vụ kiểm định mô hình nghiên cứu, bảng khảo sát còn bao gồm hai nhóm câu hỏi phân loại đối tượng điều tra. Phần đầu tiên thu thập thông tin nhân khẩu học giúp xác định đặc điểm của nhóm mẫu nghiên cứu. Phần thứ hai tập trung vào mức độ quan tâm của Gen Z đối với ngành du lịch số hóa và các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định việc làm. Việc thiết kế bảng hỏi theo cấu trúc này giúp đảm bảo dữ liệu có tính khoa học và hỗ trợ phân tích mối quan hệ giữa các biến nghiên cứu.

3.2. Thu thập và mô tả dữ liệu

Nhóm đã triển khai khảo sát từ 27/12/2024 đến 15/03/2025 tại nhiều thành phố tại Quảng Ninh. Dữ liệu được thu thập linh hoạt qua hai hình thức: khảo sát online bằng Google Form (chia sẻ qua Facebook, Zalo, các hội nhóm sinh viên) và phát phiếu trực tiếp tại một số trường đại học, cao đẳng trong khu vực.

Để đảm bảo chất lượng dữ liệu, nhóm giới hạn mỗi người chỉ gửi một phiếu trên cùng một IP và chèn các câu hỏi kiểm tra logic. Tổng cộng thu được 347 phiếu, sau khi loại bỏ 133 phiếu không hợp lệ, còn lại 214 phiếu hợp lệ được xử lý bằng phần mềm SPSS.

Về độ tuổi, phần lớn người tham gia thuộc nhóm 18–22 tuổi (59,3%), tiếp theo là nhóm 23–26 tuổi (18,7%), còn lại là nhóm 27–30 tuổi (8,9%) và trên 30 tuổi (13,1%), cho thấy mẫu khảo sát chủ yếu là người trẻ đang học tập hoặc mới đi làm. Về giới tính, nữ chiếm 59,3%, nam 38,3% và giới tính khác 2,3%. Sự chênh lệch này có thể do khác biệt trong mức độ sẵn sàng tham gia khảo sát. Về trình độ học vấn, đa số có trình độ đại học (64,5%), còn lại là cao đẳng (15,9%), trung cấp (12,1%) và sau đại học (7,5%), phản ánh

nhóm khảo sát có học vấn tương đối cao. Về mức lương kỳ vọng, phần lớn mong muốn thu nhập 8–12 triệu đồng/tháng (46,7%), tiếp theo là 5–8 triệu (30,4%), trên 12 triệu (19,2%) và 2–5 triệu (3,7%), thể hiện kỳ vọng thu nhập khá cao. Về kinh nghiệm làm việc, 43,5% chưa đi làm, 31,3% làm việc bán thời gian và 25,2% có kinh nghiệm toàn thời gian, cho thấy phần lớn vẫn đang trong giai đoạn tích lũy kinh nghiệm. Về chuyên ngành học tập, chỉ 39,3% học ngành liên quan đến du lịch, còn lại 60,7% thuộc các ngành khác, cho thấy xu hướng chuyển hướng sang du lịch hoặc gặp khó khăn khi tiếp cận lĩnh vực này.

Bảng 1: Đặc điểm mẫu khảo sát

Tên biến	Đặc điểm	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Độ tuổi	18 – 22 tuổi	127	59,3
	23 – 26 tuổi	40	18,7
	27 – 30 tuổi	19	8,9
	Trên 30 tuổi	28	13,1
Giới tính	Khác	5	2,3
	Nam	82	38,3
	Nữ	127	59,3
Trình độ văn hoá	Cao đẳng	34	15,9
	Đại học	138	64,5
	Trung cấp	26	12,1
	Sau đại học	16	7,5
Mức lương kỳ vọng	2 – 5 triệu	8	3,7
	5 – 8 triệu	65	30,4
	8 – 12 triệu	100	46,7
	Trên 12 triệu	41	19,2
Kinh nghiệm đi làm	Chưa đi làm	93	43,5
	Làm bán thời gian	67	31,3
	Làm toàn thời gian	54	25,2
Chuyên ngành	Có	84	39,3
	Không	130	60,7

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Dựa trên bộ dữ liệu thu thập từ khảo sát trên, nhóm nghiên cứu tiến hành phân tích theo một quy trình gồm nhiều bước nhằm đảm bảo độ tin cậy và tính khoa học cho kết quả cuối.

4. Kết quả và thảo luận nghiên cứu

4.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Đầu tiên là kiểm định độ tin cậy tổng hợp của các thang đo được đem vào khảo sát thông qua hệ số Cronbach's Alpha.

Bảng 2: Kiểm định độ tin cậy thông qua hệ số Cronbach's Alpha

Biến	Thang đo	Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số Alpha nếu loại bỏ biến	Hệ số Cronbach's Alpha
Mức lương kỳ vọng	ML1	.969	.977	0.985
	ML2	.964	.980	
	ML3	.969	.977	
Môi trường làm việc	MT1	.901	.915	0.948
	MT2	.895	.919	
	MT3	.875	.935	
Nhận thức về công nghệ	CN1	.900	.956	0.964
	CN2	.882	.958	
	CN3	.876	.959	
	CN4	.899	.956	
	CN5	.870	.959	
Sự phát triển cơ sở - hạ tầng	CN6	.888	.957	0.930
	CSHT1	.833	.910	
	CSHT2	.855	.903	
	CSHT3	.842	.907	
Chính sách của địa phương	CSHT4	.819	.915	0.950
	CS1	.906	.920	
	CS2	.893	.929	
Cơ hội việc làm	CS3	.889	.933	0.909
	CHVL1	.826	.862	
	CHVL2	.814	.872	
	CHVL3	.812	.873	

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Bảng giá trị trên cho thấy Cronbach's Alpha của tất cả các nhân tố đều lớn hơn 0.6. Giá trị Cronbach's Alpha là khoảng ≈ 0.9 , nằm trong khoảng thang đo có độ tin cậy tuyệt vời. Các biến quan sát có giá trị tương quan biến tổng tương đối lớn, đều lớn hơn 0.3. Vì vậy,

tất cả biến quan sát thuộc các nhân tố trên đều đủ độ tin cậy.

4.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Sử dụng phân tích nhân tố khám phá (EFA) để phân tích thống kê được sử dụng để khám phá và xác định cấu trúc tiềm ẩn của một tập hợp các biến. Mục đích chính của EFA là nhóm các biến quan sát thành các yếu tố chung, giúp rút gọn dữ liệu mà không làm mất đi thông tin quan trọng.

4.2.1. Phân tích nhân tố khám phá EFA cho biến độc lập

Bảng 3: Tổng hợp kết quả các hệ số trong phân tích nhân tố khám phá EFA đối với các biến độc lập lần đầu tiên

Yếu tố đánh giá	Kết quả phân tích	So sánh
Hệ số KMO	0.846	$0.5 < 0.846 < 1$
Phương sai trích	88.468%	$88.468\% > 50\%$
Giá trị Eigenvalue	2.380	$2.380 > 1$
Giá trị Sig. trong kiểm định	0.000	$0.000 < 0.05$
Giá trị Chi-square	4544.360	

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Phân tích nhân tố khám phá (EFA) xác định 5 nhân tố chính có Eigenvalue > 1 , tại giá trị Eigenvalue = 2.380, đáp ứng yêu cầu về giá trị riêng. Tổng phương sai trích sau khi xoay đạt 88.468%, thích phần lớn sự biến thiên của dữ liệu, đảm bảo độ tin cậy cho mô hình.

Hệ số KMO = 0.846, Chi-square của kiểm định Barlett đạt 4544.360 với mức ý nghĩa Sig. = 0.000, thấy rằng các biến quan sát tương quan với nhau. Vậy, kết quả EFA ở lần chạy đầu tiên này phù hợp với dữ liệu nghiên cứu. Phương sai trích là 88.468% cho thấy rằng các nhân tố trích ra được giải thích 88.468% biến thiên của dữ liệu khảo sát.

Bảng 4: Ma trận xoay lần đầu tiên của biến độc lập

	Component				
	1	2	3	4	5
CN1	.932				
CN4	.929				
CN6	.918				
CN2	.915				
CN3	.913				
CN5	.911				
CSHT2		.919			

CSHT3	.911
CSHT1	.905
CSHT4	.898
ML1	.984
ML2	.982
ML3	.981
CS1	.952
CS2	.946
CS3	.946
MT1	.956
MT2	.949
MT3	.944

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Ma trận xoay gồm 5 nhóm biến, điều kiện cho mỗi nhóm là có trọng số biến lớn 0.5 và khác biệt hệ tải số của một biến lớn hơn hoặc bằng 0.5. Nếu tồn tại biến có hệ số tải nhỏ hơn 0.5 bị loại và tiến hành phân tích lại. Sau khi quan sát các hệ số tải của các nhân tố thì thấy các biến quan sát đều có hệ số tải đạt yêu cầu.

4.2.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA cho biến phụ thuộc

Bảng 5: Tổng hợp kết quả các hệ số trong phân tích nhân tố khám phá EFA đối với các biến phụ thuộc lần đầu tiên

Yếu tố đánh giá	Kết quả phân tích	So sánh
Hệ số KMO	0.757	$0.5 < 0.757 < 1$
Phương sai trích	84.584%	$84.584\% > 50\%$
Giá trị Eigenvalue	2.538	$2.538 > 1$
Giá trị Sig. trong kiểm định	0.000	$0.000 < 0.05$
Giá trị Chi-square	422.297	

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Kết quả EFA cho biến phụ thuộc cho thấy hệ số KMO đạt 0.757 chứng tỏ dữ liệu phù hợp để phân tích nhân tố. Kiểm định Bartlett có giá trị Sig. = 0.000 (< 0.05), xác nhận rằng các biến quan sát có mối tương quan đủ mạnh.

Phương sai trích đạt 84.584%, cao hơn mức yêu cầu tối thiểu 50%, cho thấy các nhân tố có thể giải thích phần lớn biến thiên trong dữ liệu. Giá trị Eigenvalue = 2.538 (> 1),

điều này đảm bảo nhân tố có ý nghĩa thống kê. Kết quả phân tích nhân tố khám phá cho biến phụ thuộc đạt tiêu chuẩn.

4.3. Phân tích tương quan Pearson

Sau khi các nhân tố được xác định, thực hiện phân tích tương quan Pearson để kiểm tra mối liên hệ giữa các biến với nhau, làm cơ sở cho việc đánh giá mức độ ảnh hưởng.

Bảng 6: Kết quả phân tích tương quan giữa biến phụ thuộc với các biến độc lập

		Correlations					
		CHVL	ML	MT	CN	CSHT	CS
CHVL	Pearson	1	.799**	.802**	.749**	.821**	.812**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	214	214	214	214	214	214
ML	Pearson	.799**	1	.630**	.579**	.645**	.649**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	214	214	214	214	214	214
MT	Pearson	.802**	.630**	1	.550**	.682**	.633**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	214	214	214	214	214	214
CN	Pearson	.749**	.579**	.550**	1	.641**	.585**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	214	214	214	214	214	214
CSHT	Pearson	.812**	.645**	.682**	.641**	1	.679**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	214	214	214	214	214	214
CS	Pearson	.812**	.649**	.633**	.585**	.679**	1
	Correlation						

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
N	214	214	214	214	214

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Giá trị Sig ở tất cả các ô đều nhỏ hơn 0.05 nên các biến độc lập tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc. Biến CSHT với biến CHVL có mối tương quan mạnh nhất với hệ số $r = 0.821$ và mối tương quan giữa biến CN với biến CHVL là nhỏ nhất với $r = 0.749$. Đối với các biến độc lập, giá trị Sig. < 0.05 và không có hệ số $r > 0.7$ nên không cần quan tâm đến hiện tượng đa cộng tuyến

4.4. Phân tích hồi quy tuyến tính

Cuối cùng, mô hình nghiên cứu được kiểm định thông qua phân tích hồi quy tuyến tính nhằm đánh giá mức độ phù hợp của mô hình cũng như kiểm tra các giả thuyết đã đặt ra.

4.4.1. Kiểm định về độ phù hợp của mô hình

Phương trình hồi quy bội:

$$CHVL = \beta_0 + \beta_1 \times ML + \beta_2 \times MT + \beta_3 \times CN + \beta_4 \times CSHT + \beta_5 \times CS$$

Phân tích hồi quy bội ở mô hình trên với 5 biến độc lập gồm: Mức lương kỳ vọng, Môi trường làm việc, Sự phát triển của cơ sở - hạ tầng; Nhận thức về công nghệ, Chính sách của địa phương.

Bảng 7: Kết quả mô hình kiểm định về độ phù hợp của mô hình

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số chuẩn ước lượng	Durbin - watson
1	.951 ^a	.905	.903	.12274	2.162

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Với giả định tự tương quan chuỗi bậc nhất (Yahua Qiao, 2011), ta thấy hệ số xác định R² là thước đo sự phù hợp với mô hình hồi quy tuyến tính, sử dụng thêm cả chỉ số R² hiệu chỉnh. R² hay R² hiệu chỉnh nằm trong đoạn từ 0 đến 1, cho thấy các biến độc lập ảnh hưởng 90.3% sự biến thiên của biến phụ thuộc, khoảng 10% là do các biến ngoài mô hình và sai số ngẫu nhiên. DW = 2.162 nằm trong khoảng đạt yêu cầu.

Bảng 8: Kiểm định F trong phân tích ANOVA

Mô hình	Tổng các bình phương	Bậc tự do (df)	Bình phương trung bình	F	Sig.
Hồi quy	27.827	5	5.565	369.424	.000 ^b
1 Đư	2.923	194	.015		
Tổng	30.750	199			

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Phép kiểm định F được sử dụng để kiểm định giả thuyết: R² = 0 nhằm kiểm định độ phù hợp mô hình hồi quy. Sau khi thực hiện kiểm định, kết quả như sau:

Giá trị Sig < 0.05, tức là R² ≠ 0 có ý nghĩa thống kê.

Vậy mô hình hồi quy phù hợp.

4.4.2. Kiểm định các giả thuyết nghiên cứu

Chúng ta có 2 hệ số hồi quy, gồm:

(1) chưa chuẩn hóa (unstandardized estimates), kí hiệu là B

(2) chuẩn hóa (standardized estimates), kí hiệu là Beta

Bảng 9: Phân tích kết quả hồi quy

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hoá		Hệ số hồi quy chuẩn hoá	t	Sig.	Thông kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Dung sai	VIF
Hằng số	.350	.096		3.660	.000		
ML	.187	.026	.233	7.100	.000	.455	2.214
MT	.198	.027	.247	7.468	.000	.447	2.236
CN	.173	.026	.202	6.583	.000	.521	1.918
CSHT	.165	.029	.205	5.669	.000	.374	2.672
CS	.199	.027	.247	7.328	.000	.430	2.325

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Kết quả hồi quy cho ta thấy giá trị Sig. của tất cả biến độc lập đưa vào khảo sát đều nhỏ hơn 0.05, tất cả các biến này đều có tác động lên biến phụ thuộc. Chỉ số VIF < 2 sẽ không có trường hợp xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến.

Phương trình hồi quy tuyến tính của mô hình phân tích như sau:

$$CHVL = 0.455ML + 0.447MT + 0.521CN + 0.374CSHT + 0.430CS$$

4.5. Kiểm định sự khác biệt

Để kiểm tra xem độ tuổi có ảnh hưởng đến cơ hội việc làm hay không, tiến hành kiểm định sự khác biệt của biến độ tuổi với biến CHVL. Đặt giả thuyết là: Không có sự khác biệt nào về Cơ hội việc làm giữa các nhóm độ tuổi đem đi so sánh ở biến kiểm soát.

Bảng 10: Kiểm định tính đồng nhất phương sai đối với biến độ tuổi

Test of Homogeneity of Variances

YD			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.678	2	211	.412

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Kết quả kiểm định Levene cho biến YD có giá trị Sig. = 0.412, lớn hơn mức ý nghĩa 0.05; giả thuyết về sự đồng nhất phương sai không bị bác bỏ. Như vậy, dữ liệu thỏa mãn

giả định đồng nhất phương sai, cho phép sử dụng các kiểm định tham số như ANOVA hoặc t-test để phân tích tiếp theo.

Bảng 11: Kết quả kiểm định ANOVA đối với biến đối tượng

ANOVA					
YD					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.883	2	1.442	2.335	.099
Within Groups	130.295	211	.618		
Total	133.178	213			

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Theo bảng ANOVA, ta thấy rằng giá trị Sig. = 0.099 lớn hơn 0.05. Như vậy, với độ tin cậy là 95%, ta chấp nhận giả thuyết và kết luận rằng: Không có sự khác biệt nào về Cơ hội việc làm giữa các nhóm đối tượng muốn đem đi so sánh ở biến kiểm soát

5. Kết luận và đề xuất

5.1. Thảo luận về kết quả nghiên cứu

Từ các kết quả trên, nhóm nghiên cứu đã xác định được những yếu tố chính ảnh hưởng đến cơ hội việc làm của GenZ trong ngành du lịch tại Quảng Ninh, nơi đang diễn ra mạnh mẽ quá trình chuyển đổi số và tái cơ cấu ngành nghề. Các dữ liệu khảo sát đã được xử lý bao gồm kiểm tra độ tin cậy của thang đo, phân tích nhân tố khám phá, kiểm tra tương quan và hồi quy tuyến tính. Nhờ đó, nhóm nghiên cứu không chỉ làm rõ mối quan hệ giữa các yếu tố với cơ hội nghề nghiệp của GenZ, mà còn chỉ ra mức độ ảnh hưởng cụ thể của từng yếu tố này.

So với các nghiên cứu trước đây, kết quả nghiên cứu này cho thấy sự tương đồng ở một số điểm, như vai trò quan trọng của thu nhập và môi trường làm việc, luôn được ưu tiên khi lựa chọn ngành. Tuy nhiên, có sự khác biệt đáng chú ý, đặc biệt là nhận thức về công nghệ và sự phát triển cơ sở hạ tầng, các yếu tố này lại nổi bật hơn so với các nghiên cứu trước. Sự thay đổi này có thể lý giải tại Quảng Ninh, công nghệ đang được áp dụng mạnh mẽ trong ngành du lịch, khiến người lao động trẻ có cái nhìn tích cực hơn về yếu tố này. Sự phát triển nhanh chóng của các nền tảng số và hạ tầng du lịch thông minh trong thời gian gần đây đã làm cho các yếu tố này trở nên quan trọng hơn so với trước đây.

Qua đó, kết quả nghiên cứu không chỉ xác nhận lại một số xu hướng đã được ghi nhận trong các tài liệu trước, mà còn làm nổi bật những điểm mới, phù hợp với tình hình thực tế hiện nay. Việc đưa công nghệ và hạ tầng vào trung tâm mô hình phân tích giúp có cái nhìn khái quát về tầm trọng trong thời đại chuyển đổi số.

5.2. Đề xuất về nâng cao cơ hội việc làm cho GenZ trong thời đại du lịch công nghệ số

Quảng Ninh hiện là một trong những trung tâm du lịch hàng đầu cả nước, đồng thời cũng là địa phương đi đầu trong tiến trình chuyển đổi số. Với thế mạnh về tài nguyên thiên nhiên, hạ tầng phát triển và tầm nhìn chiến lược, Quảng Ninh đang tạo ra nhiều tiềm năng việc làm mới trong ngành du lịch – dịch vụ.

Thứ nhất, việc điều chỉnh mức lương cần được thực hiện qua kết nối giữa doanh nghiệp và lao động trẻ. Tại Quảng Ninh, nhiều bạn trẻ tốt nghiệp ngành du lịch vẫn chưa hình dung thực tế, dẫn đến tình trạng hoặc là “kén việc”, hoặc là “nhảy việc” liên tục. Các doanh nghiệp lớn như Sun Group, Tuần Châu Group, FLC Hạ Long cùng các trung tâm dịch vụ việc làm, tổ chức định kỳ các hội thảo, tọa đàm hướng nghiệp để cung cấp dữ liệu thị trường lao động minh bạch.

Thứ hai, xây dựng môi trường làm việc hiện đại, linh hoạt là yếu tố để giữ chân GenZ tại các doanh nghiệp du lịch địa phương. Các doanh nghiệp nên hướng đến mô hình làm việc linh hoạt, đầu tư vào không gian mở, sử dụng các công cụ công nghệ số trong quản trị nhân sự. Không gian sáng tạo như GreenHub Coworking tại Hạ Long có thể được tận dụng làm địa điểm thử nghiệm mô hình làm việc từ xa kết hợp.

Thứ ba, việc nâng cao năng lực công nghệ cho GenZ là bước đệm để thích ứng với quá trình chuyển đổi số mạnh mẽ trong du lịch Quảng Ninh. Các chương trình đào tạo cần tích hợp nội dung về ứng dụng công nghệ mới như phân tích dữ liệu khách hàng hoặc vận hành các nền tảng du lịch thông minh.

Thứ tư, tỉnh Quảng Ninh cần tiếp tục đầu tư phát triển hạ tầng để tạo điều kiện thuận lợi cho việc làm trong ngành du lịch. Việc nâng cấp hạ tầng mạng tại các điểm du lịch như Bình Liêu, Cô Tô, Vân Đồn, cùng với hiện đại hóa không chỉ nâng cao trải nghiệm du khách mà còn mở ra nhiều vị trí việc làm mới như quản trị nền tảng, kỹ thuật viên vận hành hệ thống.

Thứ năm, hoàn thiện chính sách địa phương là đòn bẩy để mở rộng cơ hội việc làm cho GenZ. Chính quyền cần có chính sách ưu đãi cụ thể như miễn giảm thuế, tạo điều kiện thuê mặt bằng ưu đãi cho các doanh nghiệp ứng dụng công nghệ trong du lịch, đặc biệt là các doanh nghiệp do người trẻ sáng lập. Việc triển khai mô hình khu du lịch thông minh tại Hạ Long hoặc Uông Bí làm thí điểm cũng sẽ tạo ra hệ sinh thái số, trong đó GenZ có thể đóng vai trò trung tâm – từ khâu phát triển nội dung số đến vận hành các trải nghiệm du lịch thông minh.

5.3. Kết luận

Đề tài “Xu hướng chuyển dịch cơ cấu ngành du lịch Quảng Ninh và cơ hội việc làm cho thế hệ Gen Z trong bối cảnh chuyển đổi số” đóng góp quan trọng về cả lý thuyết và thực tiễn. Nghiên cứu không chỉ phân tích sự chuyển dịch cơ cấu ngành du lịch mà còn làm rõ các xu hướng phát triển nổi bật, yêu cầu kỹ năng và khả năng thích ứng của lao động trẻ trong thời đại số. Qua đó, nghiên cứu góp phần xây dựng nền tảng lý luận vững chắc cho các nghiên cứu trong tương lai, đặc biệt là các nghiên cứu về tác động của chuyển đổi số đối với thị trường lao động và các ngành nghề có sự chuyển dịch mạnh mẽ. Nghiên cứu cung cấp bức tranh tổng quan về sự thay đổi của ngành du lịch Quảng Ninh và cơ hội việc làm dành cho Gen Z, giúp có cái nhìn thực tế hơn về các cơ hội và thách thức trong việc lựa chọn nghề nghiệp trong một ngành đang chuyển mình mạnh mẽ.

Ngoài ra, nghiên cứu còn đề xuất những giải pháp thiết thực giúp Gen Z thích nghi với môi trường làm việc mới, tận dụng các công nghệ hiện đại và phát huy tối đa năng lực cá nhân. Những giải pháp này không chỉ hỗ trợ người lao động trẻ xây dựng sự nghiệp mà còn giúp các doanh nghiệp và cơ quan chức năng định hướng phát triển nguồn nhân lực hiệu quả hơn. Từ đó, nghiên cứu đóng góp vào việc xây dựng chính sách nhân lực hợp lý và chiến lược thu hút lao động trẻ một cách hiệu quả, tạo nền tảng cho sự phát triển bền

vững của ngành du lịch Quảng Ninh trong bối cảnh chuyển đổi số hiện nay.

Tài liệu tham khảo

1. Brown, J. & Taylor, S. (2022). *The Role of Virtual Reality in Tourism Marketing*. Cambridge University Press.
2. Garcia, L. (2021). *Digital Transformation Challenges in the Travel Industry*. Oxford University Press.
3. Jones, M. (2020). *Big Data and Personalized Travel Experiences*. Harvard Business Review.
4. Smith, R. (2021). *The Digital Revolution in Tourism: Opportunities and Risks*. Springer.
5. Williams, K. (2023). *Blockchain and Secure Payment Systems in Tourism*. MIT Press.
6. Robinson, V.M. và Schänzel, H.A. (2019). 'A tourism inflex: Generation Z travel experiences', *Journal of Tourism Futures*, 5(2), pp 127-141.
7. Jandrić, P., Hayes, D., Jackson, L., et al. (2022). 'The New World of Work and Digital Learning: Millennials and Generation Z'. *Postdigital Science and Education*, 4(1), pp. 125–148.
8. Cronbach, L. J. (1951). "Coefficient alpha and the internal structure of tests", *Psychometrika*, 16(3), pp. 297–334.
9. UBND tỉnh Quảng Ninh. 'Cổng thông tin điện tử tỉnh Quảng Ninh'.
10. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2025). 'Chuyển đổi số phải toàn dân, toàn diện toàn trình với 5 "tăng tốc, bứt phá"'.
11. Jimmy Leach (2022). 'The ten principles of marketing to Generation Z'.