CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC CỦA HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH NỘI ĐỊA TRÊN ĐỊA BÀN TP. HỒ CHÍ MINH

Phạm Ngọc Dũng
Trường Đại học Công nghiệp Thực phẩm TP.HCM
Email: *dungpn@hufi.edu.vn*
Ngày nhận bài: 26/10/2020; Ngày chấp nhận đăng: 12/4/2021

TÓM TẮT

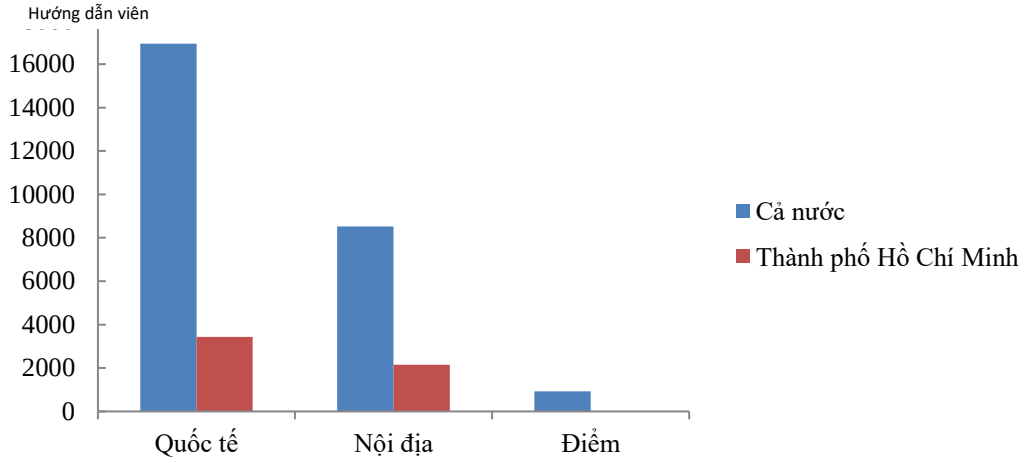
Ngành du lịch Việt Nam đang được định hướng trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, trong đó sự đóng góp của lữ hành nói chung và vai trò của hướng dẫn viên nói riêng đối với mục tiêu trên là rất lớn. Do ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, vai trò của du lịch nội địa đang nổi lên như một lựa chọn thúc đẩy ngành du lịch Việt Nam cũng như các ngành du lịch khác trên thế giới. Tìm kiếm và thúc đẩy động lực làm việc của hướng dẫn du lịch nội địa là một trong những nhân tố thúc đẩy du lịch nội địa. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng tổng hợp kết quả khảo sát từ 355 hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Qua kỹ thuật phân tích với phần mềm SPSS, nghiên cứu chỉ ra 4 nhân tố tác động đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh là Thu nhập, Môi trường làm việc, Mong muốn của bản thân và Chính sách của công ty.

Từ khóa: Hướng dẫn viên du lịch nội địa, động lực làm việc, lữ hành.

1. GIỚI THIỆU

Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM) là đầu tàu kinh tế của cả nước. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê thì doanh thu từ ngành lữ hành Thành phố mang lại năm 2015 là 18.456 tỷ đồng, đến năm 2018 là 24.218 tỷ đồng [1]. Lượng khách được các công ty lữ hành phục vụ năm 2015 là 4.638.000 lượt, năm 2018 là 7.086.000 lượt khách trong đó khách nội địa là 4.213.000 lượt, số khách TP.HCM đi du lịch nội địa năm 2018 là 1.072.000 lượt [2].

Đóng góp không nhỏ cho sự phát triển du lịch nói chung và lữ hành TP.HCM nói riêng phải kể đến đội ngũ hướng dẫn viên du lịch nội địa. Theo số liệu thống kê từ Tổng cục Du lịch Việt Nam đến tháng 9/2020 tổng số hướng dẫn viên được cấp thẻ ở Việt Nam là 26.394 hướng dẫn viên, trong đó hướng dẫn viên du lịch quốc tế là 16.945 người chiếm tỷ lệ hơn 64%, hướng dẫn viên nội địa là 8.520 người, 930 là hướng dẫn viên tại điểm [3]. Tại TP.HCM, năm 2020 ghi nhận có 2.157 hướng dẫn viên được cấp thẻ hướng dẫn viên du lịch nội địa, số lượng hướng dẫn viên du lịch được cấp thẻ hướng dẫn viên quốc tế là 3.439 người, nguồn số liệu không ghi nhận hướng dẫn viên du lịch tại điểm của TP.HCM (Hình 1).



Hình 1. Thống kê số lượng hướng dẫn viên du lịch cả nước và TP.HCM năm 2020 [3]

Việc tạo động lực làm việc cho hướng dẫn viên du lịch nội địa góp phần không nhỏ trong việc nâng cao chất lượng chuyến đi của khách du lịch và hình ảnh của doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn thành phố. Tuy nhiên, về mặt khoa học, nghiên cứu về động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch chưa được quan tâm, hiện nay chưa có nghiên cứu nào về lĩnh vực này, các nghiên cứu về hướng dẫn viên chủ yếu hướng đến các nghiệp vụ để nâng cao chất lượng công tác phục vụ. Thiếu sót trong nghiên cứu động lực làm việc dẫn đến không đáp ứng được các giá trị thúc đẩy động lực làm việc của hướng dẫn viên nên thực trạng hiện nay với bộ phận hướng dẫn viên là tuổi nghề rất ngắn, việc tiếp tục gắn bó với nghề đối với phần lớn hướng dẫn viên là một thách thức. Đối với các công ty lữ hành không có được định hướng đúng trong việc thúc đẩy động lực làm việc, duy trì, bồi dưỡng phát triển đội ngũ hướng dẫn viên cơ hữu hoặc cộng tác đảm bảo họ gắn bó lâu dài với doanh nghiệp. Ngành lữ hành sẽ chịu ảnh hưởng gián tiếp về chất lượng chương trình du lịch khi lượng hướng dẫn viên có kinh nghiệm sau một thời gian công tác sẽ chuyển đổi nghề khác. Nghiên cứu này nhằm tìm hiểu các nhân tố tác động đến động lực làm việc của hướng dẫn viên giúp doanh nghiệp lữ hành có định hướng đúng trong phát triển đội ngũ hướng dẫn viên cho doanh nghiệp trên cơ sở đó nâng cao chất lượng phục vụ trên tour. Nghiên cứu động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch trong điều kiện ảnh hưởng nặng nề của dịch COVID-19 góp phần giúp nhà quản lý có thêm giải pháp hỗ trợ đội ngũ hướng dẫn viên đặc biệt là hướng dẫn viên cộng tác nhằm duy trì đội ngũ có chất lượng.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

Trong thực tế, các nhà nghiên cứu thường chia lý thuyết về động lực làm 2 nhóm bao gồm lý thuyết nội dung và lý thuyết quá trình. Theo Osabiya BJ. (2015), lý thuyết nội dung liên quan đến việc xác định nhu cầu của con người và sức mạnh tương đối của họ cũng như mục tiêu mà họ theo đuổi để thỏa mãn những nhu cầu này [4]. Nhóm lý thuyết nội dung bao gồm ít nhất 4 lý thuyết: lý thuyết nhu cầu phân cấp của Maslow; lý thuyết nhu cầu sửa đổi của Alderfer; thuyết hai nhân tố của Herzberg và lý thuyết động lực thành tích của McClelland. Nhóm lý thuyết quá trình bao gồm lý thuyết kỳ vọng; lý thuyết mục tiêu và lý thuyết công bằng. Lý thuyết quá trình là lý thuyết bên ngoài, chúng cố gắng xác định mối quan hệ giữa các biến động tạo nên động lực và các hành động cần thiết để ảnh hưởng đến hành vi và hành động. Mặt khác, lý thuyết quá trình còn được gọi là lý thuyết nhận thức vì nó liên quan đến nhận thức của mọi người về môi trường làm việc của họ, cách họ diễn giải và hiểu. Các nhà

nghiên cứu nhấn mạnh lý thuyết quá trình đóng góp thêm vào sự hiểu biết của con người về bản chất phức tạp của động lực làm việc [4].

Các nghiên cứu về động lực làm việc khá phổ biến trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Bên cạnh các lĩnh vực lao động sản xuất, lĩnh vực dịch vụ cũng được nghiên cứu để tìm các nhân tố tác động đến động lực làm việc. Đối với ngành khách sạn, nghiên cứu của Chun & Soo (2008) đã đề xuất mô hình lý thuyết kỳ vọng cho động lực làm việc của nhân viên khách sạn. Theo mô hình này có 5 nhân tố tác động đến động lực làm việc của nhân viên. Công cụ nội tại góp phần thúc đẩy động lực trong đó nhân viên khách sạn có ý thức hoàn thành và cảm thấy tốt khi họ thực hiện tốt. Yếu tố kết hợp nội tại thúc đẩy nhân viên chịu trách nhiệm nhiều hơn, tận dụng tối đa khả năng và thành tích của họ. Kỳ vọng và yếu tố kết hợp bên ngoài (trả, thưởng, tăng lương và thăng chức) cũng là động lực của nhân viên [5]. Nghiên cứu của Lew Tek Yew (2007) về nhân sự cam kết đối với hài lòng công việc trong ngành khách sạn ở Sarawak, Malaysia cho thấy ba yếu tố quan trọng nhất để thúc đẩy nhân viên là công việc thú vị, bảo đảm công việc và cơ hội thăng tiến và phát triển [6]. Bên cạnh đó sự hài lòng đối với "mức lương" đã được tìm thấy có một ý nghĩa mối quan hệ tích cực với cam kết tình cảm. Ngoài ra, sự hài lòng đối với giám sát cho thấy có mối quan hệ tích cực đáng kể với sự hài lòng công việc của nhân viên ngành khách sạn. Sabiroh *et al.* (2019) nghiên cứu các yếu tố tác động đến động lực của nhân viên ngành khách sạn đã nhận thấy chín yếu tố được coi là quan trọng trong việc đảm bảo rằng nhân viên luôn có động lực trong công việc. Trong đó các tác giả chia thành hai nhóm động lực bên trong và động lực bên ngoài. Động lực bên trong bao gồm: hạnh phục; hứng thú với công việc; ý chí và mong muốn; kiến thức mới. Động lực bên ngoài bao gồm: sự thuận tiện; môi trường làm việc; mối quan hệ với đồng nghiệp; tiền lương; mối quan hệ với nhà tuyển dụng [7]. Lưu Thị Bích Ngọc và cộng sự (2013) nghiên cứu các nhân tố tác động đến động lực làm việc của nhân viên khách sạn 4 sao trên địa bàn TP.HCM, nghiên cứu cho thấy có 11 nhân tố tác động đến động lực làm việc trong đó có phát triển nghề nghiệp; bản chất công việc; chính sách của công ty; điều kiện làm việc; yếu tố lương bổng [8]. Dựa trên mô hình nhu cầu của Maslow, Trương Minh Đức (2011) đưa ra 3 nhân tố bao gồm vật chất và điều kiện làm việc; khuyến khích động viên và đảm bảo an toàn và nhân tố mong muốn thể hiện năng lực bản thân [9]. Nguyễn Thị Hồng Lộc và Nguyễn Quốc Nghi (2019) đưa ra 5 nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của người lao động, những nhân tố này cơ bản dựa trên thang đo của Maslow [10].

Lược khảo các nghiên cứu chúng tôi nhận thấy nghiên cứu về động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nói riêng và những nghề khác thuộc ngành lữ hành nói chung chưa được tiến hành. Một số nghiên cứu tìm hiểu về động lực làm việc của người lao động trong một số lĩnh vực dịch vụ gần với bản chất công việc của hướng dẫn viên du lịch như khách sạn, nhà hàng hoặc dịch vụ công. Dựa trên các nghiên cứu này chúng tôi nhận thấy các yếu tố về thu nhập; phát triển nghề nghiệp; môi trường làm việc; đánh giá của công ty đối với người lao động; đặc điểm công việc, mối quan hệ với đồng nghiệp, chính sách của công ty; mong muốn của bản thân v.v. có tác động đến động lực làm việc của người lao động. Từ kết quả trên, chúng tôi tiến hành thảo luận nhóm với 18 chuyên gia để xây dựng mô hình nghiên cứu được cho là có ảnh hưởng đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM (Hình 2).

Giả thuyết H1: Thu nhập ảnh hưởng cùng chiều dương (+) đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM.

Giả thuyết H2: Phát triển nghề nghiệp ảnh hưởng cùng chiều dương (+) đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM.

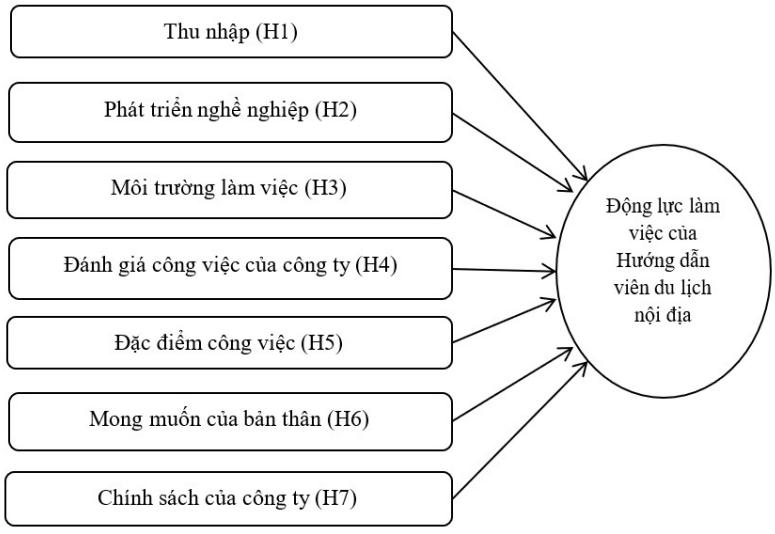
Giả thuyết H3: Môi trường làm việc ảnh hưởng cùng chiều dương (+) đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM.

Giả thuyết H4: Đánh giá của công ty ảnh hưởng cùng chiều dương (+) đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM.

Giả thuyết H5: Đặc điểm công việc ảnh hưởng cùng chiều dương (+) đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM.

Giả thuyết H6: mong muốn của bản thân ảnh hưởng chiều dương (+) đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM.

Giả thuyết H7: Chính sách của công ty ảnh hưởng cùng chiều dương (+) đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM.



Hình 2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Bảng khảo sát chính thức với 37 biến quan sát nhân tố Thu nhập 5 biến quan sát; nhân tố Phát triển nghề nghiệp 5 biến quan sát; nhân tố Môi trường làm việc 6 biến quan sát; nhân tố Đánh giá công việc của công ty 5 biến quan sát; nhân tố Đặc điểm công việc 6 biến quan sát; nhân tố Mong muốn của bản thân 5 biến quan sát; nhân tố Chính sách của công ty 5 biến quan sát, biến độc lập động lực làm việc có 5 biến quan sát.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu định tính, dựa trên các nghiên cứu tiền đề đặc biệt các nghiên cứu về động lực làm việc của người lao động trong lĩnh vực dịch vụ, tác giả tổng hợp những nhân tố được công nhận có tác động đến động lực làm việc và xây dựng thang đo nháp với 7 nhân tố phụ thuộc và 1 nhân tố độc lập với 35 biến quan sát. Trên cơ sở này tác giả thực hiện thảo luận trực tiếp với 18 chuyên gia là những người quản lý doanh nghiệp lữ hành, và hướng dẫn viên có thâm niên công tác nhằm xác định các nhân tố và các biến quan sát của từng nhân tố. Kết quả thảo luận với các chuyên gia đã hình thành bảng hỏi với 7 nhân tố phụ thuộc và 1 nhân tố độc lập với 37 biến quan sát. Thực hiện phỏng vấn thử với 40 hướng dẫn viên, cho thấy phải sửa đổi từ ngữ một số biến quan sát để được rõ nghĩa. Tác giả thực hiện khảo sát theo phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên giản đơn. Sử dụng hai kênh phỏng vấn trực tiếp và phỏng vấn online qua bảng hỏi.

Nghiên cứu định lượng được tiến hành qua 3 bước: Bước 1: Sử dụng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha để kiểm định mức độ chặt chẽ của các thang đo tương quan với nhau; Bước 2: Sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các nhân tố được cho là phù hợp với việc phân tích mức độ hài lòng của

người dân; Bước 3: Sử dụng mô hình hồi quy đa biến để đánh giá ảnh hưởng của từng nhân tố đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa [11]. Để kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm hướng dẫn viên chúng tôi sử dụng 2 phép kiểm định. Với các kiểm định hai nhân tố tác giả sử dụng phép kiểm định trung bình Independent-Samples t-test với mục đích để kiểm định giả thuyết trung bình bằng nhau của hai nhóm mẫu với khả năng phạm sai lầm chỉ là 5%. Với các kiểm định từ 3 nhóm nhân tố tác giả sử dụng phép kiểm định phương sai một yếu tố (còn gọi là One-Way ANOVA) với mục đích để kiểm định giả thuyết trung bình bằng nhau của các nhóm nhân tố với khả năng phạm sai lầm chỉ là 5%. Trong trường hợp không chấp nhận giả thuyết H_0 tác giả tiếp tục dùng phép kiểm định Welch để phân tích sự khác biệt. Đến bước này vẫn tiếp tục có sự khác biệt tác giả sẽ tiếp tục phân tích sâu ANOVA bằng kiểm định Tamhane's T2 để xác định sự khác nhau giữa các nhóm [12, 13].

Dữ liệu của nghiên cứu được thu thập theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện trong khoảng thời gian từ tháng 12/2019 đến tháng 6/2020. Thang đo Likert 5 mức độ được sử dụng để đo lường các khái niệm nghiên cứu trong mô hình phân tích nhân tố với mức độ từ 1 đến 5 (với 1: Hoàn toàn không đồng ý, 5: Hoàn toàn đồng ý).

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1. Thông tin mẫu nghiên cứu

Kết quả phân tích mẫu cho thấy trong 355 đơn vị mẫu khảo sát thì số lượng Nam cao hơn Nữ theo tỷ lệ tương đương 75-25. Thống kê mẫu về tuổi thì thấy tuổi dưới 23 nhiều hơn các nhóm tuổi còn lại. Về trình độ học vấn thì trình độ Đại học chiếm tỷ lệ cao hơn. Về thâm niên công tác nhóm có thâm niên dưới 3 năm chiếm tỷ lệ 50% hai nhóm còn lại có tỷ lệ thấp hơn. Về thu nhập thì mức thu nhập nhóm có thu nhập từ 16 triệu trở lên có tỷ lệ thấp nhất, các nhóm còn lại có tỷ lệ tương đối bằng nhau. Về loại hình công tác nhóm hướng dẫn viên tự do chiếm tỷ lệ cao hơn gần 70%. Thống kê này phù hợp với đặc điểm công việc hướng dẫn viên du lịch thường xuyên phải di chuyển, xa nhà, công việc tự do thu nhập không ổn định nên tỷ lệ lao động nữ trong nghề tương đối thấp, nhóm lao động tự do chưa vướng bận gia đình có tỷ lệ cao nhất cũng có nghĩa là thâm niên công tác dưới 3 năm và đối tượng hướng dẫn viên hoạt động tự do chiếm tỷ lệ cao.

4.2. Kết quả kiểm định độ tin cậy của thang đo

Khi phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha của các biến độc lập chúng tôi loại bỏ hai thang đo của biến Môi trường làm việc và 1 thang đo của biến Đánh giá công việc của công ty do có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,3. Kết quả kiểm định độ tin cậy sau khi loại bỏ biến rác của 2 nhân tố như Bảng 1. Theo đó Hệ số Cronbach's Alpha của các biến độc lập trong khoảng từ 0,817 đến 0,906 đều lớn hơn 0,6 nằm ở mức đo lường tốt (Bảng 1). Đồng thời, hệ số Cronbach's Alpha nếu loại bỏ biến của các nhân tố đều nhỏ hơn Cronbach's Alpha nên 34 biến quan sát còn lại thuộc 7 nhân tố này đều được sử dụng sử dụng trong các phân tích tiếp theo.

4.3. Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Từ mô hình nghiên cứu đề xuất có 7 nhân tố với 37 biến quan sát sau khi kiểm định Cronbach's Alpha, 3 biến quan sát bị loại, 34 biến quan sát thuộc 7 biến độc lập đưa vào phân tích nhân tố khám phá với giả thuyết H_0: "Các biến trong tổng thể không có tương quan với nhau".

Bảng 1. Kết quả phân tích nhân tố khám phá

Ma trận xoay thành phần chính								Cronbach's Alpha
Biến quan sát	Thành phần chính							
	1	2	3	4	5	6	7	
CHINHSACH4	0,870							0,906
CHINHSACH5	0,823							
CHINHSACH3	0,799							
CHINHSACH1	0,775							
CHINHSACH2	0,730							
DACDIEM1		0,829						0,858
DACDIEM2		0,808						
DACDIEM6		0,797						
DACDIEM3		0,762						
DACDIEM4		0,700						
DACDIEM5		0,678						
MONGMUON3			0,858					0,875
MONGMUON5			0,815					
MONGMUON4			0,810					
MONGMUON1			0,781					
THUNHAP3				0,806				0,861
THUNHAP4				0,767				
THUNHAP1				0,692				
THUNHAP5				0,669				
THUNHAP2				0,618				
DANHGIA2					0,819			0,883
DANHGIA3					0,818			
DANHGIA4					0,812			
DANHGIA1					0,690			
PHATTRIEN5						0,858		0,817
PHATTRIEN4						0,827		
PHATTRIEN3						0,727		
PHATTRIEN2						0,692		
MOITRUONG5							0,861	0,836
MOITRUONG6							0,832	
MOITRUONG2							0,572	
MOITRUONG3							0,514	
Hệ số KMO	*0,853*							
p-value của Barlett test	*0,000*							

Kết quả kiểm định Bartlett's (Bảng 1) có p-value = 0,000 < 0,05 nên bác bỏ H_0, các biến trong mỗi nhân tố có tương quan với nhau trong tổng thể. Bên cạnh đó, hệ số KMO = 0,853 > 0,5, điều này cho thấy phân tích nhân tố để nhóm các biến với nhau là phù hợp.

Kết quả phân tích nhân tố, rút trích bằng phương pháp phân tích thành phần chính và phép xoay Varimax với điều kiện dừng là Eigenvalue lớn hơn hoặc bằng 1 cho thấy có 1 biến quan sát thuộc nhân tố Phát triển nghề nghiệp và 1 biến quan sát thuộc nhân tố Mong muốn của bản thân có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0,5 nên bị loại. Còn lại 32 biến quan sát thuộc 7 nhân tố, các biến quan sát hội tụ đúng như mô hình ban đầu.

Với 7 nhân tố được trích ra có phương sai trích giải thích 70,246% > 50 sự thay đổi của biến phụ thuộc trong tổng thể, như vậy là đạt yêu cầu (Bảng 2).

Bảng 2. Tổng phương sai được giải thích bởi các nhân tố

Nhân tố	Tổng bình phương trọng số trích		
	Tổng	% của phương sai	% phương sai tích lũy
1	9,410	29,407	29,407
2	3,567	11,148	40,555
3	2,939	9,185	49,740
4	2,123	6,634	56,374
5	1,703	5,321	61,695
6	1,619	5,058	66,753
7	1118	3,493	70,246

Dựa vào kết quả phân tích EFA, các nhân tố rút trích ra của các giả thuyết nghiên cứu chính đều đạt yêu cầu. Do đó mô hình nghiên cứu để đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM gồm 7 biến thành phần là: (1) Thu nhập, (2) Phát triển nghề nghiệp, (3) Môi trường làm việc, (4) Đánh giá công việc của công ty, (5) Đặc điểm công việc, (6) Mong muốn của bản thân, (7) Chính sách của công ty được chấp nhận.

4.4. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính

Kết quả chạy phân tích hồi quy tuyến tính lần thứ nhất với 7 biến được chấp nhận, cho thấy mô hình hồi quy tuyến tính thích hợp để biểu diễn mối quan hệ phụ thuộc tuyến tính của biến phụ thuộc và biến độc lập. Kết quả phân tích lần thứ nhất có 3 biến là PT (PHATTRIEN), ĐG (DANHGIA) và ĐĐ (DACDIEM) có hệ số Sig. > 0,05, như vậy 3 biến này không có ý nghĩa thống kê và không được chấp nhận trong mô hình hồi quy. Kết quả phân tích lần hai chỉ ra kiểm định F có p-value = 0,000 < 0,05 nên bác bỏ giả thuyết các hệ số hồi quy đồng nhất bằng không, điều đó có nghĩa là mô hình hồi quy đang xét là phù hợp (Kiểm định giả thuyết "Tất cả các hệ số của mô hình đều bằng không", kết quả phân tích phương sai cho thấy p-value = 0,000 < 0,05 điều đó có nghĩa là có ít nhất một hệ số hồi quy khác không nên bác bỏ giả thuyết trên và mô hình phù hợp).

Bảng 3. Các hệ số của mô hình hồi quy

		Các hệ số chưa chuẩn hóa		Các hệ số chuẩn hóa	T	p-value	Các chỉ tiêu thống kê về đa cộng tuyến
		B	SE	Beta			VIF
	(Hằng số)	-0,124	0,234		-0,528	0,598	
	TN	0,199	0,067	0,158	2,973	0,003	1,897
	MT	0,323	0,072	0,240	4,497	0,000	1,899
	MM	0,289	0,046	0,281	6,263	0,000	1,346
	CS	0,213	0,046	0,213	4,593	0,000	1,436
	F-stats			0,000			
	R^2			0,476			
a. Biến phụ thuộc: ĐL							

Kết quả hồi quy mô hình (Bảng 3) cho thấy các giá trị p-value đều nhỏ hơn 0,05, hệ số phóng đại phương sai (VIF) nhỏ hơn 2 nên mô hình không có hiện tương đa cộng tuyến. Với kết quả trên chúng ta có phương trình hồi quy như sau:

$$ĐL = 0,323MT + 0,289MM + 0,213CS + 0,199TN + \varepsilon_I \quad (1)$$

Từ phương trình hồi quy (1) cho thấy sự tác động mạnh nhất đến động lực làm việc là nhân tố môi trường làm việc, tiếp theo là mong muốn của bản thân, mức độ tác động yếu nhất là thu nhập, chính sách của công ty cũng tác động đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM.

4.5. Kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm

Tập hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM khá đa dạng, nghiên cứu của chúng tôi khảo sát các biến định tính như giới tính, độ tuổi, trình độ, thu nhập, gia đình, loại hình công tác, thâm niên công tác ảnh hưởng đến động lực làm việc. Các giả thuyết H_0 đưa ra với các biến định tính là "Giá trị trung bình về động lực làm việc giữa các nhóm biến định tính là như nhau".

4.5.1. Kiểm định trung bình giới tính với động lực làm việc

Sau khi chạy phép kiểm định giả thuyết về trung bình t-test, tác giả thu được kết quả như Bảng 4. Kết quả cho thấy Levene's test với p-value = 0,022 < 0,05 (Với độ tin cậy 95%) thì phương sai của hai tổng thể khác nhau, tác giả sẽ sử dụng kết quả kiểm định t ở phần giả định phương sai không bằng nhau.

Bảng 4. Kết quả kiểm định giới tính với động lực làm việc

Test	Kiểm định phương sai bằng nhau (Levene's test)	t-test	Khác biệt trung bình	Trung bình ĐL	Trung bình ĐL
				Nam	Nữ
p-value/mean	0,022	0,027	0,19017	3,9767	3,7865

Kiểm định giả thuyết về trung bình t-test với p-value = 0,027 < 0,05, có nghĩa là giá trị trung bình về động lực làm việc giữa 2 nhóm Nam và Nữ là khác nhau. Như vậy, các doanh nghiệp khi lựa chọn hướng dẫn viên cần có sự quan tâm đến khác biệt giới tính giá trị mean của hướng dẫn viên du lịch nội địa nam là 3,9767 và của hướng dẫn viên du lịch nội địa nữ là 3,7865.

4.5.2. Kiểm định trung bình độ tuổi với động lực làm việc

Kết quả kiểm định cho thấy Levene's test với p-value = 0,000 < 0,05 (với độ tin cậy 95%) thì kết luận có sự khác biệt về phương sai của 4 nhóm tuổi. Như vậy, tiếp tục phân tích sâu kết quả ANOVA bằng về trung bình giữa các nhóm tuổi. Tác giả tiếp tục sử dụng kiểm định Welch để kiểm định sự khác biệt (Bảng 5)

Bảng 5. Kết quả kiểm định độ tuổi với động lực làm việc

Test	Kiểm định phương sai bằng nhau (Levene's test)	Kiểm định Welch
p-value	0,000	0,056

Quan sát giá trị p-value của kiểm định Welch = 0,056 > 0,05, như vậy, không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM với các nhóm tuổi của hướng dẫn viên. Các doanh nghiệp khi hợp tác với hướng dẫn viên du lịch không cần quan tâm đến độ tuổi của hướng dẫn viên.

4.5.3. Kiểm định trung bình học vấn với động lực làm việc

Kết quả kiểm định cho thấy Levene's test với p-value = 0,000 < 0,05 (với độ tin cậy 95%) thì kết luận có sự khác biệt về phương sai của 4 nhóm trình độ học vấn. Tác giả tiếp tục sử dụng kiểm định Welch để kiểm định sự khác biệt (Bảng 6)

Bảng 6. Kết quả kiểm định học vấn với động lực làm việc

Test	Kiểm định phương sai bằng nhau (Levene's test)	Kiểm định Welch
p-value	0,000	0,003

Quan sát giá trị p-value của kiểm định Welch = 0,003 < 0,05, như vậy, có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM với các nhóm trình độ học vấn của hướng dẫn viên. Tác giả tiếp tục phân tích sâu ANOVA bằng kiểm định Tamhane's T2 (Bảng 7) để xác định sự khác nhau giữa các nhóm trình độ học vấn.

Bảng 7. Kết quả kiểm định Tamhane's T2 trình độ học vấn với động lực làm việc

(I) Trình độ học vấn	(J) Trình độ học vấn	Khác biệt trung bình (I-J)	Std. Error	p-value
Trung cấp	Cao đẳng	-0,85797	0,32598	0,082
	Đại học	-0,53524	0,31688	0,485
	Sau đại học	-0,34303	0,34975	0,913
Cao đẳng	Trung cấp	0,85797	0,32598	0,082
	Đại học	0,32273*	0,09920	0,011
	Sau đại học	0,51494*	0,17819	0,035
Đại học	Trung cấp	0,53524	0,31688	0,485
	Cao đẳng	-0,32273*	0,09920	0,011
	Sau đại học	0,19222	0,16094	0,809

Sau đại học	Trung cấp	0,34303	0,34975	0,913
	Cao đẳng	-0,51494*	0,17819	0,035
	Đại học	-0,19222	0,16094	0,809
**. Trung bình khác biệt có ý nghĩa thống kê ở 5%*				

Nếu giá trị p-value của cặp nào > 0,05 là không có sự khác biệt về động lực làm việc giữa các nhóm trình độ và ngược lại. Kết quả Bảng 7 cho thấy có sự khác biệt về động lực làm việc giữa nhóm hướng dẫn viên trình độ cao đẳng với nhóm hướng dẫn viên đại học và sau đại học. Nhóm hướng dẫn viên trình độ trung cấp không có sự khác biệt với các nhóm hướng dẫn viên còn lại. Như vậy, khi hợp tác làm việc các nhà tuyển dụng cần chú ý sự khác biệt về trình độ học vấn.

4.5.4. Kiểm định trung bình thâm niên với động lực làm việc

Quan sát giá trị p-value (Bảng 8) của kiểm định Welch = 0,220 > 0,05, như vậy, không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM với các nhóm thâm niên công tác của hướng dẫn viên.

Bảng 8. Kết quả kiểm định thâm niên công tác với động lực làm việc

Test	Kiểm định phương sai bằng nhau (Levene's test)	Kiểm định Welch
p-value	0,000	0,220

Trong thực tế hoạt động, các doanh nghiệp khi hợp tác với hướng dẫn viên du lịch không cần quan tâm đến thâm niên của hướng dẫn viên.

4.5.5. Kiểm định trung bình thu nhập với động lực làm việc

Kết quả kiểm định (Bảng 9) cho thấy Levene's test với p-value = 0,154 > 0,05 (với độ tin cậy 95%) thì kết luận không có sự khác biệt về phương sai của 4 nhóm thu nhập.

Bảng 9. Kết quả kiểm định thu nhập với động lực làm việc

Test	Kiểm định phương sai bằng nhau (Levene's test)	ANOVA
p-value	0,154	0,129

Kết quả phân tích phương sai mức ý nghĩa p-value = 0,129 > 0,05 cho thấy không có sự khác biệt về động lực làm việc của các nhóm thu nhập. Khi tiến hành hợp tác với hướng dẫn viên du lịch nội địa, các doanh nghiệp không phải tính đến sự ảnh hưởng của thu nhập với động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa.

4.5.6. Kiểm định trung bình loại hình công tác với động lực làm việc

Kết quả kiểm định (Bảng 10) cho thấy Levene's test với p-value = 0,037 < 0,05 (với độ tin cậy 95%) thì kết luận có sự khác biệt về phương sai của 3 nhóm loại hình công tác. Tác giả tiếp tục sử dụng kiểm định Welch để kiểm định sự khác biệt. Quan sát giá trị p-value của kiểm định Welch = 0,000 < 0,05, như vậy, có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM với các nhóm loại hình công tác của hướng dẫn viên.

Bảng 10. Kết quả kiểm định loại hình công tác với động lực làm việc

Test	Kiểm định phương sai bằng nhau (Levene's test)	Kiểm định Welch
p-value	0,037	0,000

Với kết quả kiểm định Welch, tác giả tiếp tục phân tích sâu ANOVA bằng kiểm định Tamhane's T2 (Bảng 11) để xác định sự khác nhau giữa các nhóm trình độ học vấn.

Bảng 11. Kết quả kiểm định Tamhane's T2 loại hình công tác với động lực làm việc

(I) Loại hình công tác	(J) Loại hình công tác	Trung bình khác biệt (I-J)	Std. Error	p-value
Hướng dẫn viên của công ty Lữ hành	Hướng dẫn viên của công ty cung ứng DV HDV	-0,00310	0,12467	1,000
	Hướng dẫn viên tự do	0,37699*	0,08290	0,000
Hướng dẫn viên của công ty cung ứng DV HDV	Hướng dẫn viên của công ty Lữ hành	0,00310	0,12467	1,000
	Hướng dẫn viên tự do	0,38010*	0,12196	0,010
Hướng dẫn viên tự do	Hướng dẫn viên của công ty Lữ hành	-0,37699*	0,08290	0,000
	Hướng dẫn viên của công ty cung ứng DV HDV	-0,38010*	0,12196	0,010
**. Trung bình khác biệt có ý nghĩa thống kê ở 5%*				

Nếu giá trị p-value của cặp nào lớn hơn 0,05 là không có sự khác biệt về động lực làm việc giữa các nhóm loại hình công tác và ngược lại. Kết quả Bảng 11 cho thấy có sự khác biệt về động lực làm việc giữa nhóm hướng dẫn viên tự do với 2 nhóm còn lại là hướng dẫn viên của công ty lữ hành và nhóm hướng dẫn viên của công ty cung ứng hướng dẫn viên. Như vậy, khi hợp tác làm việc các nhà tuyển dụng cần chú ý sự khác biệt về loại hình công tác.

4.5.7. Kiểm định trung bình gia đình với động lực làm việc

Kết quả Bảng 12 cho thấy Levene's test với p-value = 0,000 < 0,05 (với độ tin cậy 95%) thì phương sai của 2 tổng thể khác nhau, tác giả sẽ sử dụng kết quả kiểm định t ở phần giả định phương sai không bằng nhau.

Bảng 12. Kết quả kiểm định gia đình với động lực làm việc

Test	Kiểm định phương sai bằng nhau (Levene's test)	t-test	Khác biệt trung bình	Trung bình ĐL	Trung bình ĐL
				Có gia đình	Độc thân
p-value/mean	0,000	0,911	0,1154	3,9368	3,9252

Kiểm định giả thuyết về trung bình t-test với p-value = 0,112 > 0,05 vì thế tác giả chấp nhận giả thuyết H_0: "Giá trị trung bình về động lực làm việc giữa 2 nhóm có gia đình và độc thân là như nhau". Như vậy, các doanh nghiệp khi lựa chọn hướng dẫn viên cần không cần quan tâm đến khác biệt về gia đình đối với hướng dẫn viên. Giá trị trung bình của hướng dẫn viên du lịch nội địa có gia đình là 3,9368 và của hướng dẫn viên du lịch nội địa độc thân là 3,9252.

5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

Biến Mong muốn của bản thân tác động thuận chiều mạnh nhất đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM. So với các công việc khác của ngành lữ hành, công việc hướng dẫn du lịch có tính chất tự do tức là phần lớn người làm công việc này ít chịu lệ thuộc vào một tổ chức kinh tế nào đó. Do vậy, động lực lớn nhất đối với công việc này chính là nội tại bản thân của họ, chính là những yếu tố đam mê nghề nghiệp, truyền tải và tiếp xúc với khách, xây dựng hình ảnh bản thân với công ty lữ hành với khách du lịch.

Biến Môi trường làm việc tác động thuận chiều mạnh thứ hai đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM. Hướng dẫn viên không làm việc trong môi trường cố định như các bộ phận khác của ngành lữ hành. Môi trường làm việc của hướng dẫn viên du lịch là di động trong quá trình này hướng dẫn viên được công ty trang bị các phương tiện, công cụ cần thiết để tác nghiệp, tương tác với khách hàng. Trên những cung đường làm việc, có những vấn đề phát sinh tham vấn ý kiến của đồng nghiệp là cần thiết. Hướng dẫn viên cũng không chịu quản lý trực tiếp của điều hành mà chỉ nhận sự quản lý gián tiếp, sự hỗ trợ của điều hành là cần thiết trong việc duy trì động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch.

Biến Chính sách của công ty tác động thuận chiều mạnh thứ ba đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM. Mặc dù phần lớn hướng dẫn viên hoạt động tự do nhưng không có nghĩa là không có tổ chức, họ chỉ có thể nhận tour khi liên kết với các loại hình tổ chức khác nhau của kinh doanh lữ hành. Do vậy, những chính sách của công ty chủ quản hợp tác với hướng dẫn viên tác động đến động lực làm việc của họ. Những chính sách này bao gồm khen thưởng, đào tạo, phúc lợi, bảo hiểm và thăng tiến. Một phần lý do dẫn đến biến này không tác động mạnh đến động lực chính là ở đặc điểm công việc, các chính sách không có tác động mạnh đến động lực làm việc của hướng dẫn viên vì họ không phải là hướng dẫn cơ hữu, rõ ràng họ không đánh giá cao chính sách thăng tiến của các doanh nghiệp.

Biến Thu nhập có tác động thuận chiều yếu nhất đến động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM. Là biến có tác động thấp nhất, điều này được lý giải ở mức giá bình quân mà hướng dẫn viên dẫn đoàn không có sự khác biệt giữa các doanh nghiệp lữ hành khi hợp tác với hướng dẫn viên. Hay nói cách khác, hướng dẫn viên không đánh giá cao thu nhập trong việc tạo động lực so với các nhân tố khác. Thu nhập của hướng dẫn viên có nhiều khoản nhưng công tác phí là khoản thu nhập chính của hướng dẫn viên nhất là đối với hướng dẫn viên không cơ hữu của các công ty lữ hành.

Các biến còn lại bao gồm Phát triển nghề nghiệp, Đánh giá công việc và đặc điểm công việc không có ý nghĩa trong việc xác định động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nội địa trên địa bàn TP.HCM. Điều này có thể lý giải bởi nghề hướng dẫn viên du lịch khó có thể phát triển hoặc thăng tiến. Sự đánh giá công việc của công ty cũng không mang lại động lực vì đây vốn là công việc tự do, hướng dẫn viên đánh giá thấp việc các công ty đánh giá công việc của mình, họ có thể hợp tác với công ty khác cũng như công ty lữ hành cũng khó có thể duy trì một hướng dẫn viên nếu không trả lương cơ bản cho họ; ngược lại, công ty lữ hành cũng có thể hợp tác với nhiều hướng dẫn viên mới mà không thể đánh giá sự duy trì lâu dài của họ.

Kết quả nghiên cứu cho thấy nhân tố Mong muốn của bản thân hướng dẫn viên có ảnh hưởng mạnh nhất đến động lực làm việc. Các doanh nghiệp phải tạo điều kiện để hướng dẫn viên được thể hiện bản thân nhằm giúp họ xây dựng một hình ảnh cá nhân trong mắt du khách cũng như hình ảnh đối với công ty. Công ty lữ hành cần thiết phải thừa nhận thương hiệu cá nhân của hướng dẫn viên thông qua giao nhiệm vụ để khuyến khích mong muốn của bản thân họ. Hướng dẫn viên có xu hướng tin tưởng và trung thành với những doanh nghiệp thừa nhận và giao cho mình những chương trình giúp mình có thể phát triển hình ảnh bản thân. Trong việc xây dựng hình ảnh bản thân, hướng dẫn viên mong muốn được tiếp cận nhiều đối tượng

du khách và được truyền tải những kiến thức mà mình đã khám phá đến với du khách, điều đó có nghĩa hướng dẫn viên muốn tự quảng bá hình ảnh mình và chấp nhận thử thách với những đối tượng khách khác nhau. Doanh nghiệp cần đa dạng hóa đối tượng khách và tuyến du lịch mới để đáp ứng mong muốn thử thách của hướng dẫn viên du lịch.

Cải thiện các yếu tố của môi trường làm việc cũng ảnh hưởng đến động lực làm việc của hướng dẫn viên. Từ các biến quan sát cho thấy vai trò chia sẻ, hỗ trợ của điều hành cũng tác động đến môi trường làm việc của hướng dẫn viên, bên cạnh nghiệp vụ và kiến thức đa dạng, những vấn đề pháp lý cần được sự hỗ trợ nhanh chóng và rõ ràng từ điều hành sẽ đóng góp hiệu quả trong việc tạo động lực. Làm việc nhóm trong đó có sự hỗ trợ của đồng nghiệp cùng chuyến hoặc các hướng dẫn viên khác của công ty cũng góp phần tạo động lực. Các doanh nghiệp cần xây dựng cơ chế, quy trình hỗ trợ cho hướng dẫn viên để tạo môi trường làm việc thuận lợi nhất cho họ. Để hướng dẫn viên được hoạt động nghề nghiệp đúng với chức năng và quyền hạn của bản thân trong mối quan hệ với khách hàng. Sự đánh giá của khách hàng chính là ghi nhận của khách với nhiệm vụ của hướng dẫn viên. Công ty nên có biện pháp công khai các đánh giá tích cực tạo mối quan hệ tốt giữa hướng dẫn viên và du khách mỗi chuyến đi. Dựa trên các hoạt động của chương trình du lịch, công ty lữ hành cung cấp đầy đủ các công cụ hành nghề phục vụ đoàn khách cho hướng dẫn viên bao gồm quà tặng khách, micro, âm thanh, đồng phục, v.v.

Công ty lữ hành cũng có những chính sách phù hợp với hướng dẫn viên cơ hữu và hướng dẫn viên hợp đồng. Mặc dù phần lớn hướng dẫn viên mà các doanh nghiệp lữ hành đang sử dụng là từ bên ngoài, nhưng dù bên ngoài hay là nguồn nhân lực của chính công ty thì hướng dẫn viên rất quan tâm đến chính sách thăng tiến của công ty chủ quản. Sự thăng tiến có thể là việc lên các vị trí nghề nghiệp khác cao hơn hoặc chỉ là nhận các tour có thu nhập cao hơn. Chính sách bảo hiểm đối với hướng dẫn viên cơ hữu rất rõ ràng được quy định trong Luật Lao động. Nhưng với hướng dẫn viên tự do, thực hiện chính sách bảo hiểm xã hội là không có, đóng bảo hiểm xã hội do chính người lao động tự thực hiện. Việc hợp tác với công ty lâu dài có thể hỗ trợ về mặt thủ tục và hiện kim để hướng dẫn viên thực hiện đóng các loại bảo hiểm. Bên cạnh đó, bảo hiểm du lịch trong mỗi chuyến đi tour cũng cần được nghiêm túc tuân thủ. Chính sách phúc lợi có thể thực hiện dưới nhiều hình thức đối với các loại hướng dẫn viên. Đối với hướng dẫn viên du lịch cơ hữu được hưởng chính sách phúc lợi của công ty, với hướng dẫn viên tự do tùy mức độ công tác mà các công ty có các chế độ phúc lợi khác nhau trong các dịp lễ tết với cộng tác viên của mình. Chính sách khen thưởng cùng với chính sách phúc lợi chính là sự ghi nhận đóng góp của hướng dẫn viên với công ty. Công ty tùy loại hình hướng dẫn viên mình cộng tác mà đề xuất chính sách khen thưởng cho các dịp, các hoạt động làm lợi cho công ty để cổ vũ động lực cho nhân viên. Chính sách đào tạo của doanh nghiệp thường được tiến hành cho nhân viên cơ hữu, chính vì vậy dù đây là nhân tố tạo động lực làm việc nhưng lại không được đánh giá cao. Hướng dẫn viên thường tự cập nhật kiến thức theo yêu cầu của Tổng cục Du lịch. Các hoạt động huấn luyện của công ty khi tổ chức sẽ vướng phải vấn đề chi phí và sự sẵn sàng tham gia của hướng dẫn viên cộng tác. Tuy nhiên không phải không tổ chức được, mà chỉ cần công ty có một đội ngũ cộng tác viên chuyên nghiệp trung thành thì khả năng tổ chức các khóa huấn luyện này có thể làm hàng năm. Chính sách của doanh nghiệp thể hiện sự quan tâm, đánh giá vị trí của họ trong doanh nghiệp. Trên thực tế, mức công tác phí và các khoản thu nhập khác là không có sự khác nhau nhiều giữa các doanh nghiệp, thường theo mức giá thị trường và mùa vụ nên cũng như đặc điểm công việc tự do. Chính vì thế, hướng dẫn viên coi trọng các nhân tố giúp họ thoải mái trong công việc hơn thu nhập từ công việc.

Bên cạnh đó, thu nhập cũng không đồng nhất, với hướng dẫn viên cơ hữu có lương cơ bản thì ngoài công tác phí họ cần có thu nhập cơ bản, nhóm hướng dẫn viên còn lại sẽ không có khoản thu nhập này, nhưng họ lại nhận tour nhiều vì họ không phải thực hiện các công việc mà hướng dẫn viên cơ hữu thường làm khi không dẫn tour. Các công ty lữ hành nên có những

khoản thưởng có tính chất động viên, khuyến khích cho đội ngũ hướng dẫn viên, khoản thưởng nên tính toán để phân bố cho đội ngũ hướng dẫn viên cộng tác với công ty để khuyến khích họ hợp tác. Trong chương trình du lịch nội địa, tiền tip không được yêu cầu trực tiếp từ khách giống như chương trình giành cho khách quốc tế, văn hóa tip của khách du lịch Việt Nam cũng không phổ biến, nhưng các chương trình thường gợi ý các khoản tip này ở cuối chương trình du lịch ở mục "Không bao gồm", điều này góp phần gợi ý khách tip cho người phục vụ. Chương trình du lịch trong nước ở Việt Nam các công ty lữ hành không tính hoa hồng mua sắm vào lợi nhuận công ty, tức là các chương trình du lịch mua sắm rất hiếm. Nên hoạt động mua sắm được cài xen lẫn với các hoạt động tham quan, vui chơi giải trí khác đây là thuận lợi để hướng dẫn viên du lịch có thêm nguồn thu nhập thụ động tại các điểm mua sắm hoa hồng này được trích thẳng cho hướng dẫn viên. Các chương trình du lịch nên có ít nhất một điểm mua sắm để tạo động lực thúc đẩy hướng dẫn viên làm việc. Lương cơ bản chỉ được tính cho hướng dẫn viên cơ hữu, khoản thu nhập này cũng được hướng dẫn viên đánh giá khá cao vì tính ổn định của nó, mặc dù so với công tác phí nó không phải là khoản lớn. Các công ty cộng tác nên quan tâm đến công tác phí hơn. Thực tế, hướng dẫn viên khi cộng tác với công ty lữ hành họ xem xét thu nhập dưới 2 khía cạnh chính là công tác phí và thu nhập thụ động (bao gồm đối tượng khách và chương trình du lịch có mua sắm). Do vậy, nếu chương trình du lịch không có mua sắm hoặc đối tượng khách ít có nhu cầu mua sắm thì công tác phí phải cao hơn các chương trình bình thường khác. Bán tour là hoạt động hướng dẫn viên thường hay thực hiện, nhưng chỉ dừng ở mức độ marketing chứ chưa chuyển thành hoạt động bán thực sự. Các công ty cần phát triển kênh bán hàng này thành đại lý bán hàng tại nhà, vì hướng dẫn viên là người bán hấp dẫn vì đi thực tế nhiều nên họ có khả năng giới thiệu điểm mới độc đáo của điểm đến tốt hơn hẳn người bán tour của công ty. Công ty lữ hành cần tận dụng khả năng này và đào tạo khả năng chốt tour cho hướng dẫn viên đồng thời mức chiết khấu cho hướng dẫn viên cũng được tính tương xứng sẽ tạo động lực cho hoạt động bán tour của hướng dẫn viên.

Hiện nay, nghiên cứu về động lực làm việc của hướng dẫn viên du lịch nói riêng và của lao động trong ngành lữ hành chưa được chú trọng. Nghiên cứu của tác giả không có nghiên cứu cùng loại để đối chiếu đây là một hạn chế của đề tài. Tác giả cũng chưa so sánh sự tác động của các nhân tố đến các nhóm đối tượng khảo sát, nghiên cứu mới giải thích được 47,1% sự tác động của các nhân tố đến động lực làm việc. Các nghiên cứu tiếp theo có thể bổ sung cho nghiên cứu này để xác định thêm các nhân tố ảnh hưởng đến động lực làm việc của lao động ngành lữ hành và làm rõ hơn sự tác động đối với các đối tượng khảo sát.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tổng cục Thống kê - Doanh thu du lịch lữ hành theo giá hiện hành phân theo địa phương (2020), truy cập tại: https://www.gso.gov.vn (9h15 ngày 15/10/2020).
2. Cục Thống kê TP.HCM - Niên giám thống kê TP.HCM 2018, Nhà xuất bản Tổng hợp, TP.HCM (2019).
3. Tổng cục Du lịch - Cơ sở dữ liệu trực tuyến hướng dẫn viên du lịch, truy cập tại: http://www.huongdanvien.vn (15h35 ngày 15/9/2020).
4. Osabiya B.J. - The effect of employees' motivation on organizational performance, Journal of Public Administration and Policy Research **7** (4) (2015) 62-75.
5. Chun F.C., Soo C.J. - An expectancy theory model for hotel employee motivation, International Journal of Hospitality Management **27** (2008) 313-322.
6. Lew T.Y. - Job satisfaction and affective commitment: a study of employees in the tourism industry in Sarawak, Malaysia, World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development **4** (1) (2007) 85-101.

7. Sabiroh M.S., Hasyeilla A.M., Nor A.H. - Exploring the elements of employees' motivation in hospitality industry, Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management **4** (2019) 13-23.
8. Lưu Thị Bích Ngọc, Lưu Trọng Tuấn - Những nhân tố tác động đến động lực làm việc của nhân viên trong khách sạn, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Sư phạm TP.HCM **49** (2013) 22-30.
9. Trương Minh Đức - Ứng dụng mô hình định lượng đánh giá mức độ tạo động lực làm việc cho người lao động công ty TNHH Erisson tại Việt Nam, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN, Kinh tế và Kinh doanh **27** (2011) 240-247.
10. Hoàng Thị Hồng Lộc, Nguyễn Quốc Nghi - Xây dựng khung lý thuyết về động lực làm việc ở khu vực công tại Việt Nam, Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ **32** (2014) 97-105.
11. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc - Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS, Nhà xuất bản Hồng Đức, TP.HCM (2008).
12. Samuel BG., Neil JS., - Using SPSS for Windows and Macintosh: Analysing and understanding data, 4th edition, Prentice Hall (2005).
13. Andy F. - Discovering statistics using SPSS, 3rd edition, Sage (2009).

ABSTRACT

FACTORS AFFECTING WORK MOTIVATIONS OF LOCAL TOUR GUIDES IN HO CHI MINH CITY

Pham Ngoc Dung
Ho Chi Minh City University of Food Industry
Email: *dungpn@hufi.edu.vn*

Vietnam's tourism industry is being oriented to become a spearhead economic sector, in which the contribution of travel in general and the role of guides in particular to the above goal is very large. Due to the impact of the COVID-19 pandemic, the role of domestic tourism is emerging as an option to promote the tourism industry in Vietnam as well as other tourism in the world. Finding and promoting the work motivation of domestic tour guides is one of the factors that promote domestic tourism. This study uses qualitative and quantitative research methods to synthesize survey results from 355 domestic tour guides in Ho Chi Minh City. Through analysis techniques with SPSS software, the study shows four factors affecting the work motivation of domestic tour guides in Ho Chi Minh City: income, work environment, personal wishes and company policy.

Keywords: Domestic tour guide, work motivation, travel.