

CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH LÀM VIỆC TRONG CÁC CÔNG TY CÓ VỐN ĐẦU TƯ TRỰC TIẾP NƯỚC NGOÀI (FDI) CỦA SINH VIÊN CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG LẬP TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● TẠ HUỲNH KHANG¹ - NGUYỄN THỤY CẨM HƯƠNG^{1*}

¹Trường Đại học Công Thương Thành phố Hồ Chí Minh

*Email: huongntc@huit.edu.vn

DOI: 10.62831/nckh.2026.136.v1

TÓM TẮT:

Trong bối cảnh tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu và cạnh tranh thu hút vốn đầu tư quốc tế ngày càng mạnh mẽ, công ty có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tiếp tục giữ vai trò đặc biệt quan trọng đối với tăng trưởng, xuất khẩu và tạo việc làm. Nghiên cứu đề xuất mô hình ban đầu gồm 6 nhóm yếu tố: uy tín và thương hiệu tổ chức, sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức, chính sách lương thưởng và phúc lợi, môi trường và văn hóa tổ chức, chương trình đào tạo và thăng tiến và ảnh hưởng xã hội. Phương pháp nghiên cứu chủ yếu là khảo sát định lượng, thu thập dữ liệu từ đối tượng là sinh viên đang học tập tại các trường đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh, đồng thời sử dụng các kỹ thuật phân tích thống kê hiện đại để kiểm định các giả thuyết đề ra. Kết quả cho thấy 5/6 yếu tố có ảnh hưởng đáng kể đến ý định làm việc. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm nâng cao sức hấp dẫn của công ty FDI đối với nguồn nhân lực trẻ.

Từ khóa: công ty FDI, ý định lựa chọn nơi làm việc, ý định làm việc, sinh viên.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu, khu vực doanh nghiệp (DN) có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tiếp tục giữ vai trò quan trọng đối với tăng trưởng, xuất khẩu và tạo việc làm tại Việt Nam. Tại TP. Hồ Chí Minh, nơi tập trung nhiều DN FDI và nhiều trường Đại học nói chung và các trường Đại học công lập nói riêng, nhu cầu kết nối giữa DN với nguồn nhân lực trẻ ngày càng trở nên rõ nét. Sự bùng nổ của khu vực kinh tế này mở ra một không gian phát triển nghề nghiệp đầy tiềm năng nhưng cũng tạo ra áp lực cạnh tranh khốc liệt đối với lực lượng lao động trẻ. Tuy nhiên, cơ hội việc làm lớn không đồng nghĩa với

việc sinh viên sẵn sàng lựa chọn DN FDI là nơi làm việc sau tốt nghiệp, bởi ý định này còn chịu tác động của nhiều yếu tố như uy tín tổ chức, chính sách đãi ngộ, cơ hội phát triển nghề nghiệp và ảnh hưởng xã hội. Khác với những thế hệ trước thường đề cao tính ổn định cơ học, sinh viên hiện nay có xu hướng xem xét các cơ hội việc làm dưới nhiều lăng kính phức tạp hơn. Họ không đơn thuần tìm kiếm một công việc với mức lương cạnh tranh, mà còn bị chi phối mạnh mẽ bởi thương hiệu uy tín của nhà tuyển dụng, văn hóa DN, lộ trình đào tạo, cũng như những áp lực từ mạng lưới quan hệ xã hội. Dù các công ty FDI mang lại nhiều ưu thế, nhiều DN vẫn lúng túng và gặp khó khăn trong bài toán thu hút hay giữ chân nhân tài trẻ

do chưa giải mã được chính xác các yếu tố thực sự chi phối quyết định ứng tuyển của họ. Điều này dẫn đến sự lãng phí nguồn lực truyền thông tuyển dụng, dễ gây bão hòa thông tin và làm giảm sức cạnh tranh của DN trên thị trường nhân sự.

Xuất phát từ những vấn đề trên, nghiên cứu này được thực hiện nhằm xác định và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến ý định làm việc trong các công ty có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), với phạm vi nghiên cứu tập trung vào sinh viên đang theo học tại các trường Đại học công lập trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh - trung tâm kinh tế lớn, nơi tập trung đông đảo sinh viên và có mức độ thu hút FDI cao nhất cả nước.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu liên quan

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Công ty có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI)

Quỹ Tiền tệ Quốc tế - IMF (2009) đã đưa ra khái niệm đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) như sau: "Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) là một hạng mục đầu tư quốc tế phản ánh mục tiêu của một chủ thể cư trú tại một nền kinh tế nhằm thu được lợi ích lâu dài từ một DN cư trú tại một nền kinh tế khác. Lợi ích lâu dài bao hàm sự tồn tại của một mối quan hệ dài hạn giữa nhà đầu tư và DN, đồng thời nhà đầu tư có mức độ ảnh hưởng đáng kể đối với việc quản lý DN đó. Mối quan hệ đầu tư trực tiếp được xác lập khi nhà đầu tư sở hữu từ 10% trở lên số cổ phần thông thường hoặc quyền biểu quyết tại DN.". Nghiên cứu này tiếp cận công ty FDI theo quan điểm "công ty FDI là công ty có vốn của người nước ngoài và có sự quản lý trực tiếp của người nước ngoài".

2.1.2. Ý định làm việc

Ý định làm việc được hình thành trên nền tảng của khái niệm ý định hành vi. Theo Warshaw và Davis (1985), ý định hành vi là mức độ mà cá nhân lập kế hoạch một cách có ý thức để thực hiện hoặc không thực hiện một hành vi trong tương lai. Theo Fishbein và Ajzen (1975), ý định hành vi là sự biểu thị mức độ sẵn sàng của cá nhân khi thực hiện một hành vi xác định và được xem là tiền đề trực tiếp dẫn tới hành vi thực tế. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả sử dụng ý định làm việc trong các công ty có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài được hiểu là mức độ sẵn sàng, ưu tiên và quyết tâm của sinh viên đối với việc lựa chọn công ty FDI như một điểm đến nghề nghiệp trong tương lai.

2.2. Các mô hình nghiên cứu liên quan

2.2.1. Vai trò trung gian của việc sử dụng các nền tảng truyền thông xã hội thúc đẩy mối quan hệ giữa sức hấp dẫn của nhà tuyển dụng và ý định ứng tuyển của thế hệ Z như thế nào của (El-Menawy và Saleh, 2023)

Trong nghiên cứu "How does the mediating role of the use of social media platforms foster the relationship between employer attractiveness and generation Z intentions to apply for a job?" (El-Menawy và Saleh, 2023) xem xét mối quan hệ giữa sức hấp dẫn của nhà tuyển dụng và ý định ứng tuyển của thế hệ Z, đồng thời kiểm định vai trò trung gian của việc sử dụng các nền tảng mạng xã hội. Kết quả cho thấy, sức hấp dẫn của nhà tuyển dụng có ảnh hưởng tích cực đến ý định ứng tuyển; đồng thời, mạng xã hội đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ này. Đáng chú ý, khi đánh giá nhà tuyển dụng, nhóm người trẻ trong nghiên cứu ưu tiên giá trị kinh tế, giá trị xã hội, uy tín và cơ hội phát triển hơn các khía cạnh như tính đa dạng trong công việc, môi trường làm việc hay cân bằng công việc - cuộc sống.

2.2.2. Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định làm việc tại DN có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của sinh viên thành phố Hà Nội (Phan Thị Thanh Hoa và cộng sự, 2021).

Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định làm việc tại DN có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của sinh viên thành phố Hà Nội. Dựa trên các lý thuyết như TRA, TPB, nhóm tác giả đề xuất mô hình gồm 7 nhân tố ảnh hưởng đến ý định làm việc tại DN FDI của sinh viên thành phố Hà Nội, bao gồm: ảnh hưởng xã hội, chính sách và môi trường tổ chức, cơ hội đào tạo và thăng tiến, thách thức trong công việc, chính sách lương thưởng, sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức và uy tín - thương hiệu tổ chức. Kết quả nghiên cứu cho thấy, cả 7 nhân tố đều có tác động cùng chiều đến ý định làm việc. Trong đó, chính sách lương thưởng là yếu tố có tác động mạnh nhất, còn cơ hội đào tạo và thăng tiến có tác động yếu nhất.

2.2.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Qua các công trình nghiên cứu trước đây thì nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định làm việc trong các công ty có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), riêng tại Việt Nam còn khá ít. Trên quan điểm kế thừa và tiếp tục phát triển những công trình

nghiên cứu trước đây, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau: (Hình 1)

3. Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu trong nghiên cứu này được thu thập trực tiếp bằng bảng câu hỏi 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). Cỡ mẫu được xác định theo tác giả Nguyễn Đình Thọ (2011), kích cỡ mẫu tối thiểu gấp 5 lần số biến, tốt nhất gấp 10 lần. Với 34 biến quan sát ban đầu của các thang đo đề xuất, vậy để tiến hành EFA, cỡ mẫu tối thiểu của nghiên cứu là $34 \times 5 = 170$. Để đảm bảo số lượng mẫu tối thiểu, trong quá trình thu thập dữ liệu sẽ phải loại bỏ những phiếu khảo sát không đạt yêu cầu, tác giả đã phát ra số lượng lớn phiếu khảo sát và thu về 413 mẫu với 346 mẫu đạt yêu cầu, bằng hình thức bảng hỏi trực tuyến, được triển khai trực tiếp tại các lớp học và chia sẻ qua các kênh trực tuyến theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo cho thấy, sau khi kiểm định các nhân tố, hệ số Cronbach's Alpha tổng các thang đo thành phần đều lớn hơn 0.6, thấp nhất là nhân tố thuộc thang đo Ảnh hưởng của xã hội (AHXH - 0.801), Tuy nhiên, biến UT5 bị loại do có hệ số tương quan biến - tổng là 0.231 (< 0.3). Sau khi loại UT5, hệ số Cronbach's Alpha của thang đo Uy tín và thương hiệu tổ chức tăng từ 0.816 lên 0.874. Các biến còn lại đều đạt tiêu chuẩn về giá trị hội tụ và độ tin cậy, đủ điều kiện để thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA).

4.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá

Kết quả sau khi phân tích EFA biến phụ thuộc cho thấy hệ số KMO của nhóm biến Ý định làm việc trong công ty FDI là 0.853, thỏa mãn điều kiện $0.5 < KMO < 1$ với mức ý nghĩa là Sig. < 0.001 trong kiểm định Bartlett's (Sig. < 0.05). Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho thấy, có một nhóm nhân tố được rút trích ra với giá trị Eigen lớn hơn 1 và trị số phương sai trích là 61,533%, điều này có nghĩa là biến Ý định

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2026

làm việc trong công ty FDI giải thích được 61,533% sự biến thiên của các biến quan sát.

Phân tích EFA cho thang đo các nhân tố tác động đến ý định làm việc trong công ty FDI của sinh viên các trường đại học công lập tại TP. Hồ Chí Minh, kết quả cho thấy hệ số KMO của nhóm biến nhân tố tác động là $0.898 > 0.5$. Vậy thang đo các nhân tố tác động đến ý định làm việc tại công ty FDI được xem là phù hợp để phân tích EFA. Trong quá trình phân tích, 01 biến quan sát là DT1 không đạt yêu cầu về hệ số tải nhân tố (< 0.5) nên đã bị loại. Kiểm định Bartlett's về sự tương quan của các biến quan sát (Sig. = 0.000 < 0.05) chứng tỏ các biến có tương quan chặt chẽ với nhau. Điểm dừng khi rút trích các nhân tố tại eigenvalues = 1.138 > 1 . Phương sai trích là 66.935% $> 50\%$ là đạt yêu cầu, 27 biến quan sát còn lại đều có hệ số tải nhân tố > 0.5 , điều này thể hiện kết quả phân tích nhân tố là phù hợp và số nhân tố trích được là 06 hoàn toàn phù hợp với lý thuyết về ý định làm việc tại công ty FDI.

Kết quả cho thấy, tất cả các biến có mối liên quan tuyến tính ở mức ý nghĩa $\alpha < 0.01$, tất cả các hệ số tương quan tuyệt đối giữa các biến dao động trong khoảng $-1 \leq r \leq 1$. Do đó, tất cả các biến đều đạt yêu cầu trong phân tích hồi quy tuyến tính bội.

4.3. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính

Kết quả cho thấy R^2 hiệu chỉnh bằng 0.578 có nghĩa là 57.8% sự biến thiên của YD (Ý định làm việc trong công ty FDI) được giải thích bởi sự biến thiên của 06 biến độc lập UT, PH, LT, MT, DT, AHXH. Đồng thời trị số F có mức ý nghĩa với Sig. < 0.001 (< 0.05) chứng tỏ mô hình hồi quy tuyến tính bội được xây dựng là phù hợp với dữ liệu nghiên cứu và có ý nghĩa thống kê ở mức 5%.

Phân tích hồi quy tuyến tính bội cho thấy trong 06 nhân tố đưa vào mô hình, có 05 nhân tố là UT, PH, LT, DT và AHXH có ảnh hưởng đến ý định làm việc trong công ty FDI (Sig < 0.05). Nhân tố MT (Sig = 0.487 > 0.05) nên không có ý nghĩa thống kê trong mô hình.

Mô hình nghiên cứu xác định các nhân tố ảnh hưởng đến ý định làm việc trong công ty FDI của sinh viên các trường đại học công lập tại TP. Hồ Chí Minh với hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa được thiết lập có dạng hàm như sau:

$$YD = 0.301 + 0.148*UT + 0.183*PH + 0.181*LT + 0.293*DT + 0.201*AHXH + \varepsilon$$

5. Kết luận và đề xuất

Mục tiêu nghiên cứu của đề tài là nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định làm việc trong các công ty có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của sinh viên các trường Đại học công lập tại TP. Hồ Chí Minh. Theo kết quả nghiên cứu, tác giả xác định được các yếu tố như sau: (1) Chương trình đào tạo và thăng tiến, (2) Ảnh hưởng xã hội, (3) Chính sách lương thưởng và phúc lợi, (4) Sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức, (5) Uy tín và thương hiệu tổ chức.

Trong đó, chương trình đào tạo và thăng tiến là yếu tố có tác động mạnh nhất, còn uy tín và thương hiệu tổ chức có tác động yếu nhất. Dựa vào kết quả nghiên

cứu và mức độ tác động của các nhân tố, tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm giúp các DN FDI nâng cao khả năng thu hút và giữ chân nguồn nhân lực trẻ như sau: Trước hết, việc thiết kế lộ trình đào tạo và thăng tiến cá nhân hóa là yếu tố then chốt, DN không chỉ cung cấp kiến thức chuyên môn mà cần xây dựng sơ đồ phát triển nghề nghiệp rõ ràng, giúp sinh viên thấy được tương lai bền vững. Song song đó, cần tận dụng sức mạnh của ảnh hưởng xã hội thông qua việc kết nối với mạng lưới cựu sinh viên và đẩy mạnh truyền thông trên mạng xã hội để tạo dựng niềm tin từ cộng đồng. Về mặt kinh tế, chính sách lương thưởng và phúc lợi phải đảm bảo tính cạnh tranh và minh bạch, kết hợp các gói đãi ngộ linh hoạt nhằm tạo động lực vật chất mạnh mẽ. Đặc biệt, để tối ưu hóa nguồn lực, tổ chức cần chú trọng sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức bằng cách minh bạch hóa bảng mô tả công việc, đảm bảo giá trị cốt lõi của DN tương thích với kỳ vọng của ứng viên. Cuối cùng, việc khẳng định uy tín và thương hiệu công ty thông qua môi trường làm việc chuyên nghiệp, thượng tôn pháp luật sẽ là nền tảng vững chắc nhất. Sự kết hợp hài hòa giữa các giải pháp này không chỉ thu hút nhân tài mà còn củng cố niềm tin và cam kết gắn bó lâu dài của thể hệ nhân lực trẻ trong bối cảnh hội nhập quốc tế ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Nguyễn Đình Thọ. (2011). Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh: Thiết kế và thực hiện. Nhà xuất bản Lao động - Xã hội.
- Phan Thị Thanh Hoa, Nguyễn Phương Thảo, Trần Thị Thảo An, Nguyễn Minh Hiếu, Mai Đức Toàn, & Đỗ Thu Uyên. (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định làm việc tại doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của sinh viên thành phố Hà Nội. Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương, (4), 58-60.
- Trần Thị Ngọc Duyên, & Cao Hào Thi. (2010). Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định làm việc tại doanh nghiệp nhà nước. Science & Technology Development, 13(Q1), 44-60.
- Ajzen Icek. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179-211.
- Berthon Pierre, Ewing Michael & Hah Li Lian. (2005). Captivating company: Dimensions of attractiveness in employer branding. International Journal of Advertising, 24(2), 151-172.
- Cable Daniel M., Judge Timothy A. (1996). Person-organization fit, job choice decisions, and organizational entry. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 67(3), 294-311.
- Cable Daniel M., Turban Daniel B. (2003). The value of organizational reputation in the recruitment context: A brand-equity perspective. Journal of Applied Social Psychology, 33(11), 2244-2266.
- Chapman Derek S., Uggerslev Krista L., Carroll Steven A., Piasentin Kelly A., & Jones David A. (2005). Applicant attraction to organizations and job choice: A meta-analytic review of the correlates of recruiting outcomes. Journal of Applied Psychology, 90(5), 928-944.
- Fishbein Martin, Ajzen Icek. (1975). Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research. Addison-Wesley.

El-Menawy Sara Mohamed Abdelaziz, Saleh, Pancie Salah. (2023). How does the mediating role of the use of social media platforms foster the relationship between employer attractiveness and Generation Z intentions to apply for a job? *Future Business Journal*, 9(1), Article 65.

Highhouse Scott, Lievens Filip, Sinar Evan F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and Psychological Measurement*, 63(6), 986-1001.

International Monetary Fund. (2009). Balance of payments and international investment position manual (6th ed.). International Monetary Fund.

Judge Timothy. A., Bretz Robert D., Jr. (1992). Effects of work values on job choice decisions. *Journal of Applied Psychology*, 77(3), 261-271.

Resick Christian J., Baltes Boris B., & Shantz Cynthia Walker. (2007). Person-organization fit and work-related attitudes and decisions: Examining interactive effects with job fit and conscientiousness. *Journal of Applied Psychology*, 92(5), 1446-1455.

Warshaw Paul R., Davis Fred D. (1985). Disentangling behavioral intention and behavioral expectation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21(3), 213-228.

Ngày nhận bài: 25/03/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 15/04/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 04/05/2026

FACTORS INFLUENCING PUBLIC UNIVERSITY STUDENTS' INTENTION TO WORK FOR FDI ENTERPRISES IN HO CHI MINH CITY

● **TA HUYNH KHANG¹**

● **NGUYEN THUY CAM HUONG^{1*}**

¹Ho Chi Minh City University of Industry and Trade

*Email: huongntc@huit.edu.vn

ABSTRACT:

Against the backdrop of global supply chain restructuring and intensifying competition for international investment, foreign direct investment (FDI) enterprises continue to play a vital role in economic growth, export expansion, and job creation. This study develops an initial research model comprising six groups of factors: organizational reputation and employer branding, person-organization fit, compensation and benefits policies, organizational environment and culture, training and promotion opportunities, and social influence. Employing a quantitative survey approach, the research collects data from students at public universities in Ho Chi Minh City and applies modern statistical techniques to test the proposed hypotheses. The findings indicate that five of the six factors significantly influence students' intention to work for FDI enterprises. Based on these results, the study offers managerial implications for strengthening the attractiveness of FDI enterprises to young human resources.

Keywords: FDI enterprises, intention to choose a workplace, intention to work, students.