

ẢNH HƯỞNG CỦA VỐN TÂM LÍ, TÍNH CÁCH CÁ NHÂN ĐẾN SỰ GẮN KẾT CÔNG VIỆC CỦA NHÂN VIÊN KHÁCH SẠN TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Hà Khánh Nam Giao¹, Huỳnh Diệp Trâm Anh², Nguyễn Thị Kim Ngân³,
Đoàn Quang Đồng⁴, Nguyễn Phạm Hạnh Phúc⁵, Bùi Nhất Vương⁶

THE EFFECTS OF PSYCHOLOGICAL CAPITAL, PERSONALITY ON HOTEL STAFF WORKING ENGAGEMENT AT HO CHI MINH CITY

Ha Khanh Nam Giao¹, Huynh Diep Tram Anh², Nguyen Thi Kim Ngan³,
Doan Quang Dong⁴, Nguyen Pham Hanh Phuc⁵, Bui Nhat Vuong⁶

Tóm tắt – Nghiên cứu xác định sự ảnh hưởng của vốn tâm lý, tính cách cá nhân đến sự gắn kết công việc của nhân viên khách sạn tại Thành phố Hồ Chí Minh bằng việc khảo sát 378 nhân viên đang làm việc tại các khách sạn từ ba sao trở lên trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Các phương pháp thống kê mô tả, phân tích nhân tố khám phá, phân tích hồi quy được sử dụng với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 20. Kết quả cho thấy cả bốn yếu tố thuộc vốn tâm lý: sự hi vọng, sự tự tin, khả năng thích ứng và tính lạc quan đều có tác động cùng chiều đến sự gắn kết công việc của các nhân viên khách sạn. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng đưa ra sự tác động của các yếu tố thuộc tính cách cá nhân đến sự gắn kết trong công việc của nhân viên. Nghiên cứu cũng đề xuất một số hàm ý quản

trị có thể vận dụng trong ứng xử về vốn tâm lý, tính cách cá nhân nhằm nâng cao sự gắn kết trong công việc của nhân viên khách sạn tại Thành phố Hồ Chí Minh.

Từ khóa: nhân viên khách sạn, sự gắn kết công việc, tính cách cá nhân, Thành phố Hồ Chí Minh, vốn tâm lý.

Abstract – The research was conducted to determine the effects of psychological capital on the personality on hotel staff working in an engagement setting in Ho Chi Minh City, Viet Nam. Data was collected by surveying 378 staffs who are working in hotels in Ho Chi Minh City which are rated 3 stars or more. Descriptive analysis, exploratory factor analysis, and linear regression analysis were used with SPSS 20 statistical package for data analysis. The results show that all psychological capital factors, including hope, efficacy, resilience and optimism have had positive impacts on hotel staffs' work ethic. The study also demonstrated the effects of personality on the hotel staffs' engagement with their work. The research outcomes suggest some managerial solutions to management problems by adapting psychological capital data and to take into consideration the personality of staff to enhance employees

^{1,3,4,6}Khoa Vận tải Hàng không, Học viện Hàng không Việt Nam

²Trường Đại học Văn Hiến

⁵Khoa Du lịch, Trường Đại học Tài chính – Marketing, Việt Nam

Ngày nhận bài: 10/3/2020; Ngày nhận kết quả bình duyệt: 10/4/2020; Ngày chấp nhận đăng: 8/5/2020

Email: khanhgiaohn@yahoo.com

^{1,3,4,6}Faculty of Air Transport, Vietnam Aviation Academy

²Van Hien University

⁵Faculty of Tourism, University of Finance – Marketing

Received date: 10th March 2020; Revised date: 9th April 2020; Accepted date: 8th May 2020

working in engagement settings in Ho Chi Minh City.

Keywords: *Ho Chi Minh City, hotel staff, personality, psychological capital, working engagement.*

I. MỞ ĐẦU

Sự gắn kết trong công việc là một chỉ số quan trọng trong quản trị nhân sự. Ở góc độ cá nhân, sự gắn kết liên quan đến sự an toàn, sự hài lòng trong công việc, lòng trung thành của nhân viên, hiệu suất làm việc và hành vi cá nhân trong tổ chức [1]–[6]. Dưới góc độ tổ chức, sự gắn kết liên quan tích cực đến năng suất, sự hài lòng của khách hàng, sự cam kết của nhân viên, lợi nhuận tài chính, lợi nhuận và thành công trong kinh doanh [7], [8]. Hơn nữa, mối liên hệ giữa vốn tâm lý của nhân viên với công việc là vô cùng quan trọng trong việc tăng cường năng lực cạnh tranh của tổ chức [9]. Các nghiên cứu đã cho thấy vốn tâm lý và các thành phần của vốn tâm lý có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả công việc của nhân viên [10]–[14]. Bên cạnh đó, vốn tâm lý cũng được tìm thấy có ảnh hưởng đến sự tự tin, sự hài lòng, hạnh phúc và cam kết của nhân viên [12], [15], [16] hay sự nỗ lực làm việc của nhân viên [17]. Bởi khi người lao động hạnh phúc, họ sẽ cảm thấy yêu thích, say mê và nỗ lực hơn cho công việc của mình, dựa trên sứ mệnh của công ti, họ được truyền cảm hứng và cùng nhau đồng lòng vượt qua những thách thức, hướng đến những mục tiêu chung của tổ chức. Bên cạnh đó, các nhân tố về tính cách cá nhân cũng tác động không nhỏ đến hành vi của người lao động, các nhân tố đó thể hiện thông qua mô hình tính cách năm nhân tố lớn, còn gọi là Big Five Personality: tính hướng ngoại (Extraversion), sự nhạy cảm (Neuroticism), sẵn sàng trải nghiệm (Openness to Experience), sự dễ chịu (Agreeableness), sự tận tâm (Conscientiousness) [18]. Tại Việt Nam, một số nghiên cứu đã tập trung vào sự gắn kết công việc của nhân viên [19]–[21]. Tuy nhiên, các nghiên cứu này không

xuất phát từ góc độ tác động của vốn tâm lý và tính cách cá nhân.

Hiện nay, Thành phố Hồ Chí Minh có khoảng 20.200 phòng, với 22 khách sạn đạt tiêu chuẩn năm sao, còn lại 125 khách sạn từ ba sao trở lên. Năm 2019, tỉ lệ lấp đầy phòng bình quân các khách sạn là 68,8%, giá bán phòng trung bình hằng ngày (average daily rate – ADR) là 118 USD, mức doanh thu trên số phòng hiện có (Revenue by Available Room – RevPAR) là 81 USD. Cũng năm 2019, Thành phố Hồ Chí Minh tiếp đón 8 triệu khách du lịch quốc tế và gần 30 triệu khách du lịch nội địa. Tốc độ tăng trưởng khách du lịch khoảng 20%/năm và liên tục trong năm năm gần đây [22], [23]. Việc tăng trưởng số phòng và cả tăng trưởng nguồn nhân lực khách sạn chưa đáp ứng kịp nhu cầu. Điều này cho thấy áp lực công việc của nhân viên khách sạn ngày càng cao. Chính vì vậy, việc nghiên cứu sự gắn kết của nhân viên khách sạn là điểm nổi bật cần quan tâm của các nhà quản lý khách sạn. Việc nghiên cứu ảnh hưởng của vốn tâm lý, tính cách cá nhân đến sự gắn kết công việc của nhân viên khách sạn tại Thành phố Hồ Chí Minh trở nên cần thiết để đề xuất các hàm ý quản trị đến ban quản lý các khách sạn nhằm tăng cường sự gắn kết của nhân viên.

II. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

Tại Việt Nam, trong thời gian gần đây, nhiều nhà nghiên cứu đã chú tâm vào lĩnh vực dịch vụ [24], [25] và quản trị nguồn nhân lực [26], nhưng những nghiên cứu bắt nguồn từ các vấn đề tâm lý học đến các vấn đề quản trị dịch vụ, quản trị nguồn nhân lực chưa nhiều [27], và đây có thể xem là một trong những nghiên cứu tiên phong trong lĩnh vực này.

A. Sự gắn kết trong công việc

Meyer and Allen [28] đã định nghĩa gắn kết với tổ chức là một trạng thái tâm lý biểu thị mối quan hệ của nhân viên với tổ chức, liên hệ mật thiết đến quyết định để duy trì

nhân viên với tổ chức. Một lời hứa của cá nhân với tổ chức bao gồm ý thức về lòng trung thành, sự gắn kết và niềm tin vào các giá trị của tổ chức. Định nghĩa về sự gắn kết bao gồm: gắn kết tình cảm là nói đến sự gắn bó về mặt tâm lý đối với tổ chức; gắn kết duy trì là nói đến sự gắn kết do những chi phí liên quan khi rời bỏ tổ chức và gắn kết nghĩa vụ chính là trách nhiệm cá nhân nên tiếp tục làm việc trong tổ chức [28]. Sự gắn kết trong công việc là một chỉ số quan trọng đối với vấn đề quản trị nhân sự tại các tổ chức. Nếu mức độ gắn kết của nhân viên với tổ chức càng cao thì hiệu quả công việc nhân viên mang lại càng lớn [29].

B. Vốn tâm lý (*Psychological Capital*)

Nghiên cứu của Malinowski and Lim [30] đã cho thấy sự gắn kết chịu tác động của các yếu tố liên quan đến tâm lý của người lao động. Vốn tâm lý, trong nghiên cứu này, là trạng thái phát triển tâm lý tích cực của một cá nhân và được mô tả bởi: (i) sự tự tin để đảm nhận và thực hiện những nhiệm vụ mang tính thử thách với nỗ lực cần thiết để đạt được thành công; (ii) thái độ lạc quan về sự thành công ở hiện tại và tương lai; (iii) kiên trì hướng tới mục tiêu và khi cần thiết có thể xoay chuyển mục tiêu để đạt đến thành công; và (iv) khi đối mặt với những vấn đề bất lợi, họ duy trì, thích nghi và vượt qua những trở ngại để đạt thành công [15].

Các khía cạnh tâm lý trên tác động tích cực đến chất lượng công việc, hiệu quả, năng suất làm việc của nhân viên trong tổ. Hơn nữa, các nghiên cứu của Avey et al. [10], Cifre et al. [31] cũng chỉ ra các khía cạnh tâm lý có ảnh hưởng tích cực đến sự gắn kết trong công việc. Vốn tâm lý bao gồm các yếu tố sau:

Sự hi vọng (Hope)

Ước mơ, hi vọng bắt nguồn từ thuyết hi vọng của Snyder [32]. Theo đó, hi vọng được định nghĩa là trạng thái tích cực tạo nên động lực cho cá nhân dựa trên cảm giác thành công ở các mục tiêu đang hướng đến hay các kế hoạch mong muốn đạt được. Vì vậy, các cá

nhân được thúc đẩy ý thức quyết tâm, ý chí để đạt được mục tiêu mong muốn. Những nghiên cứu gần đây đã cho thấy một mối quan hệ tích cực giữa niềm hi vọng của nhân viên và hiệu suất công việc [33], [34], kết quả hoạt động tài chính của tổ chức [33], [35] và sự gắn kết của nhân viên [15].

Sự tự tin (Efficacy)

Sự tự tin vào bản thân được phát triển dựa trên lý thuyết nhận thức xã hội của Bandura [36]. Xét về khía cạnh tâm lý, sự tự tin vào bản thân đề cập đến khả năng làm chủ tình huống của cá nhân trong việc tạo động lực, sử dụng các nguồn lực và các hoạt động cần thiết để thực hiện hiệu quả một nhiệm vụ cụ thể trong một bối cảnh nhất định [16]. Vì vậy, khi các cá nhân có khả năng tự chủ cao, họ có thể sẵn sàng thực hiện các nhiệm vụ đầy thách thức, tăng cường động cơ và nỗ lực của họ để đạt được mục đích của mình trong mọi tình huống. Sự tự tin vào năng lực bản thân ảnh hưởng đến suy nghĩ mang tính nhất thời hay có chiến lược, lạc quan hay bi quan, con đường chọn theo đuổi, mục tiêu đề ra cho bản thân và trách nhiệm thực hiện [36].

Khả năng thích ứng (Resilience)

Xét về khía cạnh tâm lý, khả năng thích ứng được mô tả như là đặc điểm của cá nhân, trong đó, họ có khả năng linh hoạt, mềm dẻo ứng biến, đối phó với bất kỳ tình huống nào để có thể đem lại hiệu quả trong công việc [11]. Khả năng thích ứng cao là khả năng “phục hồi” sau khi trải qua những kinh nghiệm gây căng thẳng hoặc những thử thách lớn. Người có khả năng thích ứng cao là người có thể thích nghi mau chóng với những thay đổi và đối phó với những chuyện không may một cách tốt đẹp nhất. Vì vậy, khả năng thích ứng giúp phân biệt, đánh giá các cá nhân linh hoạt với những người cứng nhắc, trì trệ và không chịu thay đổi trong tổ chức [37]. Khả năng thích ứng được xác định là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến người lao động [37]–[39]. Khi nhân viên có khả năng thích ứng cao, hiệu suất công việc sẽ được cải thiện, từ đó, nó tác động đến sự

gắn kết trong tổ chức [15].

Tinh thần lạc quan (Optimism)

Khái niệm tâm lý lạc quan đã được đề cập trong nghiên cứu của Seligman [39], [40]. Lạc quan là thái độ sống điềm tĩnh, an nhiên trước những tình huống, sự việc không mong muốn xảy ra. Người có thái độ sống lạc quan sẽ luôn thấy sự thanh thản và nhẹ nhàng trong cuộc sống. Vì vậy, sự lạc quan được giải thích dựa trên sự kết hợp giữa các yếu tố liên quan đến các đặc điểm cá nhân với các tác động của điều kiện bên ngoài thông qua các tình huống cụ thể [41]. Mặc dù Seligman chứng minh rằng, sự lạc quan tùy thuộc vào đặc điểm của mỗi cá nhân [40], tuy nhiên, đó là một trong những yếu tố quan trọng tác động đến hiệu suất làm việc, sự gắn kết của nhân viên trong công việc [42].

Tính cách cá nhân (Personality)

Theo Bradberry [43], tính cách là sự khác biệt tâm lý giữa các cá nhân làm cho cá nhân trở thành một cá thể duy nhất với những đặc trưng tâm lý riêng biệt. Tính cách phân biệt cá thể này với cá thể khác, nó có tầm ảnh hưởng lớn đến hành vi và suy nghĩ của con người; từ đó, tính cách tác động đến công việc và các mối quan hệ xã hội. Tính cách cá nhân, theo McCrae and Costa, được chia thành năm nhóm chính [18].

Sự nhạy cảm (Neuroticism – N)

Theo McCrae and Costa [18], sự nhạy cảm là một khía cạnh của tính cách cá nhân khi họ có xu hướng xấu hổ, tức giận, bất an, trầm cảm, dễ bị tổn thương và hay lo lắng. Người nhạy cảm cao dễ có những tư tưởng không hợp lý và khả năng kiểm soát cơn bốc đồng cũng như sự căng thẳng rất kém. Họ thường có những cảm xúc u uất, giận dữ, lo sợ, tội lỗi và ganh ghét cao hơn người thường. Ngược lại, những cá nhân có điểm nhạy cảm thấp có tính thần ổn định hơn với xu hướng an toàn hơn. Những người này bình tĩnh, điềm đạm, không nóng nảy, thoải mái và có thể đối mặt với tình huống căng thẳng mà không cảm thấy khó chịu [18].

Tính hướng ngoại (Extraversion – E)

Tính hướng ngoại bao gồm các đặc điểm

như tính xã hội, sự quyết đoán, năng động. Người hướng ngoại là người năng động, hoạt bát, lạc quan và thường có khả năng nổi trội trong nghề nghiệp [44]. Họ cũng thường rất tự tin, thoải mái, hăng hái, nhiệt tình, làm trước nghĩ sau, thích nói chuyện, thích khẳng định mình và luôn tràn đầy năng lượng tích cực. Người hướng nội là người dè dặt, độc lập, ít hòa mình với xã hội. Họ thường muốn được một mình, rất yên lặng, không nổi bật và không hòa nhập nhiều. Người hướng nội không đồng nghĩa với sự thiếu thân thiện mà họ cần nhiều thời gian ở một mình hơn người hướng ngoại bởi họ có lối sống khép kín hơn theo chiều sâu.

Sự sẵn sàng trải nghiệm (Openness to Experience – O)

Theo McCrae and Costa [18], nét tính cách này liên quan đến các cá nhân có xu hướng sáng tạo, giàu trí tưởng tượng, tò mò và trải nghiệm những điều mới trong cuộc sống. Người thiếu cởi mở thường có xu hướng bảo thủ, thực dụng, võ đoán, cứng nhắc. Họ thường trung thành với lối làm việc cũ, với một guồng quay nhất định, không thích sự mới mẻ. Do đó, người thiếu cởi mở thường gặp nhiều khó khăn để thích ứng với sự thay đổi. Ngược lại, người cởi mở luôn sẵn sàng trải nghiệm, có tính cởi mở cao, luôn tò mò về thế giới và mong muốn được trải nghiệm để cuộc sống của họ trở nên phong phú hơn. Họ sẵn sàng tán thành ý tưởng mới và các giá trị độc đáo, họ trải nghiệm những cảm xúc tích cực và tiêu cực sâu sắc hơn so với các cá nhân không cởi mở. Thích phiêu lưu trải nghiệm, trân trọng nghệ thuật, có tính hiếu kỳ, có những ý tưởng độc đáo và đầu óc thẩm mỹ là các đặc điểm của mặt tính cách này. Họ dễ lĩnh hội những tin tức giải trí và thách thức những mặt văn hóa của cuộc sống cũng như những suy nghĩ và cảm xúc cá nhân. Họ có trí thông minh kết tinh, tức là khả năng vận dụng kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm cao.

Sự dễ chịu (Agreeableness – A)

McCrae and Costa [18] cho rằng người dễ chịu là người tin tưởng, vị tha, khoan dung,

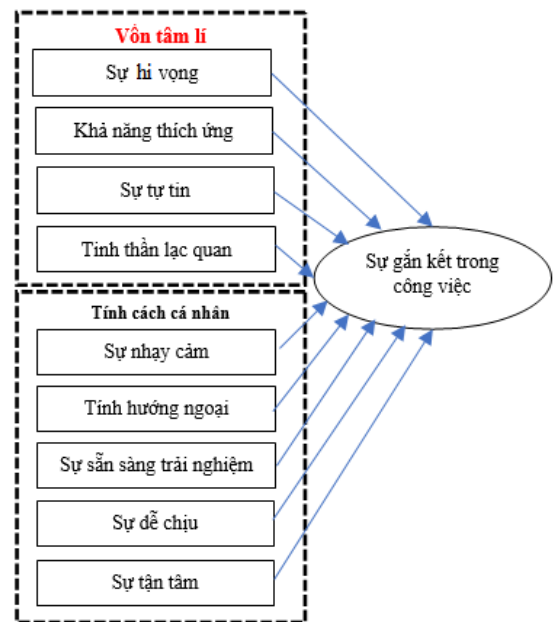
thông cảm với người khác, mềm lòng, từ bi và sẵn sàng giúp đỡ mọi người. Đa phần họ rất trung thực, tốt bụng và đáng tin cậy. Những người dễ chịu thường dễ thông cảm, thích hợp tác, thích sự ấm áp và thích được quan tâm. Ngược lại, những cá nhân có điểm thấp ở mặt này thường có xu hướng ích kỉ, bi quan, nghi ngờ, không tin tưởng và họ cũng thiếu mong muốn hợp tác hay gây tổn thương với những người khác. Nhiều nhà nghiên cứu chỉ ra mối tương quan giữa độ dễ chịu thấp với những suy nghĩ nóng nảy và kích động ở thanh thiếu niên. Người dễ chịu thấp thường có biểu hiện liên quan đến một số bệnh tâm lí như xu hướng ái kỉ (yêu bản thân) và phản xã hội. Những người này thường có tính cạnh tranh, thách thức cao, có đôi khi được coi là khiêu khích hoặc không đáng tin.

Sự tận tâm (Conscientiousness – C)

Theo Barrick and Mount [44], sự tận tâm đề cập đến khả năng tự kiểm soát quá trình hoạt động, lên kế hoạch, tổ chức và thực hiện nhiệm vụ. Người tận tâm là người có mục đích, ý chí mạnh mẽ và kiên định. Sự tận tâm thường được thể hiện thông qua các yếu tố: chăm chỉ, liên tục, tin cậy, tinh thần trách nhiệm, cẩn thận, làm việc trật tự, có kế hoạch ổn định và có tổ chức. Những cá nhân tận tâm thường hoàn thành công việc được giao một cách tốt nhất, bởi họ thường đặt ra mục tiêu để đạt được một số thành tựu nhất định trong công việc. Do đó, đôi khi, họ được miêu tả hơi cứng nhắc. Nhìn chung, chúng ta có thể thấy những đặc điểm chung trong tích cách của người tận tâm là sự ngăn nắp, có hệ thống, cẩn thận, hoàn hảo, suy tính kĩ càng. Về mặt tiêu cực, sự tận tâm cao có thể gây phiền nhiễu cho những người có khả năng tiếp thu kém. Những người có điểm thấp không nhất thiết là thiếu nguyên tắc đạo đức nhưng họ ít đòi hỏi cao trong việc áp dụng chúng. Những người có điểm thấp ở mặt tính cách này thường rất dễ dãi, không có mục tiêu nhất định, thường không đáng tin cậy.

Dựa vào những lập luận trên và các mô hình nghiên cứu lí thuyết liên quan, đặc biệt

các nghiên cứu của Meyer and Allen [28], McCrea and Alik [45] và Luthans et al. [11], cùng với kết quả của nghiên cứu định tính (Mục 3.1), mô hình nghiên cứu được chúng tôi đề xuất như Hình 1.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất
(Nguồn: Tác giả thực hiện)

Và các giả thuyết nghiên cứu như sau:

H1: Sự hi vọng tác động cùng chiều đến sự gắn kết trong công việc

H2: Sự tự tin tác động cùng chiều đến sự gắn kết trong công việc

H3: Khả năng thích ứng tác động cùng chiều đến sự gắn kết trong công việc

H4: Tinh thần lạc quan tác động cùng chiều đến sự gắn kết trong công việc

H5: Sự nhạy cảm tác động cùng chiều đến sự gắn kết trong công việc

H6: Tính hướng ngoại tác động cùng chiều đến sự gắn kết trong công việc

H7: Sự sẵn sàng trải nghiệm tác động cùng chiều đến sự gắn kết trong công việc

H8: Sự dễ chịu tác động cùng chiều đến sự gắn kết trong công việc

H9: Sự tận tâm tác động cùng chiều đến sự gắn kết trong công việc.

III. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

A. Thống kê mô tả mẫu theo biến kiểm soát

Nghiên cứu này được thực hiện bằng phương pháp phối hợp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu định tính với 10 nhân viên khách sạn để khám phá, điều chỉnh và bổ sung thang đo. Thang đo sử dụng trong mô hình là thang đo Likert 5 mức độ (1: hoàn toàn không đồng ý, 2: không đồng ý, 3: bình thường, 4: đồng ý, 5: hoàn toàn đồng ý). Nghiên cứu định lượng được thực hiện bằng cách dùng bảng câu hỏi để lấy số liệu, sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Nghiên cứu được thực hiện với đối tượng khảo sát là nhân viên các khách sạn từ ba sao trở lên tại Thành phố Hồ Chí Minh, nhân viên từ các bộ phận: lễ tân, phục vụ buồng, phục vụ bàn, phục vụ bếp và quầy bar [46]. 550 bảng câu hỏi được phát ra, thu về 510 bảng, loại ra 132 bảng không đạt yêu cầu, còn lại 378, đạt tỉ lệ 74,12%.

Bảng 1: Tổng hợp đặc điểm mẫu khảo sát

Đặc điểm của mẫu (cỡ mẫu n = 378)		Số lượng (người)	Tỉ lệ (%)
Giới tính	Nam	92	24,3
	Nữ	286	75,7
Độ tuổi	18 đến 25	157	41,5
	26 đến 35	151	39,9
	36 đến 54	61	16,1
	Hơn 55	9	2,4
Trình độ học vấn	Tốt nghiệp Trung học phổ thông	28	7,4
	Trung cấp/Cao đẳng	55	14,6
	Đại học	277	73,3
	Sau đại học	18	4,8
Bộ phận	Lễ tân	79	20,9
	Phục vụ buồng	165	43,7
	Phục vụ phòng	93	24,6
	Phục vụ bếp và quầy bar	41	10,8

(Nguồn: Kết quả khảo sát của nhóm tác giả)

B. Đánh giá thang đo bằng hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

Bảng 2 cho thấy các thang đo trên đều có hệ số Cronbach's Alpha khá cao ($> 0,6$). Tất cả biến quan sát của thang đo này đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3. Do đó, chúng đều được sử dụng cho phân tích EFA tiếp theo [47].

C. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Phương pháp EFA được sử dụng cho 46 biến quan sát độc lập, chúng tôi sử dụng phương pháp Principal Component Analysis với phép quay Varimax và điểm dừng khi trích các yếu tố có Eigenvalues là 1. Kết quả phân tích EFA cho thấy hệ số KMO = 0,848, đạt yêu cầu $> 0,5$. Kết quả này giải thích được kích thước mẫu phù hợp cho phân tích nhân tố và hệ số Barlett có mức ý nghĩa Sig = 0,000 $< 0,5$ (có sự tương quan giữa các biến). Kết quả này đã khẳng định rằng phương pháp phân tích trên là phù hợp. Tổng phương sai trích là 92,404 và hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0,5 nên đạt yêu cầu (Bảng 3).

Kết quả phân tích nhân tố biến phụ thuộc với năm biến quan sát, hệ số KMO = 0,801 và hệ số Barlett có mức ý nghĩa Sig = 0,000 $< 0,5$, phương sai trích 92,404% và các biến đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5. Như vậy, nhân tố sự gắn kết công việc gồm năm biến [47].

D. Kiểm định tương quan

Kết quả phân tích tương quan qua ma trận Pearson cho thấy: tất cả các biến đều có tương quan với nhau tại mức ý nghĩa 1%. Hầu hết hệ số tương quan giữa các biến cao hơn 0,2. Kết quả này thể hiện mối liên hệ tương quan tuyến tính giữa các biến khá chặt chẽ. Hệ số tương quan thấp nhất là 0,237 và cao nhất là 0,665. Điều này cho thấy giá trị phân biệt giữa các nghiên cứu đạt được [47].

E. Kết quả hồi quy

Từ Bảng 4, kết quả ANOVA cho thấy giá trị thống kê F của mô hình = 90,525, với mức

Bảng 2: Kết quả Cronbach's Alpha các thang đo

TT	Thang đo	Kí hiệu	Số biến quan sát	Hệ số Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến-tổng nhỏ nhất
1	Sự hi vọng	SHV	6	0,836	0,532
2	Khả năng thích ứng	STU	6	0,832	0,555
3	Sự tự tin	STT	6	0,832	0,360
4	Tinh thần lạc quan	SLQ	6	0,794	0,597
5	Sự nhạy cảm	SNC	4	0,803	0,383
6	Tính hướng ngoại	THN	5	0,675	0,360
7	Sẵn sàng trải nghiệm	SST	5	0,839	0,547
8	Sự dễ chịu	SDC	4	0,796	0,594
9	Sự tận tâm	STA	4	0,853	0,483
10	Sự gắn kết công việc	SGK	5	0,625	0,460

(Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả)

ý nghĩa 1% ($\text{sig} = 0,000$). Kết quả này cho thấy mô hình hồi quy tuyến tính bội phù hợp với tập dữ liệu hay các biến độc lập có quan hệ tuyến tính với biến phụ thuộc và mô hình có thể sử dụng được. Mô hình có hệ số R2 hiệu chỉnh là 0,565 hay 56,5% mức độ biến thiên sự gắn kết của nhân viên khách sạn tại Thành phố Hồ Chí Minh được giải thích bởi các biến độc lập.

Kết quả hồi quy cũng cho thấy: 09 biến có ý nghĩa thống kê ở mức 1% ($\text{Sig.} \leq 0,01$), mô hình lí thuyết phù hợp với dữ liệu nghiên cứu, 09 giả thuyết nghiên cứu được chấp nhận. Phương trình hồi quy chưa chuẩn hóa có dạng: $\text{SGK} = 0,629 + 0,353 \cdot \text{SHV} + 0,098 \cdot \text{STU} + 0,306 \cdot \text{STT} + 0,037 \cdot \text{SLQ} + 0,116 \cdot \text{SNC} + 0,185 \cdot \text{THN} - 0,072 \cdot \text{SST} + 0,053 \cdot \text{SDC} + 0,072 \cdot \text{STA}$.

Trong việc dò tìm sự vi phạm các giả định hồi quy tuyến tính, biểu đồ phân tán Scatterplot cho thấy phần dư không thay đổi theo một trật tự nào đối với giá trị dự đoán, chúng phân tán ngẫu nhiên, giả thuyết về liên hệ tuyến tính không bị vi phạm. Hệ số tương quan hạng Spearman của giá trị tuyệt đối phần dư và các biến độc lập: giá trị Sig. của các hệ số tương quan với độ tin cậy 95% đều lớn hơn 0,05, kết quả này cho thấy phương sai của sai số không thay đổi, giả định không bị vi phạm. Biểu đồ Histogram cho thấy phần

dư có phân phối chuẩn với giá trị trung bình rất nhỏ, gần bằng 0 ($\text{Mean} = -8,75\text{E-}15$) và độ lệch chuẩn của nó gần bằng 1 ($\text{SD} = 0,995$), đồ thị P-P plot biểu diễn các điểm quan sát thực tế tập trung khá sát đường chéo những giá trị kì vọng, có nghĩa là dữ liệu phần dư có phân phối chuẩn. Hệ số $1 < \text{Durbin-Watson} = 1,955 < 3$ và hệ số phóng đại phương sai $\text{VIF} < 10$ cho thấy các biến độc lập không có hiện tượng tự tương quan hệ, đa cộng tuyến. Do đó, chúng ta có thể kết luận rằng mô hình không vi phạm các giả định hồi quy tuyến tính [47].

F. Thảo luận kết quả

Kết quả phân tích cho thấy các nhân tố thuộc vốn tâm lí: sự tự tin ($\beta_3 = 0,305$), sự hi vọng, khả năng thích ứng và tinh thần lạc quan đều có tác động cùng chiều đến sự gắn kết trong công việc của người lao động. Trong khi đó, các yếu tố thuộc tính cách cá nhân: tính hướng ngoại, sự nhạy cảm, sự tận tâm, sự dễ chịu đều có sự tác động thuận chiều với sự gắn kết, riêng yếu tố sẵn sàng trải nghiệm có ảnh hưởng ngược chiều đến sự gắn kết.

Kết quả nghiên cứu gần như đồng nhất với kết quả của các nghiên cứu trước, vốn tâm lí và/hoặc tính cách cá nhân có ảnh hưởng đến sự gắn kết của nhân viên [4]–[6], [10], [12],

Bảng 3: Kết quả phân tích nhân tố EFA – biến độc lập

Kí hiệu	Nhân tố								
	SHV	STU	STT	SLQ	SHC	THN	SST	SDC	STA
Nếu làm vào tình thế khó khăn, tôi có thể nghĩ ra nhiều cách để thoát khỏi nó	0,786								
Vào thời điểm hiện tại, tôi đang háng hái theo đuổi các mục tiêu của mình	0,719								
Mọi vấn đề đều có cách giải quyết	0,718								
Tôi có thể nghĩ đến nhiều cách để đạt được các mục tiêu hiện tại của mình	0,712								
Tại thời điểm này, tôi đang đạt được những mục tiêu mà mình đã đặt cho bản thân mình	0,690								
Ngay bây giờ, tôi thấy bản thân mình như là khá thành công trong công việc	0,670								
Khi tôi có một sự thất bại hay khó khăn trong công việc, tôi có thể nhanh chóng vượt qua để tiếp tục cố gắng		0,652							
Tôi thường quản lí rủi ro trong quá trình làm việc		0,780							
Tôi thường tự an ủi bản thân mình		0,746							
Tôi thích thú khi gặp các sự việc bất ngờ		0,739							
Tôi có thể kiềm chế sự nóng giận để làm việc tiếp với người đã tạo ra cảm giác đó		0,731							
Tôi cảm thấy tôi có thể xử lí nhiều việc cùng một lúc trong bất kể tình huống nào		0,656							
Tôi cảm thấy tự tin khi phân tích một vấn đề và tìm ra giải pháp			0,894						
Tôi thích tự giải quyết các rắc rối			0,825						
Tôi làm việc với sự tự tin cao			0,804						
Tình huống càng thử thách tôi càng cảm thấy thú vị			0,841						
Tôi làm việc đúng hẹn và có kế hoạch			0,818						
Tôi cảm thấy tự tin khi có thể đạt được các mục tiêu			0,605						
Tôi mong đợi những điều thú vị trong công việc hơn là khó khăn				0,772					
Tôi lạc quan về những gì sẽ xảy ra với tôi trong tương lai				0,748					
Tôi mong mọi việc diễn ra thuận lợi cho việc đạt được mục tiêu				0,742					
Tôi có thể đạt trạng thái thư giãn dễ dàng				0,737					
Nếu có cảm giác bất an khi thực hiện công việc, tôi sẽ dừng lại và làm nó trong lúc khác				0,696					
Khi không chắc chắn về điều gì, tôi thường hi vọng những điều tốt đẹp sẽ đến				0,618					
Thoải mái, kiểm soát stress dễ dàng					0,820				
Hay lo lắng, căng thẳng					0,803				
Giữ được thái độ bình tĩnh trong hoàn cảnh khó khăn					0,705				
Cảm xúc ổn định, ít buồn phiền					0,682				
Hay nói						0,843			
Hoạt bát						0,841			
Rất nhiệt tình						0,790			
Có tính chuẩn xác, quyết đoán						0,732			
Hoà đồng, thân thiện						0,658			
Thường có những ý tưởng mới							0,782		
Hiếu kì với những điều mới lạ							0,771		
Mưu trí và suy nghĩ sâu sắc							0,716		
Có trí tưởng tượng phong phú							0,641		
Có óc sáng tạo							0,593		
Hay giúp đỡ, chia sẻ với mọi người								0,802	
Dễ tha thứ								0,790	
Chu đáo, ân cần								0,789	
Thích hợp tác với người khác								0,690	
Cẩn thận trong công việc									0,829
Cố gắng đến cùng để đạt được mục đích công việc									0,744
Làm mọi thứ hiệu quả nhất									0,650
Lập kế hoạch và tuân thủ đúng kế hoạch									0,641
Eigenvalues	7,195	6,105	5,315	4,919	3,108	3,196	2,109	1,549	1,005
Phương sai trích	22,973	20,937	17,646	15,997	12,541	9,452	6,347	4,390	2,118

(Nguồn: Xử lí từ dữ liệu khảo sát của nhóm tác giả)

Bảng 4: Kết quả hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Mức ý nghĩa	Đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta		Dung sai	VIF
(Hằng số)	0,629	0,183		0,001		
SHV	0,353	0,043	0,228	0,010	0,750	1,333
STU	0,098	0,043	0,047	0,005	0,813	1,230
STT	0,306	0,037	0,305	0,000	0,621	1,611
SLQ	0,037	0,033	0,022	0,001	0,749	1,335
SNC	0,116	0,036	0,171	0,000	0,689	1,450
THN	0,185	0,047	0,176	0,000	0,613	1,520
SST	0,072	0,057	-0,064	0,001	0,721	1,373
SDC	0,053	0,033	0,042	0,000	0,791	1,354
STA	0,072	0,046	0,069	0,003	0,632	1,502
R ² hiệu chỉnh: 0,565						
Thông kê Durbin-Watson: 1,955						
Thông kê F (ANOVA): F = 90,525						
Mức ý nghĩa (Sig. của ANOVA): 0,000						

(Nguồn: Tổng hợp từ kết quả phân tích dữ liệu)

[17], [18], [32], [34], [42], [48]–[50]. Riêng yếu tố sẵn sàng trải nghiệm và ảnh hưởng vượt trội của sự tự tin có tác động ngược chiều là sự khác biệt đáng lưu ý trong kết quả của nghiên cứu này.

Thật vậy, nghiên cứu được thực hiện với đối tượng khảo sát là nhân viên các khách sạn từ ba sao trở lên tại Thành phố Hồ Chí Minh, nhân viên từ các bộ phận: lễ tân, phục vụ buồng, phục vụ bàn, phục vụ bếp và quầy bar [44], đa số nhân viên đã được đào tạo Tiêu chuẩn Kỹ năng nghề Du lịch Việt Nam (Vietnam Tourism Occupational Skills Standards – VTOS) theo từng bước công việc trong khách sạn, nhà hàng [51]. Vậy nên, những đổi mới khác thường, ngoài quy trình phục vụ đã được đào luyện, thường không tạo nên sự hứng thú, cũng như có thể gây tâm lý bất an trong nhân viên. Đây chính là nguyên nhân tạo nên sự khác biệt lớn trong các nhân viên khách sạn.

Tương tự như vậy, sự tự tin ($\beta_3 = 0,305$) có tác động lớn nhất và vượt trội, so với các yếu tố khác, đến sự gắn kết trong công việc của người lao động. Khi được huấn luyện và thực hành đầy đủ VTOS, cũng như trải

những trải nghiệm thực tế từng bước trong từng quy trình công việc, quen với công việc phục vụ ở mỗi khâu làm việc, nhân viên khách sạn sẽ có độ tự tin tăng dần theo thời gian, họ cảm thấy công việc là hoàn toàn phù hợp, nên độ gắn kết sẽ tăng cao theo sự tự tin. Ngược lại, rất dễ thấy, số nhân viên mới vào nghề, đặc biệt tại các khách sạn ba sao trở lên, như trong nghiên cứu này, thường thiếu tự tin khi thực hiện dịch vụ, là rất dễ dẫn đến độ gắn kết chưa cao.

IV. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

A. Kết luận

Kết quả mô hình hồi quy tuyến tính bội cho thấy chín biến độc lập đều ảnh hưởng lên biến phụ thuộc theo thứ tự, tầm quan trọng của các nhân tố thuộc vốn tâm lý như sau: (1) sự tự tin ($\beta_3 = 0,305$), (2) sự hi vọng ($\beta_1 = 0,228$), (3) khả năng thích ứng ($\beta_2 = 0,047$) và (4) tinh thần lạc quan ($\beta_4 = 0,022$). Tất cả các biến đều có tác động cùng chiều đến sự gắn kết trong công việc của người lao động. Đối với các yếu tố thuộc tính cách cá nhân, thứ tự tầm quan trọng của các yếu tố đến sự gắn kết của nhân viên khách sạn như sau: (5) tính hướng ngoại ($\beta_6 = 0,176$), (6) sự nhạy cảm ($\beta_5 = 0,171$), (7) sự tận tâm ($\beta_9 = 0,069$), (8) sự dễ chịu ($\beta_8 = 0,042$) và (9) sẵn sàng trải nghiệm ($\beta_7 = -0,064$). Dựa trên kết quả này, chúng ta có thể thấy được rằng các yếu tố về tính hướng ngoại, sự nhạy cảm, sự tận tâm, sự dễ chịu đều có sự tác động thuận chiều với sự gắn kết. Riêng yếu tố sẵn sàng trải nghiệm có ảnh hưởng ngược chiều đến sự gắn kết.

Nghiên cứu này thực hiện việc phân tích các yếu tố thuộc vốn tâm lý và tính cách cá nhân ảnh hưởng đến sự gắn kết của nhân viên khách sạn tại Việt Nam. Kết quả cho thấy các yếu tố thuộc vốn tâm lý như sự hi vọng, khả năng thích ứng, sự tự tin, tinh thần lạc quan đều tác động cùng chiều đến sự gắn kết trong công việc của người lao động. Phát hiện này phù hợp với các kết quả nghiên cứu trước đây của Avey et al. [10], Luthans and

Youssef [15], Luthans et al. [34], Nguyen & Nguyen [13], Stajkovic [14] về hiệu suất làm việc cũng như sự gắn kết của người lao động đối với công việc của họ. Tiếp theo đó, yếu tố khả năng thích ứng cao sẽ giúp nhân viên gắn kết hơn với công việc của mình. Kết quả này ủng hộ quan điểm nghiên cứu của Luthans and Youssef [15]. Trong một vài nghiên cứu về sự tác động của các nhân tố vốn tâm lí, yếu tố sự tự tin và tinh thần lạc quan cũng gây ảnh hưởng không nhỏ đến hành vi của người lao động theo hướng thuận chiều [12], [36]. Bên cạnh yếu tố về vốn tâm lí, tính cách cá nhân cũng gây ra những sự tác động đến hành vi gắn kết của người lao động. Cụ thể, các yếu tố về sự nhạy cảm, tính hướng ngoại, sự dễ chịu và sự tận tâm có tác động cùng chiều đến sự gắn kết của nhân viên khách sạn. Kết quả này là hoàn toàn phù hợp với nghiên cứu của Barrick and Mount [48]. Trong khi đó, ngược lại, những người có điểm số cao về mặt sẵn sàng trải nghiệm lại có sự gắn kết thấp.

B. Hàm ý quản trị

Từ kết quả nghiên cứu, các nhà quản lí khách sạn cần có những lưu ý cần thiết trong vấn đề tuyển dụng. Các nhà quản lí cần có các bài trắc nghiệm về tính cách cá nhân, đặc điểm cơ bản về vốn tâm lí để biết được tính cách cơ bản của các ứng viên, nhằm có những giải pháp giúp họ phát triển tính cách phù hợp với đặc thù của công việc trong ngành khách sạn, từ đó, nâng cao sự gắn kết trong công việc [52], [53]. Thêm vào đó, đối với các nhân viên đã và đang làm việc trong khách sạn, việc nâng cao vốn tâm lí như sự tự tin, sự lạc quan, niềm hi vọng và khả năng thích ứng sẽ góp phần tăng cường hơn nữa sự gắn kết của nhân viên đối với công việc của mình; các nhà quản lí khách sạn cần thường xuyên tổ chức những buổi sinh hoạt tập thể, những khoá học ngắn hạn để có các giải pháp nâng cao kĩ năng mềm, khả năng làm việc nhóm, tinh thần tập thể, trau dồi kiến thức chuyên môn để người lao động được phát triển toàn diện [52]–[54].

Một số nghiên cứu cũng cho thấy, thời gian làm việc cũng gây tác động không nhỏ đến khả năng thích ứng của người lao động. Do đó, các nhà quản lí khách sạn cần có biện pháp phân công ca kíp hợp lí, tạo sự cân bằng giữa thời gian làm việc và thời gian nghỉ ngơi, dành cho cá nhân và gia đình. Bên cạnh đó, lương thưởng công bằng và công khai là một trong những yếu tố quan trọng nhằm tạo động lực cho nhân viên trong việc cải thiện tinh thần lạc quan, sự hi vọng về nghề để họ có thể gắn kết hơn với công việc của mình [55].

Ngoài ra, đối với các yếu tố thuộc về đặc tính cá nhân, quản lí khách sạn cần có các bài trắc nghiệm về tính cách, kết hợp với đặc điểm về vốn tâm lí để biết được tính cách cơ bản của các ứng viên, nhằm có những giải pháp giúp họ phát triển tính cách phù hợp với đặc thù của công việc trong lĩnh vực khách sạn; nâng cao sự gắn kết trong công việc. Tùy theo tính cách riêng của mỗi cá nhân, yêu cầu công việc trong bộ phận, người quản lí sẽ đưa ra các nhiệm vụ phù hợp và định hướng phát triển nghề nghiệp nhằm tạo hứng khởi, phát huy tinh thần làm việc và sự gắn kết cao nhất [56]. Cũng từ kết quả nghiên cứu, các nhà quản lí khách sạn cần lưu tâm nhiều đến nhân viên có nét tính cách sẵn sàng trải nghiệm để tăng sự gắn kết của những nhân viên này trong tổ chức, đặc biệt khi khách sạn được nâng cấp, hay chuyển đổi hình thức kinh doanh như từ nhà hàng đặt món (à la cart) sang nhà hàng tự chọn (buffet) [57], [58]. Song song với đó, doanh nghiệp cần tích cực tổ chức các hoạt động hướng đến việc xây dựng một tính cách cởi mở, thân thiện, hướng ngoại, đồng thời tăng sự tự tin, tinh thần lạc quan để họ có thể gắn kết nhiều hơn với công việc của mình [27], [59].

C. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Dù đã đạt được kết quả, nghiên cứu vẫn còn một số hạn chế: (1) sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện, phi xác suất nên tính

đại diện chưa cao; (2) chỉ đề cập đến các yếu tố thuộc vốn tâm lý và tính cách cá nhân đến sự gắn kết, chưa quan tâm đến các nhân tố khác; (3) chỉ khảo sát nhân viên khách sạn từ ba sao trở lên. Đó cũng chính là những gợi mở cho các nghiên cứu tiếp theo.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Harter KJ, Schmidt FL, Hayes TL. Business unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*. 2002;87(2):268–79.
- [2] Markos S, Sridevi MS. Employee Engagement: The key to improving performance. *International Journal of Business and Management*. 2010;5:89–96.
- [3] Ram P, Prabhakar V. The role of employee engagement in work-related outcomes. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*. 2011;1:47–61.
- [4] Saks A. Antecedents and consequences of employee engagement. *Managerial Psychology*. 2006;21(7):600–19.
- [5] Schaufeli BW, Bakker AB. Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: a multi-sample study. *Journal of Organizational Behavior*. 2004;25(3):293–315.
- [6] Sonnentag S. Recovery, work engagement, and proactive behavior: A new look at the interface between nonwork and work. *Journal of Applied Psychology*. 2003;88(3):518–28.
- [7] Attridge M. Measuring and Managing Employee Work Engagement: A Review of the Research and Business Literature. *Journal of Workplace Behavioral Health*. 2009;4(4):383–98.
- [8] Simpson RMI. Engagement at work: A review of the literature. *International journal of nursing studies*. 2009;46(7):1012–24.
- [9] Bakker AB, Albrecht SL, Leiter MP. Key questions regarding work engagement. *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 2011;20(1):4–28.
- [10] Avey JB, Nimnicht JL, Pigeon NG. Two field studies examining the association between positive psychological capital and employee performance. *Leadership & Organization Development Journal*. 2010;31:384–401.
- [11] Luthans F, Avolio BJ, Avey JB. *Psychological capital questionnaire manual*. Menlo Park, CA: Mind Garden, Inc; 2014.
- [12] Luthans F, Youssef CM, Avolio BJ. *Psychological capital: Developing the human competitive edge*. Oxford, UK: Oxford University Press; 2007b.
- [13] Nguyen DT, Nguyen TMT. Psychological capital, quality of work life, and quality of life of marketers: evidence from Vietnam. *Journal of Macromarketing*. 2012;31(1):82–90.
- [14] Stajkovic AD. Development of a core confidence-higher order construct. *Journal of Applied Psychology*. 2009;91:1208–24.
- [15] Luthans F, Youssef CM. Emerging positive organizational behavior. *Journal of Management*. 2007;33:321–49.
- [16] Stajkovic AD, Luthans F. Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*. 1998;124:240–61.
- [17] Nguyen TMT. Does psychological capital drive the effort of marketers? *Journal of Economic Development*. 2014;220:136–47.
- [18] McCrae RR, Costa JTP. Comparison of EPI and psychoticism scales with measures of the five-factor model of personality. *Personality and Individual Differences*. 1985;6(5):587–97.
- [19] Hà Nam Khánh Giao, Lê Trần Tấn Tài. Các nhân tố tác động đến gắn kết của nhân viên với tổ chức tại Trường Đại học Tài chính – Marketing. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*. 2016;34:61–7.
- [20] Hà Nam Khánh Giao, Nguyễn Đăng Huyền Trân. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết nhân viên với Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Công Thương – Bộ Công Thương*. 2017;10:246–51.
- [21] Hà Nam Khánh Giao, Hồ Thị Thu Trang. Ảnh hưởng của văn hóa tổ chức đến sự gắn kết của nhân viên văn phòng tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu. *Tạp chí Kinh tế – Kỹ thuật Bình Dương*. 2016;14:39–49.
- [22] Hạ Vy. *Khách sạn cao cấp tại Thành phố Hồ Chí Minh vẫn đang thiếu*; 2019. Truy cập từ <https://cafef.vn/khach-san-cao-cap-tai-sai-gon-van-dang-thieu-20190910151942578.chn> [Truy cập ngày 20/02/2020].
- [23] Lê Xuân. *Savills Việt Nam: Giá phòng khách sạn Thành phố Hồ Chí Minh cao nhất 5 năm*; 2020. Truy cập từ <https://diendandatdai.com/tin-tuc/savills-viet-nam-gia-phong-khach-san-tp-hcm-cao-nhat-5-nam.html> [Truy cập ngày 20/02/2020].
- [24] Hà Nam Khánh Giao. *Marketing Dịch vụ – Mô hình 5 khoảng cách chất lượng dịch vụ*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Thống kê; 2004.
- [25] Hà Nam Khánh Giao. *Đo lường chất lượng dịch vụ tại Việt Nam – Nhìn từ góc độ khách hàng*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Tài chính; 2018.
- [26] Trần Thị Kim Dung. *Quản trị nguồn nhân lực*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Tổng hợp; 2018.
- [27] Lê Cát Vi. Ảnh hưởng của vốn tâm lý, tính cách cá nhân đến sự gắn kết công việc của nhân viên ngân hàng tại Việt Nam. *Tạp chí Phát triển Khoa học & Công nghệ: Chuyên san Kinh tế – Luật và Quản lý*. 2018;2(21):50–61.
- [28] Meyer PJ, Allen JN. A Three-component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*. 1991;1(1):61–89.
- [29] Qaisar MN, Mariam S, Ahmad F. Employee Wellness as Predictor of Productivity from Public Sector Management Perspectives: Conditional Process Analysis.

- NUML International Journal of Business & Management*. 2018;13(2):104–16.
- [30] Malinowski P, Lim HJ. Mindfulness at Work: Positive Affect, Hope, and Optimism Mediate the Relationship between Dispositional Mindfulness, Work Engagement, and Well-being. *Mindfulness*. 2015;6(6):1250–62.
- [31] Cifre E, Alma MS, Rodríguez-Sánchez M. Dancing between Theory and Practice: Enhancing Work Engagement through Work Stress Intervention. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*. 2011;21(3):269–86.
- [32] Snyder CR. To Hope, to Lose, and Hope Again. *Journal of Personal and Interpersonal Loss*. 1996;1:1–16.
- [33] Adams H, Virgil I, Snyder CR, Kevin LR, Elisa AK, David RS et al. *Hope in the Workplace*. Handbook of Workplace Spirituality and Organizational Performance; 2003. NY Sharpe: Armonk.
- [34] Luthans F, Wyk RV, Walumbwa F. Recognition and Development of Hope for South African Organizational Leaders. *Leadership & Organization Development Journal*. 2004;25(6):512–27.
- [35] Peterson SJ, Luthans F. The Positive Impact and Development of Hopeful Leaders. *Leadership & Organization Development Journal*. 2003;24:26–31.
- [36] Bandura A. *Self-efficacy: The Exercise of Control*. New York: Freeman; 1997.
- [37] Block J, Kremen AM. IQ and Ego-resiliency: Conceptual and Empirical Connections and Separateness. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2006;70:349–61.
- [38] Bonanno GA. Loss, Trauma, and Human Resilience: Have We Underestimated the Human Capacity to Thrive after Extremely Aversive Events? *American Psychologist*. 2004;59:20–8.
- [39] Coutu DL. How Resilience Works. *Harvard Business Review*. 2002;80(5):46–50.
- [40] Seligman MEP. *Learned Optimism*. New York: Pocket Books; 1998.
- [41] Seligman MEP. *Authentic Happiness: Using the New Positive Psychology to Realize Your Potential for Lasting Fulfillment*. New York: Free Press; 2002.
- [42] Larson M, Luthans F. Potential Added Value of Psychological Capital in Predicting Work Attitudes. *Journal of Leadership & Organizational Studies*. 2006;13(1):45–62.
- [43] Bradberry T. *The Personality Code*. Putnam Adult Publisher; 2007.
- [44] Barrick M, Mount M. Effects of Impression Management and Self-deception on the Predictive Validity of Personality Constructs. *Journal of Applied Psychology*. 1996;81:261–72.
- [45] McCrae RR, Alik J. *The Five-factor Model of Personality Across Cultures*. New York: Kluwer Academic Publisher; 2002.
- [46] Hà Nam Khánh Giao, Nguyễn Văn Bình, Nguyễn Sơn Tùng. *Giáo trình Quản trị kinh doanh khách sạn*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Thống kê; 2014.
- [47] Hà Nam Khánh Giao, Bùi Nhất Vương. *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh – Cập nhật SmartPLS [dành cho Học viên Cao học]*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Tài chính; 2019.
- [48] Barrick M, Mount M. The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A Meta-analysis. *Personnel Psychology*. 1991;44:1–26.
- [49] McCrae RR, John OP. An Introduction to the Five-factor Model and Its Applications. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1992;60(2):175–215.
- [50] Sonnentag S, Mojza EJ, Binnewies C, Scholl A. Being Engaged at Work and Detached at Home: A Week-level Study on Work Engagement, Psychological Detachment, and Affect. *An International Journal of Work, Health & Organisations*. 2008;22(3):257–76.
- [51] Tổng cục Du lịch Việt Nam. *Tiêu chuẩn kỹ năng nghề du lịch Việt Nam: Dự án Phát triển nguồn nhân lực du lịch Việt Nam*; 2016. Available from: <https://nghekhachsanh4irhotel.com/tieu-chuan-ve-phuc-vu-nha-hang.html>.
- [52] Giao HNK. The Effect of Corporate Culture on the Staff's Commitment in CMC Telecom Vietnam. *Science Journal of Business and Management*. 2019;7(1):23–32.
- [53] Hà Nam Khánh Giao, Bùi Thị Thúy An. Ảnh hưởng của văn hóa doanh nghiệp đến sự gắn bó của nhân viên Công ty cổ phần Thủy sản Sóc Trăng. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Đồng Tháp*. 2017;40:36–40.
- [54] Giao HNK, Vương BN, Tung DD. A Model of Organizational Culture for Enhancing Organizational Commitment in Telecom Industry: Evidence from Vietnam. *WSEAS Transactions on Business and Economics*. 2020;17:215–24.
- [55] Hà Nam Khánh Giao, Nguyễn Quốc Lộc. Ảnh hưởng của áp lực công việc và động lực làm việc đến hiệu quả công việc của nhân viên tại Khách sạn Quê Hương Liberty. *Tạp chí Du lịch Việt Nam*. 2016;p. 3–4.
- [56] Hà Nam Khánh Giao, Đoàn Thu Hương. Các nhân tố tác động đến định hướng khách hàng của nhân viên phục vụ khách sạn tại Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính – Marketing*. 2010;1:24–34.
- [57] Hà Nam Khánh Giao, Nguyễn Văn Bình. *Giáo trình Nghiệp vụ nhà hàng*. Thành phố Hồ Chí Minh: Nhà Xuất bản Tổng hợp; 2011.
- [58] Hà Nam Khánh Giao, Nguyễn Văn Bình. *Giáo trình Nghiệp vụ nhà hàng*. Hà Nội: Nhà Xuất bản Thống kê; 2014.
- [59] Giao HNK, Vương BN, Huan DD, Tushar H, Quan TN. The Effect of Emotional Intelligence on Turnover Intention and the Moderating Role of Perceived Organizational Support: Evidence from the Banking Industry of Vietnam. *Sustainability, MDPI. Open Access Journal*. 2020;12(5):1857–82.