

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH DOANH VÀ CÔNG NGHỆ HÀ NỘI**

NGUYỄN MINH TRUYỀN

**NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG TRONG
CÔNG VIỆC CỦA NHÂN VIÊN KHÁCH SẠN TẠI VIỆT NAM**

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

HÀ NỘI, NĂM 2025

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của luận án

Trong bối cảnh công nghệ phát triển và toàn cầu hóa đang ngày càng gia tăng sự cạnh tranh gay gắt trong bất kỳ ngành nào trên thế giới, ngành kinh doanh dịch vụ lưu trú nói chung hay ngành kinh doanh khách sạn nói riêng cũng cần phải nhạy bén hơn để tồn tại. Ngành khách sạn phải thực sự linh hoạt và nhạy bén để cải thiện bất kỳ khía cạnh nào trong tổ chức của mình, đặc biệt là chất lượng nguồn nhân lực. Sự thành công của tổ chức không chỉ phụ thuộc vào mức độ họ có thể quản lý tiếp thị, tài chính và sản phẩm của mình mà còn phụ thuộc nhiều hơn vào cách họ quản lý nguồn nhân lực của mình. Nora Gardner, Devin McGranahan và William Wolf (2011) đã giải thích rằng nhiều công ty cuối cùng đi đến kết luận rằng nguồn nhân lực quản lý một liên kết quan trọng đối với thành công của công ty - con người và hiệu suất. Thành công lâu dài và hiệu quả tài chính của một công ty thường tương quan trực tiếp với tài năng, động lực và thành tích của nhân viên.

Năm 2023 là năm đánh dấu sự phục hồi của ngành du lịch Việt Nam. Theo báo cáo của Tổng cục thống kê, kể từ cuối tháng 4, ngành du lịch đã kích thích cầu tiêu dùng gia tăng, từ đó lan tỏa tới các ngành dịch vụ khác, trong đó có lưu trú.

Tính chung năm 2023, khách quốc tế đến nước ta đạt 12,6 triệu lượt, cao gấp 3,4 lần so với năm 2022. Thị trường du lịch nội địa cả năm đạt 108,2 triệu lượt, tăng gần 7 triệu lượt so với năm 2022.

Doanh thu du lịch lữ hành năm 2023 ước đạt 37,8 nghìn tỷ đồng, tăng 52,5% so với năm trước. Trong đó, doanh thu của Đà Nẵng tăng 133,8%; TP HCM tăng 68%; Hà Nội tăng 47,5%; Hải Phòng tăng 41,9%; Cần Thơ tăng 29,1%...

Theo số liệu từ JLL, tính đến tháng 12/2023, mức doanh thu trên mỗi phòng khách sạn có sẵn (ADR) tại TP HCM đạt 75 USD, tăng 59% so với cùng kỳ. Giá phòng bình quân đạt 113 USD, tăng 16,3%. Bên cạnh đó, công suất thuê phòng tại đây cũng tăng 17,8%.

Thị trường kinh doanh khách sạn Hà Nội năm 2023 cho thấy sự cải thiện đáng kể khi ADR gần như đã phục hồi hoàn toàn, đạt 117 USD - tiệm cận mức 119 USD

trước đại dịch. Giá phòng bình quân 81 USD, tăng 58,4%. Công suất phòng trung bình 69,4%, tăng 20,64% so với năm 2022.

Thị trường kinh doanh khách sạn Đà Nẵng ghi nhận giá phòng bình quân tăng 119,3% so với năm trước. ADR đạt 137 USD, tăng 21,5% so với cùng kỳ năm 2022. Năng lực cạnh tranh của du lịch Việt Nam có sự tăng trưởng, theo Báo cáo Năng lực cạnh tranh du lịch toàn cầu năm 2019 của Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF), giai đoạn 2015-2019, năng lực cạnh tranh du lịch Việt Nam tăng 12 bậc, từ 75/141 nền kinh tế năm 2015 lên 67/136 năm 2017 và 63/140 năm 2019.

Sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam là kết quả của việc thực hiện các hướng dẫn và chỉ đạo của Đảng. Cụ thể, việc giải thể Bộ Chính trị số 08 -NQ/TĐ vào ngày 16 tháng 1 năm 2017 sẽ là một sự phát triển du lịch để xác định các mục tiêu. Nó là chuyên ngành, tương đối đồng bộ, hiện đại và được trang bị một hệ thống các cơ sở kỹ thuật. Các sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, được đánh dấu và định hình bởi bản sắc văn hóa quốc gia, cạnh tranh với các quốc gia khác trong khu vực.

Nhiều tác giả trước đây đã đề cập đến sự hài lòng của nhân viên, sự hài lòng của nhân viên và chất lượng dịch vụ của các sản phẩm trong công việc của họ ở Việt Nam. Nhưng về quản trị nguồn nhân lực ở các khách sạn Việt Nam thì nghiên cứu còn rất hạn chế. Hiện nay, nhiều khách sạn gặp khó khăn trong việc quản lý nguồn nhân viên, điều này ảnh hưởng lớn đến sự tồn tại, phát triển của khách sạn và hơn nữa là ảnh hưởng đến sự phát triển của nền kinh tế du lịch Việt Nam nói chung. Từ thực tiễn hiện nay của ngành du lịch, thực trạng phát triển của đội ngũ nhân viên trong các khách sạn tại Việt Nam hiện nay. Đây chính là những băn khoăn và lý do để tác giả đưa ra quyết định chọn đề tài nghiên cứu: *“Những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên khách sạn tại Việt Nam”*. Hy vọng bài nghiên cứu này phần nào giải đáp được bài toán về quản lý nhân viên tại các khách sạn vừa và nhỏ góp phần thúc đẩy nền kinh tế du lịch Việt Nam nói chung và ngành khách sạn nói riêng.

CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1.1 Các công trình nghiên cứu trong nước và nước ngoài

1.1.1 Các công trình trong nước

1.1.2 Các công trình nghiên cứu nước ngoài

1.1 Tổng hợp kết quả nghiên cứu và khoảng trống nghiên cứu

1.2.1 Một số nghiên cứu điển hình được tổng hợp ở bảng sau:

Bảng 1.1: Tổng hợp một số nghiên cứu điển hình

Tác giả, năm	Các nhân tố ảnh hưởng đến hài lòng trong công việc	Nhân tố ảnh hưởng nghiên cứu trong công việc của nhân viên hưởng lớn nhất
(Eisenberger & Rhades, 2002)	Sự khác biệt về giới tính và văn hóa ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc.	Sự khác biệt về giới tính
Ghazi (2004)	Tự chủ, kết quả trong công việc, cường độ công việc, nhận thức về hỗ trợ của tổ chức, đồng nghiệp, sự sáng tạo, làm việc độc lập, đạo đức nghề nghiệp, được công nhận, trách nhiệm, khẳng định bản thân, lòng tin vào tổ chức và quan hệ xã hội.	Nhận thức về hỗ trợ của tổ chức
Slavin, 2006	Các vị trí chức danh trong khách sạn phải nằm trong bản đồ chức danh của khách sạn.	Cơ hội tăng tiến
Nobile và McCormick (2005)	Căng thẳng trong công việc, học vấn, tình trạng công việc và cấp bậc, mức độ tham gia công việc và trả lương	Căng thẳng trong công việc
Mirzaii và cộng sự (2014)	Phát triển và đào tạo, đánh giá hiệu suất, nhận thức về hỗ trợ của tổ chức, lòng tin vào tổ chức, lập kế hoạch nghề nghiệp, căng thẳng trong công việc và lương thưởng.	Lòng tin vào tổ chức

Nguyễn Thu Hà, Uông Thị Ngọc Lan(2021)	Lãnh đạo ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc	Lãnh đạo
Nguyễn Quốc Khánh và cộng sự (2022)	thu nhập và phúc lợi ảnh hưởng lớn nhất, tiếp đến lần lượt là điều kiện làm việc, quan hệ với đồng nghiệp, bản chất công việc	Tiền lương và phúc lợi
Trần Đức Thành (2023)	Mối quan hệ tốt giữa cấp lãnh đạo và nhân viên nhằm tạo ra môi trường làm việc thân thiện giữa những người lao động ở các đơn vị kinh doanh khách sạn	Lãnh đạo

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

1.2.2 Khoảng trống nghiên cứu

Các nhà nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng sự hài lòng trong công việc là điều kiện tiên quyết giúp cho người lao động phát huy khả năng của mình, điều này sẽ ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả hoạt động của tổ chức. Rất nhiều các khảo sát và nghiên cứu khác nhau cho thấy sự hài lòng trong công việc của nhân viên đóng vai trò then chốt trong thực hiện công việc (Drakopoulos & Grimani, 2013). Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn, sự hài lòng trong công việc là một trong những yếu tố quan trọng giúp các cơ sở kinh doanh khách sạn nâng cao uy tín, vị thế của mình và nó cũng là yếu tố cần thiết khiến nhân viên muốn nâng cao chất lượng làm việc của mình.

Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn, chủ đề sự hài lòng trong công việc đã được quan tâm thực hiện ở nhiều nghiên cứu tại nhiều nước khác nhau. Những nghiên cứu này có điểm chung là đều chỉ ra có nhiều nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên và đều chỉ ra có sự tác động của hài lòng trong công việc đến kết quả hoạt động của khách sạn. Tuy nhiên, các nghiên cứu trên thế giới hay ở Việt Nam mà tác giả được biết thường đi theo lối mòn nhất định về một nhóm các nhân tố ảnh hưởng như thu nhập, cơ hội phát triển, môi trường làm việc, mối quan hệ với đồng nghiệp, phong cách lãnh đạo. Các nghiên cứu này chỉ tập trung vào một số doanh nghiệp hoặc cơ sở kinh doanh khách sạn riêng biệt và chưa được

khai thác đủ sâu, chi tiết, đặc biệt cho đối tượng nhân viên các khách sạn trong nước ở Việt Nam. Do yêu cầu của xã hội, khách sạn và nhân viên ngày càng cao khiến cho công việc của nhân viên ngày càng chịu nhiều áp lực, dẫn tới căng thẳng. Trong hoàn cảnh này, khách sạn đóng vai trò quan trọng, là điểm tựa cho nhân viên tháo gỡ những áp lực, khó khăn, thách thức trong công việc. Do đó, lòng tin vào tổ chức và nhận thức về hỗ trợ của tổ chức trở thành những nhân tố quan trọng tác động đến sự hài lòng trong công việc.

Khoảng trống nghiên cứu mà tác giả nhận thấy sau khi tìm hiểu tổng quan được xác định là:

(1) Chủ đề sự hài lòng trong công việc của nhân viên chưa được đánh giá sâu rộng và chi tiết đặt trong bối cảnh đổi mới kinh doanh khách sạn.

(2) Nhân tố tác động trực tiếp đến sự hài lòng trong công việc là căng thẳng trong công việc và nhận thức về hỗ trợ của tổ chức rất ít được đề cập trong các đề tài nghiên cứu. Đặc biệt, nhân tố lòng tin vào tổ chức đóng vai trò là biến điều tiết chưa có nghiên cứu nào đề cập đến trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn ở Việt Nam.

(3) Phạm vi nghiên cứu của chủ đề hài lòng trong công việc chưa được thực hiện trên một quy mô rộng.

1.3 Định hướng nghiên cứu

Bài học từ các quốc gia trên thế giới cho thấy một hệ thống khách sạn vững mạnh trước hết cần phải có những chính sách đối với nhân viên, người lao động hoàn chỉnh, hợp lý, thống nhất. Các chính sách cần tập trung vào việc nâng cao sự hài lòng của nhân viên sẽ được nhân viên ủng hộ, dành được niềm tin cũng như sự hài lòng của viên trong khi làm việc.

Việc áp dụng các mô hình cải tiến sự hài lòng một cách hiệu quả, cần có sự cam kết thực hiện của lãnh đạo cấp cao trong khách sạn nhằm nâng cao nhận thức trong toàn bộ các đơn vị chuyên trách trong khách sạn về những gì bất hợp lý đang diễn ra đồng thời cũng cần có tin tưởng và chia sẻ thông tin trong toàn bộ tổ chức, giữa cấp trên và nhân viên, đồng nghiệp với nhau, nhân viên. Các mô hình nên thực hiện từng phần để có hiệu quả tốt nhất và thường xuyên đánh giá, kiểm tra. Cần tham

khảo ý kiến các chuyên gia hoặc có các đơn vị bên ngoài chuyên phụ trách, điều hành, theo dõi.

Do đó định hướng nghiên cứu sẽ là tập trung những nhân tố tác động trực tiếp đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên, luận án sẽ nghiên cứu tại 3 địa điểm Hà Nội,, thành phố Đà Nẵng, thành phố Hồ Chí Minh để tìm ra được những nhân tố tác động trực tiếp đến sự hài lòng của nhân viên khu vực đó.

CHƯƠNG 2 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG TRONG CÔNG VIỆC CỦA NHÂN VIÊN KHÁCH SẠN

2.1 Một số khái niệm có liên quan về khách sạn, nhân viên khách sạn và sự hài lòng trong công việc của nhân viên khách sạn .

2.1.1 Các khái niệm liên quan về khách sạn, nhân viên khách sạn

Du lịch là tổng thể các mối quan hệ và hiện tượng phát sinh từ việc đi lại và lưu trú của người không cư trú, với điều kiện là lần lưu trú này không tạo ra thời gian lưu trú lâu dài và từ lần lưu trú này không có bất kỳ hoạt động sinh lời nào.

Borocz khẳng định rằng “khái niệm du lịch như một hoạt động xuyên lịch sử hằng số của cuộc sống con người không hữu ích lắm”. Vì thế, đối với nhiều các nhà xã hội học, du lịch có thể được hiểu rõ hơn trong bối cảnh của tính hiện đại .

2.1.2 Sự hài lòng trong công việc của nhân viên khách sạn .

2.1.2.1 Tổng quan sự hài lòng trong việc của nhân viên

Có thể nhìn nhận nghiên cứu về sự hài lòng trong công việc được chia thành hai nhóm chính như sau:

Thứ nhất, nghiên cứu sự hài lòng theo các khía cạnh trong công việc. Sự hài lòng trong công việc được nhìn nhận theo các khía cạnh khác nhau trong công việc, có mối liên kết đến thái độ của nhân viên đối với công việc. Các nghiên cứu của Smith (2007), Trần Kim Dung (2005), Khwein (2015) cho rằng sự hài lòng theo các khía cạnh trong công việc là sự đánh giá của bản thân nhân viên về sự hài lòng dựa vào các phương diện khác nhau có liên quan đến công việc.

Thứ hai, nghiên cứu sự hài lòng tổng thể trong công việc. Đây là cách đánh giá chung về sự hài lòng bao trùm lên các đặc điểm liên quan đến công việc (Spector, 1997). Tác giả này cho rằng nếu người lao động hài lòng với công việc của mình họ sẽ yên tâm làm việc, gắn bó và cống hiến cho tổ chức. Sự hài lòng trong công việc rất quan trọng bởi vì hầu hết mọi người dành phần lớn cuộc sống của họ tại nơi làm việc, khi hài lòng trong công việc sẽ cảm thấy cuộc sống hạnh phúc. Sự hài lòng trong công việc là một yếu tố góp phần vào sự thành công của một tổ chức, đặc biệt là trong việc quản lý nguồn nhân lực.

2.2. Thang đo đánh giá sự hài lòng trong công việc của nhân viên

Sự hài lòng trong công việc có thể được đo lường trong các thành phần nhận thức (đánh giá), tình cảm (hoặc cảm xúc) và hành vi. Các nhà nghiên cứu cũng đã lưu ý rằng các thước đo sự hài lòng trong công việc khác nhau ở mức độ mà họ đo lường cảm nhận về công việc (sự hài lòng trong công việc) (Hirschfeld, 2000) hoặc nhận thức về công việc (nhận thức về sự hài lòng trong công việc) (Rai, 2017).

Sự hài lòng trong công việc được đánh giá ở tổng thể (xem cá nhân có hài lòng với công việc tổng thể hay không), hoặc ở cấp độ khía cạnh (liệu cá nhân có hài lòng với các khía cạnh khác nhau của công việc hay không). Nó được thể hiện đo lường ở đơn chiều hoặc đa chiều:

* Đo lường đánh giá sự hài lòng trong công việc đơn chiều: chỉ đánh giá một khía cạnh của công việc, chẳng hạn như trả lương hoặc nghỉ thai sản. Sự hài lòng trong công việc không đánh giá mức độ hài lòng hoặc hạnh phúc phát sinh từ các khía cạnh công việc cụ thể, mà đánh giá mức độ của các khía cạnh công việc là đạt yêu cầu so với mục tiêu mà họ đặt ra hoặc với các công việc khác (Nyamubi, 2017).

Sultana và cộng sự (2017), đã tiến hành một nghiên cứu về sự hài lòng trong công việc, kết luận rằng sự hài lòng trong công việc được đánh giá tốt nhất bằng cách sử dụng thước đo đơn mục. Trong một nghiên cứu khác cũng của tác giả này cho rằng cách tốt nhất để đánh giá sự hài lòng trong công việc là yêu cầu người lao động đánh giá một mục trên thang điểm 5. Tác giả này ủng hộ việc áp dụng các thước đo đơn lẻ về sự hài lòng trong công việc vì ba lý do chính: (a) các thước đo sự hài lòng đơn lẻ có tương quan cao với các thước đo tổng hợp (tức là các thang đo); (b) các hạng mục

đơn lẻ chiếm ít không gian hơn, tiết kiệm chi phí hơn và có thể được sử dụng để theo dõi sự hài lòng một cách thường xuyên; (c) các biện pháp đơn lẻ phổ biến hơn với những người quản lý chúng và có nhiều khả năng được nhân viên hoàn thành hơn. Ngoài ra, đã có tranh luận về việc liệu những người được hỏi có thể không đưa ra xếp hạng thấp hơn về mức độ hài lòng thực tế hay không (Shahidi, 2017).

Như vậy, những lập luận ủng hộ thước đo đơn mục khá thuyết phục, đặc biệt là liên quan đến các môi trường năng động và phức tạp như trường học nơi thời gian thường là nguồn lực quan trọng, các nhà nghiên cứu giường như bỏ qua chúng, hiếm khi sử dụng các công cụ chung một mục để đo lường mức độ hài lòng với công việc.

* Đo lường sự hài lòng trong công việc đa chiều: hai hoặc nhiều khía cạnh của công việc được đánh giá đồng thời.

Một đánh giá về các thước đo mức độ hài lòng trong công việc được sử dụng rộng rãi cho thấy rằng phần lớn các bảng câu hỏi là đa chiều Ví dụ: Chỉ số mô tả công việc (JDI, một bảng câu hỏi rất phổ biến trong khoa học tổ chức) bao gồm 18 mục. Bảng câu hỏi về sự hài lòng của Minnesota (Hirschfeld, 2000) đánh giá 20 khía cạnh của sự hài lòng trong công việc thông qua 100 mục. Tương tự, bảng câu hỏi về mức độ hài lòng trong công việc của nhân viên (Lester, 1987) đánh giá chín lĩnh vực khác nhau của sự hài lòng trong công việc: giám sát, đồng nghiệp, điều kiện làm việc, trả lương, trách nhiệm, công việc (bản thân), thăng tiến, an ninh và công nhận. Trong những trường hợp này, phương pháp tiếp cận đa chiều được ưu tiên vì: (a) có thể được đánh giá dễ dàng bằng cách sử dụng các chỉ số đo lường tâm lý tiêu chuẩn (ví dụ: độ tin cậy nội bộ); (b) có thể được sử dụng trong các phương pháp tiếp cận mô hình phương trình cấu trúc; (c) đưa ra một cách tiếp cận có cấu trúc của sự hài lòng trong công việc (Nagy, 2002). Ngoài ra, những người ủng hộ việc sử dụng các thước đo nhiều mục không xếp hạng mức độ hài lòng trong công việc có khả năng thấp hơn do việc bao gồm nhiều chiều là thiên vị "đúng", lập luận ngược lại rằng điểm số như vậy thể hiện sự đánh giá có cơ sở tốt hơn về nơi làm việc và là các biện pháp chủ quan đáng tin cậy hơn.

2.3 Tiêu chí đánh giá sự hài lòng trong công việc của nhân viên

2.3.1 Bản chất công việc

2.3.2 Cơ hội đào tạo và thăng tiến

2.3.3 Người lãnh đạo

2.3.4 Đồng nghiệp

2.3.5 Thu nhập

2.3.6 Các tiêu chí khác

2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên khách sạn

2.4.1. Nhận thức về hỗ trợ của tổ chức (Perceived Organizational Support)

Theo (Eisenberger, 2002) là sự công nhận của tổ chức (POS) của một tổ chức (POS). POS thường được coi là một đóng góp của tổ chức được trả cho nhân viên vì nhân viên có xu hướng thưởng và thưởng cho phần thưởng. POS cũng là một biểu hiện của sự tin tưởng của nhân viên rằng các tổ chức cực kỳ quan trọng đối với những đóng góp của họ và mang lại lợi ích cho họ (Robbins và Thâm phán, 2013).

2.4.2. Căng thẳng trong công việc (Work Stress/Occupational Stress)

Căng thẳng trong công việc (Work Stress hay Occupational Stress) là phản ứng tiêu cực về mặt thể chất và tâm lý của một cá nhân khi yêu cầu công việc vượt quá khả năng, nguồn lực hoặc nhu cầu của họ. Căng thẳng trong công việc có thể xuất phát từ áp lực công việc, môi trường làm việc không thuận lợi, xung đột vai trò hoặc sự thiếu kiểm soát trong công việc.

2.4.3. Lòng tin vào tổ chức (Organizational Trust)

2.4.3.1. Lòng tin vào tổ chức điều tiết mối quan hệ từ nhận thức về hỗ trợ của tổ chức lên sự hài lòng trong công việc của nhân viên khách sạn

Lòng tin vào tổ chức (Organizational Trust) là mức độ mà nhân viên, khách hàng, đối tác và các bên liên quan cảm thấy tin tưởng vào sự minh bạch, công bằng,

năng lực và đạo đức của tổ chức. Đây là yếu tố quan trọng trong việc duy trì sự gắn kết của nhân viên, cải thiện hiệu suất làm việc và xây dựng danh tiếng lâu dài.

2.4.3.2. Lòng tin vào tổ chức điều tiết mối quan hệ từ căng thẳng trong công việc lên sự hài lòng trong công việc của nhân viên khách sạn

Lòng tin đóng vai trò quan trọng trong giao tiếp và hợp tác giữa các cá nhân, có lòng tin làm cho sự giao tiếp sẽ cởi mở và dễ dàng hơn. Nếu không có lòng tin sẽ cản trở việc duy trì giao tiếp cởi mở và chân thành giữa những người quản lý và nhân viên. Lòng tin vào tổ chức là một yếu tố cần thiết để duy trì sự giao tiếp và cộng tác giữa những nhân viên với tổ chức của họ, thể hiện sự mong đợi mà tổ chức mang lại cho họ Khwein (2015).

2.4.4 Cơ hội thăng tiến trong công việc

Cơ hội thăng tiến trong công việc là khả năng mà một nhân viên có thể được nâng lên vị trí cao hơn, có trách nhiệm lớn hơn hoặc đạt được những lợi ích lớn hơn trong tổ chức. Sự thăng tiến có thể đến từ việc tăng chức vụ, mở rộng phạm vi công việc, hoặc có thêm các đặc quyền như tăng lương, đào tạo chuyên sâu, hay quyền ra quyết định.

Thăng tiến không chỉ là sự thay đổi về mặt địa vị mà còn là sự phát triển của cá nhân về kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm, cũng như mức độ ảnh hưởng trong tổ chức. Điều này đóng vai trò quan trọng trong động lực làm việc và sự gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp.

2.4.5 Cơ hội được đào tạo phát triển

Cơ hội được đào tạo thăng tiến của nhân viên là khả năng mà nhân viên có thể tiếp cận các chương trình đào tạo để nâng cao kỹ năng, kiến thức và kinh nghiệm, từ đó gia tăng cơ hội thăng tiến trong sự nghiệp. Việc đào tạo không chỉ giúp nhân viên cải thiện hiệu suất làm việc mà còn là một yếu tố quan trọng giúp họ đạt được các vị trí cao hơn trong tổ chức.

2.4.6 Chính sách đãi ngộ cho nhân viên

Chính sách đãi ngộ nhân viên là tập hợp các chế độ và quyền lợi mà doanh nghiệp cung cấp nhằm thu hút, giữ chân và tạo động lực cho nhân viên. Đãi ngộ không chỉ giới hạn trong tiền lương mà còn bao gồm các phúc lợi, cơ hội phát triển nghề nghiệp, và môi trường làm việc.

Chế độ đãi ngộ cho nhân viên là các chính sách của doanh nghiệp xây dựng, nhằm mục đích chăm lo cho người lao động cả về vật chất lẫn tinh thần, giúp lao động nâng cao tinh thần làm việc và cống hiến, đóng góp nhiều hơn nữa vào mục tiêu chung của doanh nghiệp.

2.5 Các nghiên cứu trong nước và quốc tế về những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên khách sạn

Trong nước, nghiên cứu "Đo lường mức độ thỏa mãn đối với công việc trong điều kiện của Việt Nam" của Trần Kim Dung (2005) đã áp dụng mô hình Chỉ số Mô tả Công việc (Job Descriptive Index - JDI) và đồng thời bổ sung thêm hai yếu tố quan trọng:

- Điều kiện làm việc: Bao gồm môi trường làm việc và cơ sở vật chất hỗ trợ cho công việc.
- Phúc lợi công ty: Các chế độ đãi ngộ và lợi ích bổ sung ngoài lương.

2.5.1. Lý thuyết trao đổi xã hội

2.5.2. Lý thuyết hai nhân tố của Herzberg (1968)

2.5.3. Lý thuyết sự hỗ trợ của tổ chức

2.5.4. Lý thuyết lòng tin vào tổ chức

2.5.5. Tháp nhu cầu Maslow (1943) - Abraham Maslow

2.5.6. Thuyết công bằng (Equity theory) của John Stacey Adams

CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG TRONG CÔNG VIỆC CỦA NHÂN VIÊN KHÁCH SẠN TẠI VIỆT NAM

3.1 Quá trình hình thành phát triển và kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn Việt Nam

3.1.1 Quá trình hình thành và phát triển khách sạn Việt Nam

Người Pháp đã đưa nghề kinh doanh khách sạn vào Việt Nam từ những năm 80 của thế kỷ 19 thông qua việc xây dựng những khách sạn đầu tiên tại Sài Gòn, sau đó là Hà Nội và Huế. Trong hành trình ngược dòng lịch sử để tìm kiếm khách sạn đầu tiên được xây dựng tại Việt Nam, Sài Gòn chính là nơi người Pháp đặt chân đến đầu tiên tại Việt Nam năm 1862 và nơi đây có thể cũng là nơi khách sạn đầu tiên tại Việt Nam được xây dựng. Đọc tại trang 295 cuốn sách Từ điển lịch sử của Thành phố Hồ Chí Minh của tác giả Justin Corfield, tìm được một dòng đáng chú ý như sau: “Có một số lượng nhất định du khách tới thăm Sài Gòn vào thời Pháp thuộc. Họ ở khách sạn Cosmopolitan, khách sạn Continental hoặc Hôtel de l’Univers.”

3.1.2. Kết quả của hoạt động kinh doanh khách sạn

Thị trường Khách sạn Việt Nam đã tạo ra doanh thu 2,69 tỷ USD trong năm hiện tại và sẵn sàng đạt tốc độ CAGR là 14% trong giai đoạn dự báo.

Việt Nam đón khoảng 3,5 triệu lượt khách quốc tế vào năm 2022. Theo báo cáo năm 2022 của Diễn đàn kinh tế thế giới, Chỉ số phát triển du lịch và lữ hành của Việt Nam năm 2021 đứng thứ 52, tăng 8 bậc so với năm 2019, đứng trong nhóm 3 quốc gia có mức cải thiện lớn nhất thế giới.

3.2 Phân tích thực trạng những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên khách sạn tại Việt Nam

3.2.1 Theo nghiên cứu định tính

3.2.2 Theo nghiên cứu định lượng sơ bộ

3.2.3. Theo nghiên cứu định lượng chính thức

3.3 Đánh giá thực trạng những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên khách sạn tại Việt Nam

3.3.1 Ưu điểm

Thông qua số liệu thu thập khảo sát, các ý kiến đánh giá của 748 nhân viên của 21 khách sạn trên địa bàn cả nước. Tác giả đã tổng hợp và phân tích các ý kiến đánh giá theo toàn bộ số liệu thu thập và theo mô hình nghiên cứu.

Qua bảng 3.5 cho thấy giá trị trung bình tổng thể của biến phụ thuộc hài lòng trong công việc của các nhân viên trường khách sạn công lập trên địa bàn Hà Nội là 3.27. Trong đó, giá trị trung bình của nhóm các nhân viên các khách sạn trong nước là 3.10, thấp hơn của các khách sạn quốc tế là 3.4

3.3.2 Hạn chế

Các nhân viên đa số hài lòng về những yếu tố mà khách sạn đang cung ứng cho các nhân viên làm việc tại nơi làm việc. Tuy nhiên, mức độ hài lòng của nhân viên trong khách sạn về những yếu tố này chưa cao và được thể hiện các chỉ tiêu đánh giá định lượng, định tính.

Một là sự căng thẳng trong công việc của nhân viên .

Hai là, nhiều nhân viên chưa nhận thức đầy đủ về các chính sách hỗ trợ của tổ chức, dẫn đến cảm giác bị bỏ rơi, căng thẳng và giảm động lực làm việc.

Ba là nhiều khách sạn ở Việt Nam, lòng tin của nhân viên vào tổ chức có thể bị suy giảm do nhiều yếu tố như chế độ đãi ngộ chưa hợp lý, môi trường làm việc căng thẳng hoặc thiếu sự minh bạch trong quản lý.

Bốn là là mức lương và phúc lợi của nhân viên còn hạn chế, ảnh hưởng đến động lực làm việc, chất lượng dịch vụ và khả năng giữ chân nhân sự.

Năm là môi trường làm việc vẫn tồn tại nhiều hạn chế, bao gồm sự thiếu thân thiện, căng thẳng, áp lực cao và thiếu tính chuyên nghiệp.

Sáu là công tác đào tạo và phát triển nghề nghiệp vẫn chưa được chú trọng đúng mức.

Bảy là các hoạt động xã hội và đội nhóm dành cho nhân viên vẫn chưa được chú trọng đúng mức.

Tám là chính sách khen thưởng và ghi nhận vẫn chưa được thực hiện một cách hiệu quả.

Chín là việc quan tâm đến nhân viên vẫn chưa được thực hiện đúng mức, dẫn đến tình trạng nhân viên cảm thấy không được thấu hiểu, mất động lực làm việc và tỷ lệ nghỉ việc cao.

Mười là việc ứng dụng công nghệ trong quản lý nhân viên vẫn còn hạn chế. Điều này dẫn đến tình trạng quản lý thủ công kém hiệu quả, mất nhiều thời gian và gây khó khăn trong việc điều hành khách sạn một cách chuyên nghiệp.

Mười một là sự linh hoạt trong công việc của nhân viên vẫn còn nhiều hạn chế.

3.3.3 Nguyên nhân hạn chế

3.3.3.1 Nguyên nhân chủ quan

Công tác tuyển dụng: Công tác tuyển dụng nhân viên tại các doanh nghiệp kinh doanh trong dịch vụ kinh doanh khách sạn chưa được hợp lý

Công tác đào tạo và phát triển lao động: công tác đào tạo và bồi dưỡng phát triển nhân viên bị thiếu sự quan tâm, các buổi đào tạo ít hơn so với những kế hoạch đào tạo lao động các năm trước.

Chế độ đãi ngộ: do hoạt động kinh doanh bị ảnh hưởng nên chi phí để trả cho nhân viên cũng bị ảnh hưởng, xảy ra tình trạng chậm lương, nợ lương, thưởng các ngày lễ tết trong năm cũng giảm bớt và ít đi.

3.3.3.2 Nguyên nhân khách quan

Do chính phủ chưa ban hành nhiều những chính sách hỗ trợ chuyên sâu cho nhân viên kinh doanh khách sạn. Chưa có cơ quan kiểm định, đánh giá sự hài lòng của nhân viên khách sạn là gì .

CHƯƠNG 4 GIẢI PHÁP PHÁT HUY NHỮNG YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG TRONG CÔNG VIỆC CỦA NHÂN VIÊN KHÁCH SẠN TẠI VIỆT NAM

4.1. Mục tiêu, định hướng phát huy những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên khách sạn tại Việt Nam

4.1.1 Mục tiêu

4.1.2. Định hướng

4.1.2.1. Định hướng phát triển chung

4.1.2.2 Định hướng nâng cao lòng tin vào tổ chức

4.1.2.3 Định hướng nâng cao nhận thức về hỗ trợ của tổ chức

4.2 Các tiêu chí để xếp hạng khách sạn

4.2.1 Yêu cầu chung

Vị trí, kiến trúc

– Vị trí : Khách sạn phải được xây dựng cách bệnh viện, trường học ít nhất 100 mét căn cứ vào ranh giới giữa hai cơ sở; không được nằm trong hoặc liền kề khu vực quốc phòng, an ninh và các mục tiêu cần được bảo vệ theo quy định hiện hành.

– Thiết kế kiến trúc:

– Hệ thống điện :

– Trang thiết bị phòng cháy, chữa cháy : Có hệ thống báo cứu hoả và phương tiện phòng cháy, chữa cháy.

– Phòng vệ sinh công cộng : có trang bị máy hơ tay, hoặc khăn tay, giấy lau tay.

Dịch vụ và mức độ phục vụ

Các dịch vụ được qui định theo từng hạng khách sạn và phải luôn sẵn sàng phục vụ.

Nhân viên phục vụ

– Về nghiệp vụ : Những người quản lý và nhân viên phục vụ phải qua đào tạo và bố trí theo đúng nghiệp vụ chuyên môn.

– Về sức khoẻ : Những nhân viên phục vụ phải qua kiểm tra sức khoẻ (có giấy chứng nhận).

– Về trang phục : Những người quản lý và nhân viên phục vụ phải mặc đồng phục đúng theo quy định của khách sạn đối với từng chức danh và từng bộ phận dịch vụ trong thời gian làm việc tại khách sạn.

4.3 Một số giải pháp phát huy những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên khách sạn tại Việt Nam

4.3.1. Giảm thiểu sự căng thẳng trong công việc

Kết quả nghiên cứu cho thấy, nguyên nhân gây ra căng thẳng đều xuất phát từ các phía: từ phía nhân viên ; từ phía thông tin, môi trường làm việc; từ phía công việc và cách điều hành quản lý của khách sạn và từ phía cá nhân nhân viên. Do đó để làm giảm thiểu sự căng thẳng trong công việc cần có những tác động vào các khía cạnh này.

4.3.2. Nâng cao nhận thức về hỗ trợ của tổ chức.

Để nâng cao nhận thức về hỗ trợ của tổ chức, về phía cơ sở kinh doanh khách sạn cần quan tâm đến mục tiêu và giá trị của nhân viên, quan tâm đến hạnh phúc, đến khó khăn nhân viên gặp phải trong công việc, hỗ trợ khó khăn trong cuộc sống cho nhân viên, coi trọng giá trị mà nhân viên mang lại cho khách sạn và coi mỗi nhân viên là một thành viên quan trọng.

4.3.3. Nâng cao lòng tin vào tổ chức

Để nâng cao lòng tin vào khách sạn, cần quan tâm đến các khuyến nghị sau:

- Cần phải xây dựng văn hóa tập thể trong khách sạn, đồng nghiệp tương trợ lẫn nhau, cấp trên hỗ trợ cấp dưới, tạo điều kiện thuận lợi để cấp dưới hoàn thành nhiệm vụ.

- Cần tổ chức các khóa đào tạo về lĩnh vực quan hệ con người để cải thiện quan hệ giữa cấp trên và cấp dưới nhằm xây dựng lòng tin và mối quan hệ tốt đẹp giữa các nhân viên và các nhà quản lý.

4.3.4 Cải thiện mức lương và phúc lợi

Ban lãnh đạo đánh giá lại chính sách lương: Cần thực hiện việc đánh giá lại mức lương hiện tại so với thị trường và ngành nghề, đặc biệt là các khách sạn 5 sao và các chuỗi khách sạn quốc tế. Mức lương cần phải cạnh tranh để thu hút và giữ chân nhân viên tài năng.

4.3.5 Tạo môi trường làm việc thân thiện và chuyên nghiệp

Thúc đẩy môi trường làm việc hòa đồng và thân thiện: Lãnh đạo cần xây dựng một môi trường nơi nhân viên có thể trao đổi ý tưởng và phản hồi mà không sợ bị chỉ trích. Điều này giúp tạo sự tin tưởng và giảm căng thẳng trong công việc. Khuyến khích sự giao tiếp cởi mở và minh bạch giữa các cấp bậc trong khách sạn. Tạo cơ hội cho nhân viên giao lưu, chia sẻ ý tưởng và phản hồi một cách xây dựng.

4.3.6 Đào tạo và cơ hội phát triển nghề nghiệp

Chương trình đào tạo liên tục: Cung cấp các khóa đào tạo kỹ năng chuyên môn và kỹ năng mềm cho nhân viên, từ lễ tân, phục vụ bàn đến quản lý cấp cao. Việc này không chỉ giúp nhân viên nâng cao tay nghề mà còn cảm thấy được đầu tư và phát triển trong công việc.

Chương trình thăng tiến rõ ràng: Cần xây dựng lộ trình thăng tiến minh bạch và rõ ràng để nhân viên biết được hướng đi của mình trong công ty. Điều này giúp họ cảm thấy động lực và có mục tiêu dài hạn trong công việc.

4.3.7 Tạo cơ hội tham gia vào các hoạt động xã hội và đội nhóm

Tổ chức các sự kiện thể thao và giải trí cho nhân viên như giải thể thao nội bộ: Các hoạt động như bóng đá, bóng chuyền, cầu lông hay chạy bộ có thể tạo cơ hội để nhân viên giao lưu và làm việc nhóm, đồng thời cải thiện sức khỏe và giảm căng thẳng. Những sự kiện thể thao không chỉ nâng cao sức khỏe mà còn giúp nhân viên phát triển khả năng làm việc nhóm, tinh thần đồng đội và đoàn kết.

Tổ chức các buổi giao lưu, hội thảo chia sẻ kinh nghiệm, giao lưu giữa các bộ phận trong khách sạn: Một hoạt động phổ biến nhưng rất hiệu quả là tổ chức các buổi giao lưu giữa các bộ phận trong khách sạn, giúp nhân viên từ các bộ phận khác nhau hiểu và tôn trọng công việc của nhau. Điều này giúp giảm bớt những xung đột tiềm ẩn và tăng cường sự đoàn kết.

4.3.8 Lắng nghe và chăm sóc nhu cầu nhân viên

Xây dựng hệ thống lắng nghe nhân viên hiệu quả

Tạo các kênh phản hồi chính thức như hộp thư góp ý, khảo sát định kỳ, email nội bộ hoặc ứng dụng phản hồi trực tuyến.

Tổ chức các buổi đối thoại định kỳ giữa ban lãnh đạo và nhân viên để họ có cơ hội trình bày khó khăn và đề xuất cải thiện.

Khuyến khích văn hóa giao tiếp cởi mở, giúp nhân viên tự tin bày tỏ quan điểm mà không sợ bị phán xét hay trừng phạt.

Lắng nghe phản hồi và hành động: Cần có một hệ thống tiếp nhận và giải quyết ý kiến phản hồi từ nhân viên để họ cảm thấy công ty thật sự quan tâm và sẵn sàng cải thiện môi trường làm việc.

4.3.9 Sử dụng công nghệ trong quản lý công việc

Việc sử dụng công nghệ trong quản lý công việc không chỉ giúp tăng hiệu quả công việc mà còn cải thiện trải nghiệm của nhân viên khách sạn, từ đó nâng cao sự hài lòng. Các giải pháp công nghệ giúp tự động hóa quy trình, giảm thiểu sai sót, tiết kiệm thời gian, đồng thời tạo ra môi trường làm việc thông minh và hiện đại.

Ứng dụng phần mềm quản lý công việc: Sử dụng công nghệ để quản lý và phân công công việc hiệu quả giúp giảm bớt khối lượng công việc thủ công, tiết kiệm thời gian, và nâng cao năng suất làm việc.

4.3.10 Tăng cường sự linh hoạt trong công việc

Tăng cường sự linh hoạt trong công việc là một yếu tố quan trọng để nâng cao sự hài lòng của nhân viên khách sạn tại Việt Nam. Công việc trong ngành khách sạn thường đòi hỏi thời gian làm việc không cố định, áp lực cao và khối lượng công việc lớn. Tuy nhiên, sự linh hoạt giúp nhân viên cảm thấy thoải mái hơn, cải thiện chất lượng công việc và cân bằng giữa công việc và cuộc sống cá nhân.

4.4 Kiến nghị

4.4.1. Đối với trong nước

Đối với các sở ban ngành

Một là, tăng cường quảng bá hình ảnh du lịch Việt Nam đến du khách quốc tế:

Thứ hai, xây dựng các trung tâm hướng dẫn du lịch Việt Nam. Các trung tâm có vai trò hướng dẫn các thông tin cần thiết cho khách du lịch như phương tiện giao thông, khách sạn, nhà hàng, các địa điểm du lịch. Việc cung cấp thông tin giúp cho khách du lịch thuận lợi hơn khi đến tham quan, nghỉ dưỡng ở Việt Nam.

Thứ ba, sử dụng các phương tiện công nghệ thông tin hiện đại như website giới thiệu về du lịch Việt Nam, facebook, Zalo, kênh Youtube.. để đăng tải các thông tin về du lịch Việt Nam. Bên cạnh, giới thiệu về các tài nguyên thiên nhiên, các chuỗi khách sạn cao cấp cần được quảng bá để du khách biết và lựa chọn.

4.4.2. Đối với tổ chức kinh doanh khách sạn tại Việt Nam

Hiện nay, nhiều khách sạn tại Việt Nam chưa có chính sách lương, thưởng và phúc lợi đủ hấp dẫn để giữ chân nhân viên. Một số vấn đề phổ biến gồm:

Mức lương cơ bản thấp, chưa tương xứng với khối lượng công việc và áp lực công việc trong ngành dịch vụ. Tiền thưởng không rõ ràng hoặc không được đảm bảo, khiến nhân viên thiếu động lực làm việc. Chính sách phúc lợi còn hạn chế, ít có hỗ trợ về bảo hiểm, nhà ở, phương tiện đi lại, chế độ ăn uống.

Thiếu các khoản phụ cấp cho ca đêm, ngày lễ, cuối tuần, khiến nhân viên cảm thấy không công bằng. Những bất cập này dẫn đến tỷ lệ nghỉ việc cao, nhân viên thiếu động lực làm việc lâu dài, ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ khách hàng.

KẾT LUẬN

Nghiên cứu về hài lòng trong công việc là một chủ đề được các nhà khoa học trên thế giới rất quan tâm và đã được nghiên cứu trong một thời gian dài, có nhiều kết quả khoa học đã được công bố trên các tạp chí chuyên ngành uy tín. Chủ đề nghiên cứu sự hài lòng trong công việc của nhân viên, đặc biệt là các nhân viên trong khách sạn trên cả nước trong bối cảnh hoạt động kinh doanh cơ sở lưu trú đang có đổi mới như hiện nay chưa được nghiên cứu một cách sâu sắc. Trong những năm gần đây, các yếu tố kinh tế và toàn cầu hóa đã tác động trực tiếp và gián tiếp đến mọi khía cạnh của cuộc sống, công việc của người lao động. Đặc biệt những người lao động thuộc lĩnh vực dịch vụ như các nhân viên trong môi trường hoạt động phục vụ tại khách sạn cũng đều nhận thấy những áp lực từ công việc làm ảnh hưởng đến hài lòng trong công việc.

Thực tế cho thấy trong bối cảnh đổi mới mô hình kinh doanh cơ sở lưu trú tại Việt Nam, các khách sạn trên cả nước đang tăng cường các giải pháp nâng cao chất lượng phục vụ, cơ sở vật chất, sáng tạo sản phẩm kinh doanh mới và định hướng trở thành các khách sạn chất lượng cao theo chuẩn mực quốc tế. Cùng với đó là tập trung phát huy tối đa nguồn lực con người đặc biệt là đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn sâu, giỏi ngoại ngữ, có năng lực và khả năng phục vụ khách quốc tế, đòi hỏi đội ngũ nhân viên phải tham gia đào tạo và tự đào tạo không ngừng để nâng cao năng lực chuyên môn đáp ứng được các tiêu chuẩn mới của nhân viên nhằm tham gia đóng góp nâng cao chất lượng phục vụ và sự phát triển chung của các cơ sở kinh doanh lưu trú. Trước những yêu cầu cao xuất phát từ chính bản thân công việc, khách sạn, khách hàng và xã hội đã ảnh hưởng lớn đến hài lòng trong công việc của nhân viên.

Trước bối cảnh trên, luận án đã trọng tâm nghiên cứu về thực trạng hài lòng trong công việc và nghiên cứu hai nhân tố tác động trực tiếp đến hài lòng trong công việc của nhân viên là nhận thức về hỗ trợ của tổ chức, căng thẳng trong công việc và nhân tố điều tiết là lòng tin vào tổ chức. Thông qua phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng, tác giả đã thu thập dữ liệu thứ cấp và sơ cấp qua khảo sát 748 nhân viên thuộc 21 cơ sở kinh doanh khách sạn trên địa bàn cả nước để làm cơ sở cho việc kiểm định các giả thuyết nghiên cứu.

Kết quả nghiên cứu đã cho thấy nhân tố nhận thức về hỗ trợ của tổ chức tác động thuận chiều đến hài lòng trong công việc, nhân tố căng thẳng trong công việc tác động ngược chiều và nhân tố lòng tin vào tổ chức điều tiết thuận chiều mối quan hệ từ nhận thức về hỗ trợ của tổ chức lên hài lòng trong công việc, tác động điều tiết ngược chiều mối quan hệ từ căng thẳng trong công việc lên hài lòng trong công việc.

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, tác giả có những đề xuất, khuyến nghị với ban lãnh đạo khách sạn, các đồng nghiệp và tổ chức xã hội nhằm thiết lập cơ chế, chính sách để nâng cao sự hài lòng trong công việc cho nhân viên khách sạn, từ đó nâng cao chất lượng kinh doanh cơ sở lưu trú, tăng uy tín cho khách sạn, đào tạo được đội ngũ lao động phù hợp với nhu cầu xã hội.

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU KHOA HỌC ĐÃ

ST T	Tên bài báo	Tên tạp chí, hội nghị/cấp quản lý đề tài	Năm công bố/nghiệm	Chỉ số ISSN/ISBN	Ghi chú
1	Nâng cao chất lượng hoạt động kinh doanh khách sạn	Tài chính doanh nghiệp	Số 12/2021	1859-3887	
2	Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng đào tạo sinh viên Khoa du lịch- Trường Đại học kinh doanh và công nghệ Hà Nội	Kinh doanh và công nghệ	Số 34/2023	2615-9414	
3	Cơ hội của nhân lực ngành du lịch: Góc nhìn từ thị trường khách Đài Loan (Trung Quốc) đến Việt Nam	Kinh tế dự báo	Số 04 Tháng 2/2024(867)	1859-4972	
4	Khai thác tài nguyên du lịch nhân văn phục vụ phát triển du lịch tỉnh Hưng Yên	Kinh tế dự báo	Số 06 Tháng 3/2024	1859-4972	
5	Khai thác tài nguyên du lịch nhân văn để phát triển du lịch tỉnh Thái Bình	Kinh doanh và công nghệ	Số 41/2024	2615-9414	
6	Ứng dụng công nghệ số để phát triển du lịch bền vững tại Hà Nội	Tài chính	Kỳ 2- tháng 5/2024(825)	2615-8973	
7	Thực trạng và giải pháp quản trị chất lượng nhân sự khách sạn tại Lào Cai	Kinh doanh và công nghệ	Số 48/2025	2615-9414	
8	Một số giải pháp nâng cao chất lượng nhân sự buồng phòng trong khách sạn nhằm phát triển du lịch thân thiện halal tại Quảng Ninh	NXB Tài chính	2025	978-604-7 9-5037-9	
9	Một số giải pháp nâng cao chất	NXB Khoa học	2025	978-604-6	

	lượng phục vụ của nhân viên hàng không Việt Nam	và kỹ thuật		7-3387-4	
10	Một số giải pháp nâng cao sự hài lòng trong công việc của nhân viên khách sạn tại Thành phố Hồ Chí Minh	NXB Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh	2025	978-604-346-459-7	
11	Nâng cao kỹ năng mềm cho đội ngũ nhân viên tại các công ty lữ hành ở Hà Nội	Quản lý nhà nước	2025	e-2815-5831	