

ẢNH HƯỞNG CỦA VỐN TÂM LÝ VÀ ĐỘNG LỰC LÀM VIỆC ĐẾN SỰ GẮN KẾT CÔNG VIỆC CỦA NHÂN VIÊN NGÀNH DỊCH VỤ NHÀ HÀNG TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● TRẦN GIA HUY

TÓM TẮT:

Nghiên cứu xác định được sự ảnh hưởng của vốn tâm lý và động lực làm việc đến sự gắn kết công việc của nhân viên ngành Dịch vụ nhà hàng tại Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM). Kết quả nghiên cứu cho thấy cả bốn (04) yếu tố thuộc vốn tâm lý, gồm: Sự tự tin; Sự kiên trì; Sự hi vọng và Sự lạc quan đều có tác động cùng chiều đối với sự gắn kết công việc. Yếu tố động lực làm việc có tác động cùng chiều với sự gắn kết công việc của nhân viên. Nghiên cứu cũng đề xuất các hàm ý quản trị có thể sử dụng nhằm giúp tăng cường sự gắn kết công việc của nhân viên thuộc ngành Dịch vụ nhà hàng.

Từ khóa: vốn tâm lý, động lực làm việc, sự gắn kết công việc, nhân viên ngành Dịch vụ nhà hàng, Thành phố Hồ Chí Minh.

1. Đặt vấn đề

Xuất phát điểm của khái niệm “vốn tâm lý” là từ bộ môn tâm lý học, dần dần nó trở thành một đề tài được nghiên cứu phổ thông trong lĩnh vực quản trị học, thậm chí là trong cả lĩnh vực xã hội học. Hiện tại, theo nhiều nghiên cứu cho thấy chúng ta có thể vận dụng vốn tâm lý theo nhiều cách khác nhau, nhưng cơ bản cụm từ này cho chúng ta biết được về “trạng thái tích cực của cá nhân” (Luthans và các cộng sự, 2007). Một sự thật khá hiển nhiên là bất cứ ai có được vốn tâm lý tích cực, người đó sẽ đạt được lợi thế nhất định trong bất cứ lĩnh vực nào.

Một chỉ số khác cũng không kém phần quan trọng đối với tiêu chuẩn của quản trị học/quản trị nhân sự chính là “Sự gắn kết công việc”. Nhìn nhận dưới lăng kính cá nhân, sự gắn kết thể hiện sự an toàn và hài lòng, yếu tố trung thành của nhân viên, hành vi của từng cá thể nhân viên dưới tầm bao quát một tổ chức. Nhìn nhận dưới khía cạnh tổ chức, sự gắn kết tác động mạnh mẽ đến năng suất và sự hài lòng của khách hàng, chỉ số lợi nhuận và sự thành bại trong kinh doanh. Thêm vào đó, vốn tâm lý của nhân viên và công việc có một mối liên hệ chặt chẽ tác động trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của nhà hàng.

Các nghiên cứu đã từng thực hiện trước đây chỉ ra rằng, vốn tâm lý cũng ảnh hưởng đến sự tự tin, sự hài lòng, hạnh phúc và sự gắn kết hay nỗ lực làm việc của nhân viên. Bởi khi nhân viên vui vẻ, họ sẽ cảm thấy yêu đời hơn, say mê và nỗ lực hơn cho công việc, trên tinh thần đoàn kết, họ được truyền cảm hứng và cùng nhau vượt qua thử thách, hướng tới mục tiêu chung của tổ chức.

Nếu phải chỉ rõ đặc thù của ngành Nhà hàng, chúng ta phải đề cập đến tính chất của người lao động. Theo đó, lao động làm tại nhà hàng thường sẽ là người lao động bán thời gian hoặc lao động phổ thông, họ chấp nhận mức lương ở mức độ vừa phải, phụ thuộc vào mặt bằng của doanh nghiệp và mặt bằng thị trường. Vậy vấn đề đặt ra ở đây là người quản trị cần phải khéo léo nhất trong việc sử dụng đội ngũ lao động và biến họ thành những người cộng tác tin tưởng được dù trong hoàn cảnh nào.

Nhìn lại bức tranh về nhân lực ngành Dịch vụ nhà hàng trong năm 2022 và những tháng đầu năm 2023 của Việt Nam có vẻ như vẫn chưa có tín hiệu khả quan nào đáng kể.

Nhìn vào thực tế hiện nay cho thấy, ngành Dịch vụ nhà hàng đang trong giai đoạn chạy đua tuyển dụng, hay còn gọi là "đại tuyển dụng". Trong số những người lao động ngành Dịch vụ nhà hàng trên địa bàn TP.HCM bị mất việc, có tới 45% trả lời mong muốn tiếp tục làm việc trong ngành Dịch vụ nhà hàng. Do đó, nếu biết tận dụng khéo léo những lời khuyên về quản trị có thể sẽ thu hút và giữ chân người lao động tốt hơn.

Nghiên cứu này muốn biết được mức độ ảnh hưởng của vốn tâm lý đến động lực làm việc, cũng như sự gắn kết, cam kết làm việc của cán bộ nhân viên tại TP. HCM trong lĩnh vực Dịch vụ nhà hàng giai đoạn kinh tế có nhiều khó khăn kéo dài từ năm 2021 đến hiện nay, từ đó đúc kết những bài học quản trị có ý nghĩa cho cả người lao động và người tuyển dụng, người sử dụng lao động dựa trên căn cứ kết quả nghiên cứu này.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái niệm động lực trong công việc

Động lực là thuật ngữ chỉ một khái niệm về quá trình từ lúc khởi đầu, sau đó tiến tới việc định hướng và liên tục thực hiện các hành vi có mục đích rõ ràng nhằm giúp ta hoàn thành mục tiêu. Động lực từ bên trong là dạng động lực xuất phát khi chúng ta hành động mà không cần đến bất cứ phần thưởng nào hay không chịu sự áp lực, đe dọa nào từ bên ngoài.

Ngược với động lực từ bên trong, động lực từ bên ngoài cũng là một yếu tố cực kỳ quan trọng cần phải bàn đến. Động lực từ bên ngoài là dạng động lực có sự tác động và khởi tạo có liên quan đến những phần thưởng hoặc là sức ép, hình phạt từ bên ngoài tác động. Như vậy, rõ ràng 2 loại động lực nêu trên sẽ là tổng hòa tốt nhất có khái niệm động lực trong công việc.

Về phía người lao động, những động lực này kích thích con người làm việc với năng suất và động lực tốt nhất, thậm chí ở nhiều trường hợp, họ có thể vượt lên bản năng của mình và chinh phục những thử thách mới. Về phía người quản trị, động lực được xây dựng bằng phương pháp nào, nền tảng như thế nào là một bài toán quan trọng cần phải cân nhắc nếu muốn nó tác động hiệu quả đến người lao động.

Dựa theo nhiều báo cáo khoa học ở trong và ngoài nước đã chứng minh động lực là một trong những yếu tố quan trọng quyết định việc nhân viên làm việc có hiệu quả hay không, hoặc nhân viên có quyết định gắn bó với tổ chức, hay quyết định nghỉ việc của họ. Do không có sự nhất trí giữa các nhà nghiên cứu trong việc đo lường nên có những sự khác biệt trong kết quả. Đây cũng là một yếu tố để tiếp tục có thêm nhiều nghiên cứu về vấn đề này. Nghiên cứu về động lực trong công việc là nghiên cứu những cách thức dẫn đến sự thành công cho nhân viên, sự hài lòng cho nhân viên khi đang tham gia hoạt động của công ty; nghiên cứu cả về những cách thức tạo nên động lực từ bên trong và bên ngoài.

2.2. Khái niệm vốn tâm lý (Psychological Capital)

Vốn tâm lý và ý nghĩa bản chất của nó đã bắt đầu được thảo luận từ đầu những năm 1990, bởi các tác giả nổi bật như: Law (1998); Hobfoll (2002); Luthans (2004); hay như Luthans và cộng sự (2007).

Như chúng ta đều biết, vốn tâm lý được hiểu theo nhiều cách. Đầu tiên, Avey và cộng sự (2009) cho rằng, vốn tâm lý là những trạng thái tâm lý tích cực trong bản chất con người đồng hành cùng sự phát triển bản thân. Vận dụng khái niệm về vốn tâm lý có thể giúp bản thân hiểu được mình là ai và mình có thể chạm được đến ngưỡng phát triển nào (Avolio và Luthans, 2006).

Một nghiên cứu khác của tác giả Luthans cho rằng vốn tâm lý đặc trưng bởi: (i) thái độ lạc quan đối với thực tại đang diễn ra và yếu tố tương lai chưa xác định; (ii) kiên trì với kế hoạch đã đặt ra và thậm chí có thể đảo ngược các kế hoạch nhằm hướng đến kết quả tốt nhất cuối cùng; (iii) giải quyết với các khó khăn hiện diện và vượt qua chúng để thành công (Luthans và cộng sự, 2007).

Tổng hợp từ các nghiên cứu trước đây, ta nhận thấy vốn tâm lý bao gồm các yếu tố sau: (i) Niềm hy vọng (Snyder và cộng sự, 1996); (ii) Sự kiên trì (Wagnild và Young, 1993), (iii) Sự lạc quan (Scheier và Carver, 1985) và (iv) cuối cùng là Sự tự tin (Parker và cộng sự, 1998). Luthans và cộng sự (2007) đã thu thập ý kiến của các tác giả trên và đề xuất 4 thành phần của vốn tâm lý. Những yếu tố này có quan hệ thuận chiều với động lực làm việc và sự gắn kết công việc.

Tóm lại, vốn tâm lý là một thước đo bao gồm các thước đo thứ cấp của nó và những thước đo thứ cấp này có thể được quy cho các yếu tố khác nhau của chủ sở hữu, chẳng hạn như thái độ làm việc, hành vi của nhân viên hoặc tác động của họ đến kết quả công việc.

Trong nghiên cứu này, niềm hy vọng, sự lạc quan, sự kiên trì và sự tự tin vào năng lực của bản

thân được tác giả sử dụng như là những thước đo hình thành nên của vốn tâm lý. Chúng ta xem xét đặt các yếu tố này trong mô hình nghiên cứu mối quan hệ giữa động lực làm việc và sự gắn kết với công việc và xem xét liệu các yếu tố vừa nêu trên có thay đổi trong một nghiên cứu về cán bộ nhân viên đang làm việc trong lĩnh vực nhà hàng tại TP. HCM hay không.

2.3. Khái niệm về sự gắn kết công việc

Kahn (1990) đã đi tiên phong trong việc nghiên cứu về sự gắn kết công việc, trong đó những nhân viên gắn bó với việc cống hiến toàn bộ tâm trí, kiến thức và thậm chí cả cơ thể của họ để làm việc. Britt (1999; 2003) định nghĩa tham gia công việc là trách nhiệm cá nhân và cam kết làm việc. Nhân viên khi làm việc đều tập trung hoàn thành công việc.

Ashley Braganza (2019) đã nghiên cứu tác động của định hướng nghề nghiệp đến vốn tâm lý và sự hài lòng trong công việc. Định hướng nghề nghiệp có tác động tích cực đến năng lực tâm lý của nhân viên. Hiệu suất tinh thần đóng góp tích cực cho cuộc sống của nhân viên và tăng sự hài lòng trong công việc của nhân viên.

Luthans và các cộng sự (2007) đã thực hiện nghiên cứu trên tổng số lượng 422 quan sát. Những người này tại thời điểm khảo sát đang làm việc tại 3 nhà máy ở Trung Quốc. Cán bộ nhân viên ở các nhà máy này có vốn tâm lý liên quan đến sự gắn kết căn cứ vào yếu tố lương thưởng.

Nghiên cứu của Sema và Asuman (2014) có tổng cộng 361 người công nhân thuộc các ngành nghề khác nhau được khảo sát. Kết quả nghiên cứu cho thấy vốn tâm lý tác động và sự gắn kết công việc có tác động trực tiếp với nhau.

2.4. Một số nghiên cứu tại Việt Nam

Trong nghiên cứu của mình vào năm 2013, tác giả Phan Quốc Dũng đã nghiên cứu về “Sự trung thành của nhân viên với tổ chức ở các doanh nghiệp trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh”. Tác giả đưa ra kết luận, người lao động và mức độ trung thành đối với đơn vị bị chi phối bởi câu chuyện liên quan

đến: thu nhập, sự phù hợp trong khả năng công việc, môi trường làm việc, khen thưởng và quan trọng là mức độ tin tưởng cho sự tự chủ trong công việc như thế nào.

Bài nghiên cứu của Hà Nam Khánh Giao và cộng sự (2020) được thu thập từ nguồn dữ liệu 378 mẫu là CBNV, những người đang làm việc tại các nhà hàng trên địa bàn TP. HCM (chỉ nhắm vào các nhà hàng được gắn nhãn 3 sao trở lên). Bài nghiên cứu đã thành công xác định được yếu tố tính cách cá nhân, vốn tâm lý và sự gắn kết của nhân viên. Với nghiên cứu của mình, tác giả đã đúc kết được 4 yếu tố cấu thành vốn tâm lý có tác động dương cùng chiều đến sự gắn kết.

2.5. Mô hình nghiên cứu

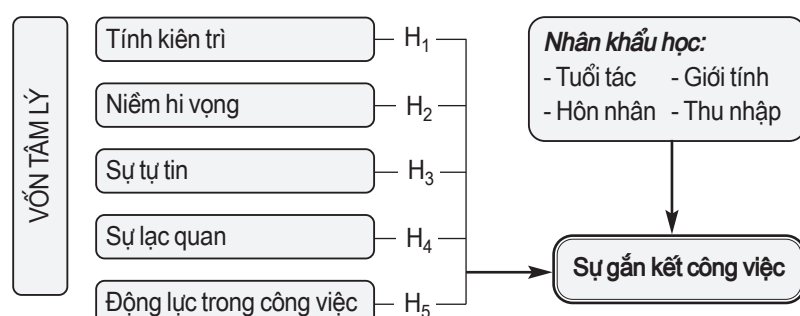
Từ việc tham khảo từ nguồn dữ liệu tổng quát và các bài nghiên cứu có liên quan, mô hình nghiên cứu cho đề tài này được đề xuất bao gồm 5 biến độc lập: sự tự tin, sự hy vọng, sự kiên trì, sự lạc quan, động lực trong công việc và biến phụ thuộc là sự gắn kết công việc. Ngoài ra, mỗi cá nhân ở mỗi độ tuổi khác nhau và kinh nghiệm làm việc khác nhau sẽ có mức vốn tâm lý khác nhau. Vậy nên, tác giả cũng đưa các biến nhân khẩu học với mục đích đo lường sự tác động của các biến này đến ý định nghỉ việc của nhân viên. (Hình 1)

Các giả thuyết nghiên cứu:

H1: Động lực trong công việc có tác động cùng chiều với sự gắn kết công việc.

H2: Sự tự tin tác động cùng chiều lên sự gắn kết công việc.

Hình 1; Mô hình nghiên cứu đề xuất, 2023



H3: Sự lạc quan tác động cùng chiều lên sự gắn kết công việc.

H4: Sự hy vọng tác động cùng chiều lên sự gắn kết công việc.

H5: Sự kiên trì tác động cùng chiều lên sự gắn kết công việc.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Tiến trình nghiên cứu

Nghiên cứu thực hiện qua 2 giai đoạn:

Giai đoạn 1: Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện thông qua nghiên cứu định tính kết hợp cùng với kỹ thuật thảo luận nhóm với 7 nhân viên quản lý nhà hàng đã và đang làm việc tại các nhà hàng được chọn tại TP. HCM để khám phá, điều chỉnh và bổ sung thang đo cho phù hợp (thực tế phỏng vấn được 6 nhân viên quản lý). Ngoài ra, bài nghiên cứu còn sử dụng phương pháp điều tra xã hội học để triển khai bước nghiên cứu chính thức của đề tài.

Giai đoạn 2: Nghiên cứu chính thức sẽ được thực hiện theo phương pháp định lượng: lấy mẫu trực tiếp bằng bảng câu hỏi khảo sát. Dữ liệu sau khi thu thập sẽ được xử lý bằng phần mềm SPSS 22.0 nhằm đánh giá độ tin cậy thông qua phân tích Cronbachs Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA: kiểm định Bartlett, hệ số KMO, phân tích tương quan Pearson, phân tích hồi quy, kiểm định T-test, phương sai một yếu tố ANOVA.

3.2. Mẫu và đối tượng khảo sát

Tác giả đã sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên, lựa chọn thực hiện trên các đối tượng dễ dàng tiếp cận, toàn bộ là các nhân viên ngành dịch vụ nhà hàng đang làm việc tại TP. HCM.

3.3. Quá trình thu thập dữ liệu

Tác giả sử dụng ứng dụng khảo sát online để gửi bảng câu hỏi đến các đối tượng khảo sát. Kết quả thu về được 387 bảng trả lời hợp lệ trên tổng số 450 bảng khảo sát được gửi đi. Theo Green (1991) trích từ Nguyễn Đình Thọ (2011) cho rằng,

cỡ mẫu phù hợp để phân tích hồi quy đa biến tối thiểu là $N \geq 50 + 5p$, với p là số biến quan sát.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu

Trong 387 phiếu trả lời hợp lệ, nhóm tuổi có số lượng nhiều nhất là từ 26 đến 39 tuổi chiếm 39,5%, với nữ chiếm 55% và đã kết hôn chiếm 54,8%. Về cơ cấu kinh nghiệm làm việc, nhóm làm việc từ 01 đến 05 năm chiếm tỷ lệ cao nhất 43,2% trên tổng số phiếu khảo sát.

4.2. Đánh giá độ tin cậy thang đo (Cronbach Alpha)

Kết quả cho thấy, tất cả các thang đo đều đạt hệ số Cronbachs Alpha từ 0.6 trở lên. Hệ số tương quan biến tổng đều > 0.3 . Như vậy, thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến ý định nghỉ việc đều đạt độ tin cậy theo đúng yêu cầu, thỏa mãn điều kiện phân tích nhân tố khám phá (EFA). (Bảng 1)

Bảng 1. Kết quả đánh giá độ tin cậy thang đo

STT	Thang đo thành phần	Số biến	Hệ số Cronbach's Alpha	Tương quan biến tổng
1	Sự tự tin vào năng lực	5	0.828	> 0.3
2	Sự hy vọng	6	0.87	
3	Sự kiên trì	10	0.889	
4	Sự lạc quan	5	0.874	
5	Động lực làm việc	5	0.859	
6	Sự gắn kết công việc	4	0.832	

Nguồn: Tổng hợp kết quả xử lý bằng SPSS

4.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Sau khi thực hiện 2 lần phân tích EFA, kết quả thu được tất cả các nhân tố với 31 biến đều có hệ số KMO = 0.866 > 0.5 và giá trị Sig. của kiểm định Barlett = 0.000 < 0.05 đều đáp ứng yêu cầu. Như vậy, kết quả phân tích EFA thích hợp. Tổng phương sai trích 60,835%, nghĩa là 60,835% biến thiên của dữ liệu được giải thích bởi 5 nhân tố.

4.4. Phân tích hồi quy và kiểm định giả thuyết nghiên cứu (Bảng 2, 3)

Kết quả thống kê cho thấy, các hệ số hồi quy chuẩn hóa của phương trình hồi quy đều khác 0 và Sig. < 0.05 , chứng tỏ có 5 biến độc lập đều tham gia tác động tới sự gắn kết công việc của nhân viên ngành Dịch vụ nhà hàng.

Kết quả ở Bảng 2 cho thấy, các biến độc lập có tác động dương và biến động lực trong công việc có tác động dương đến sự gắn kết công việc của nhân viên với hệ số β lần lượt giảm dần như sau: Sự kiên cường ($\beta = 0.428$); Sự hi vọng ($\beta = 0.409$); Sự tự tin ($\beta = 0.403$); Sự lạc quan ($\beta = 0.391$); Động lực trong công việc ($\beta = 0.309$).

Phương trình hồi quy chuẩn hóa có dạng như sau:

$$JP = 0,403*SE + 0,391*OP + 0,409*HO + 0,428*RE + 0,309*EM + \varepsilon$$

4.5. Phân tích sự khác biệt của các biến kiểm soát (nhân khẩu học)

Giả thuyết H0: không có sự khác biệt về ý định nghỉ việc giữa các nhóm biến nhân khẩu học. Kết quả thu được sau khi thực hiện phân tích Levene, kiểm định T - test và kiểm định ANOVA cho thấy, chỉ có giả thuyết H0 tại nhóm độ tuổi và năm kinh nghiệm được chấp nhận do Sig. của phân tích Levene và kiểm định T - test lần lượt là 0.000 và 0.007 (< 0.05) và 0.319 ($> 5\%$). Các yếu tố còn lại đều có Sig. của

phân tích Levene và kiểm định ANOVA lớn hơn 5%. Vậy nên, các yếu tố độ tuổi, kinh nghiệm làm việc, đều có ảnh hưởng đến sự gắn kết công việc của nhân viên ngành dịch vụ nhà hàng.

Bài nghiên cứu có đôi chút sự khác biệt về kết quả với những kết luận của Rehman và Mubashar (2017). Hầu hết các nghiên cứu trước chỉ thực hiện kiểm định trực tiếp sự tác động giữa vốn tâm lý và

Bảng 2. Kết quả phân tích hồi quy

Mô hình		Hệ số không chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa	Đa cộng tuyến	
		B	Sai lệch chuẩn	Beta			Dung sai	Hệ số VIF
1	Hằng số	-1,451	0,208		-6,973	0,000		
	SE	0,258	0,021	0,403	12,267	0,000	0,810	1,235
	OP	0,289	0,025	0,391	11,445	0,000	0,749	1,336
	HO	0,262	0,019	0,409	13,663	0,000	0,975	1,026
	RE	0,331	0,026	0,428	12,686	0,000	0,766	1,305
2	EM	0,336	0,033	0,309	10,338	0,000	0,981	1,019

Nguồn: Tổng hợp kết quả xử lý bằng SPSS

Bảng 3. Kết quả kiểm định giả thuyết

Giả thuyết	Biến độc lập	Beta chuẩn hóa	Kết quả
H1: Cá nhân càng có động lực trong công việc thì sự gắn kết công việc trở nên tích cực hơn	EM	0,309	Chấp nhận
H2: Cá nhân càng sở hữu sự tự tin vào năng lực bản thân thì xu hướng gắn kết công việc của cá nhân đó trở nên tích cực hơn	SE	0,403	Chấp nhận
H3: Cá nhân sở hữu tinh thần lạc quan sẽ tạo nên sự gắn kết công việc tốt hơn	OP	0,391	Chấp nhận
H4: Cá nhân có niềm hi vọng sẽ có tác động tích cực với sự gắn kết công việc	HO	0,409	Chấp nhận
H5: Cá nhân có tính kiên trì sẽ giúp nâng cao sự gắn kết trong công việc	RE	0,428	Chấp nhận

sự gắn kết công việc, trong khi, tác giả đã tiến hành kiểm định từng thành phần của vốn tâm lý và của động lực làm việc có ảnh hưởng ra sao đến sự gắn kết công việc của nhân viên ngành Dịch vụ nhà hàng.

Bài nghiên cứu đã góp phần giới thiệu thang đo lường vốn tâm lý, động lực trong công việc và sự gắn kết công việc đặt trong bối cảnh sau đại dịch Covid-19 với nền kinh tế Việt Nam đang bắt đầu mở cửa toàn bộ nhằm phục hồi mạnh mẽ sau đại dịch với một làn sóng du lịch từ trong và ngoài nước. Theo đó, địa bàn TP.HCM được xem như là một thị trường lớn cho ngành Dịch vụ nhà hàng tại Việt Nam. Nghiên cứu cũng cung cấp bằng chứng

thực nghiệm rằng, các khía cạnh của vốn tâm lý và động lực trong công việc ảnh hưởng đến sự gắn kết công việc của nhân viên ngành dịch vụ nhà hàng tại TP.HCM.

5. Kết luận và hàm ý quản trị

Kết quả cho thấy, các yếu tố thuộc vốn tâm lý bao gồm sự tự tin vào năng lực, sự kiên cường, sự hi vọng và sự lạc quan có tác động cùng chiều đến sự gắn kết công việc. Tiếp theo đó, động lực làm việc cũng có tác động cùng chiều đến sự gắn kết công việc, tương đồng với các nghiên cứu trước đây.

Người quản trị nhà hàng nên sử dụng kết quả khảo sát để có được thông tin họ cần khi thuê nhân viên. Các nhà quản lý cần những bài kiểm tra sinh

trắc học, tâm lý học và sơ bộ tâm lý cơ bản để biết được tính cách cơ bản của ứng viên, đồng thời tìm ra những giải pháp giúp phát triển đúng tính cách.

Trên cương vị là người giám sát toàn bộ hoạt động của nhà hàng, chúng ta cần có các hoạt động tập thể có cơ hội được gây dựng, để tạo nên mối liên kết, các khóa học ngắn hạn để nhằm nâng cao kỹ năng, giải pháp liên quan đến kỹ năng mềm, tinh thần làm việc đội nhóm và rèn luyện các kỹ năng chuyên môn phù hợp khác. Để gia tăng động

lực làm việc, quản trị nhà hàng nên thiết lập một văn hóa làm việc với môi trường tích cực từ tất cả mọi phía (ở cấp độ quản lý nhà hàng và cấp độ nhân viên với nhau).

Đối với người lao động cần hiểu được rằng yếu tố tinh thần có liên quan khá nhiều đến thái độ lao động và kết quả làm việc. Vì vậy, cần nhận ra được thế mạnh của mình để phát triển, giải quyết những hạn chế còn tồn tại đối với bản thân trong khoảng thời gian trước đây ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Hà Nam Khánh Giao, Huỳnh Diệp Trâm Anh, Nguyễn Thị Kim Ngân, Đoàn Quang Đồng, Nguyễn Phạm Hạnh Phúc & Bùi Nhất Vương (2020). Ảnh hưởng của vốn tâm lý, tính cách cá nhân đến sự gắn kết công việc của nhân viên khách sạn tại TP. Hồ Chí Minh.
2. Allen, N. và J. Meyer, (1990). The measurement and antecedents of affirmative, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*.
3. Hackman, J., & Oldham, G. (1976). Development of the job diagnostic survey. *Journal of Applied Psychology*, 60, 159-170.
4. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R.L., (2006). *Multivariate data analysis* (6th edn). Pearson Prentice Hall.
5. Avey, J., Luthans, F., & Jensen, S. (2009). Psychological capital: A positive resource for combating employee stress and turnover. *Human Resource Management*, 677-693.
6. Hill, T., Smith, N.D. and Mann, M.E., (1987). Role of efficacy expectations in predicting the decision to use advanced technologies: The case of computers. *Journal of Applied Psychology*, 72, 307-313.
7. Luthans, et al., (2008). The mediating role of psychological capital in the supportive organizational climate-employee performance relationship. *Journal of Organizational Behavior*, 29, 219-238.
8. Luthans, F. et al., (2007). The Psychological Capital of Chinese Workers: Exploring the Relationship with Performance. *Management and Organization Review*, 1 (2).
9. Luthans, et al., (2008). The mediating role of psychological capital in the supportive organizational climate-employee performance relationship. *Journal of Organizational Behavior*, 29, 219-238.
10. Luthans, F., Youssef, C., & Avolio, B. (2015). *Psychological and beyond*. New York, NY: Oxford University Press.
11. Nguyen, T. D. and Nguyen, T.T.M., (2011). Psychological Capital, Quality of Work Life, and Quality of Life of Marketers: Evidence from Vietnam. *Journal of Macro-marketing*.
12. Youssef, C.M. and Luthans, F., (2007). Positive Organizational Behavior in the Workplace: The Impact of Hope, Optimism, and Resilience. *Journal of Management*, 33 (5).

13. Nguyễn Đình Thọ (2011), Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh, NXB Lao động xã hội, Hà Nội.
14. Rehman, N., & Mubashar, T. (2017). Job stress, psychological capital and turnover intentions in employees of hospitality industry. *Journal of Behavioural Sciences*, 27 (2), 60-80.
15. Seligman, M. (1998). *Learned optimism*. New York, NY: Pocket Books.
16. Snyder, C., Harris, C., Anderson, J., Holleran, S., Irving, L et al (1991). The will and the ways: Development and validation of an individual differences measures of hope. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60 (4), 570-585.

Ngày nhận bài: 10/9/2023

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 25/9/2023

Ngày chấp nhận đăng bài: 20/10/2023

Thông tin tác giả:

TRẦN GIA HUY

Trường Đại học Hoa Sen

A STUDY ON THE IMPACT OF PSYCHOLOGICAL CAPITAL AND WORK MOTIVATION ON THE WORK ENGAGEMENT OF EMPLOYEES IN HO CHI MINH CITY'S RESTAURANT AND FOOD SERVICES INDUSTRY

● **TRAN GIA HUY**

Hoa Sen University

ABSTRACT:

This study determined the influence of psychological capital and work motivation on the work engagement of employees in Ho Chi Minh City's restaurant and food services industry. The study's results show that all four factors of psychological capital, including confidence, perseverance, hope, and optimism, have the same impact on work engagement. The work motivation factors have positive impacts on work engagement. The study also proposed some management implications that can be used to enhance the work engagement of employees in the restaurant and food services industry.

Keywords: psychological capital, work motivation, work engagement, employees in the restaurant and food services industry.