

CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG TRONG CÔNG VIỆC CỦA HƯỚNG DẪN VIÊN DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

THE FACTORS AFFECTING JOB SATISFACTION OF THE TOUR GUIDES IN DA NANG CITY

Nguyễn Đức Tiến

Đại học Đà Nẵng; ndtien@ac.udn.vn

Tóm tắt - Hướng dẫn viên du lịch có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển của ngành công nghiệp mũi nhọn – du lịch – hiện nay ở địa phương. Nghiên cứu này nhằm xác định các nhân tố có tác động đến sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên du lịch tại thành phố Đà Nẵng. Kết quả nghiên cứu cho thấy có 06 nhân tố có tác động đến sự hài lòng của hướng dẫn viên du lịch gồm: Thu nhập, điều kiện làm việc, đồng nghiệp, cấp trên, thông tin và thủ tục hoạt động. Các nhân tố tác động đều có tác động dương tới sự hài lòng của hướng dẫn viên, tuy nhiên biến thủ tục hoạt động có tác động ngược chiều. Qua đó bài viết phân tích kết quả khảo sát, đồng thời đề ra một số kiến nghị ban đầu đối với việc quan tâm các nhân tố giúp hướng dẫn viên hài lòng hơn với công việc, từ đây họ có thể làm việc hiệu quả hơn, giúp thúc đẩy ngành du lịch thành phố phát triển.

Từ khóa - du lịch; hướng dẫn viên; nhân tố tác động; sự hài lòng trong công việc; Đà Nẵng

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, du lịch được xem là một ngành công nghiệp mũi nhọn nhằm phát triển mạnh mẽ kinh tế của các địa phương, trong đó có Đà Nẵng, một thành phố nhận được nhiều ưu đãi về cảnh quan, môi trường sống và nền tảng văn hóa lịch sử. Chính vì vậy, thành phố Đà Nẵng đã xây dựng nhiều chính sách lớn nhằm tập trung xây dựng ngành du lịch, tạo điều kiện hỗ trợ thúc đẩy sự phát triển của ngành, xem đây như là một phần của việc tạo dựng thương hiệu cho thành phố đáng sống. Trên cơ sở đó, hiện nay đã có nhiều nghiên cứu về đặc điểm, tình hình, cũng như tìm giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ ngành du lịch. Trong đó đa số tập trung tìm hiểu nhu cầu, mức độ hài lòng của du khách hoặc khả năng cung cấp dịch vụ tốt của các đơn vị hoạt động du lịch. Tuy nhiên, chúng tôi nhận thấy rằng nghiên cứu về nguồn nhân lực làm du lịch, đặc biệt là đội ngũ nhân viên, hướng dẫn viên có chất lượng lại chưa thực sự được chú ý. Trong khi đó, hướng dẫn viên chính là một phần trực tiếp quảng bá du lịch và thực hiện các mục đích kinh tế trong quá trình làm việc, tiếp xúc với khách hàng – du khách. Vì thế, tạo điều kiện bồi dưỡng năng lực chuyên môn, đãi ngộ lương bổng hợp lý cũng như danh cơ hội phát triển nghề nghiệp cho đội ngũ hướng dẫn viên... thực chất cũng là quan tâm đến việc xây dựng môi trường du lịch hiệu quả. Nhân viên có kiến thức chuyên môn nghiệp vụ, vững lòng, gắn bó với nghề, nhiệt tình cống hiến là một yếu tố quan trọng thúc đẩy ngành du lịch đi lên.

Chính vì thế, cần thiết phải tìm hiểu để nắm bắt các vấn đề về sự hài lòng của đội ngũ hướng dẫn viên du lịch trên địa bàn thành phố Đà Nẵng, nhất là trong khung cảnh kinh tế, chính sách của địa phương. Đây là một hướng

Abstract - Tour guides are frontline employees in tourism industry who play a significant role in drawing tourists to a destination. This study deals with an analysis of the factors affecting job satisfaction of the tour guides in Da Nang City. In this paper, the researcher would like to identify the factors that affect the professionalism of tour guiding hence, to change it and make it as a novel job and take back the essence of what tour guiding should mean to. The result of the research shows that there are 6 key factors affecting the degree of their satisfaction in working including: salary; working conditions; colleagues; leaders; information and operation procedures. Most of the factors have a positive impact whereas the last factor has a negative impact. Based on the result, the researcher puts forward some suggestions to make the people and agencies related take more interest in the factors to increase job satisfaction for the tour guides so that they can work more effectively and thereby promote the development of tourism of the city.

Key words - tourism; tour guide; factors affecting; job satisfaction; Da Nang city

nghiên cứu tập trung vào nguồn nhân lực trong một lĩnh vực dịch vụ, xuất phát từ tình hình thực tiễn, vì thế tác giả lựa chọn tìm hiểu “các nhân tố tác động đến sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên du lịch tại thành phố Đà Nẵng”. Bài viết đi vào xây dựng mô hình lý thuyết về các yếu tố ảnh hưởng đến mức độ hài lòng công việc, tiến hành khảo sát và đánh giá thực trạng vấn đề này để tiến tới tìm giải pháp cải thiện, tăng cao các mức độ hài lòng công việc của đội ngũ hướng dẫn viên tại thành phố Đà Nẵng.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Các định nghĩa về sự hài lòng của người lao động

Có rất nhiều định nghĩa khác nhau về sự hài lòng trong công việc và các nguyên nhân có thể dẫn đến sự hài lòng công việc. Một số khái niệm được biết nhiều của các tác giả như: Vroom (1964); Smith, Kendal và Hulin (1969); Quinn và Staines (1979); Locke (1976); Weiss (1967); Luddy (2005); Spector (1997); Kreitner và Kinicki (2007),.... Tuy vậy các định nghĩa thường lẫn lộn giữa yếu tố cấu thành và nhân tố tác động tới sự hài lòng của nhân viên. Ví dụ, sự tương tác với đồng nghiệp, lãnh đạo, hay chính sách lương thưởng là nhân tố tác động tới sự hài lòng hơn là yếu tố cấu thành của sự hài lòng. Những định nghĩa trên của các tác giả khác nhau đều đề cập đến “thái độ” của người lao động đối với công việc của mình. Nghiên cứu này cũng coi sự hài lòng trong công việc là trạng thái tâm lý và thái độ chung với công việc mà không chia nhỏ theo từng yếu tố như chế độ đãi ngộ, điều kiện làm việc, hay phong cách lãnh đạo. Về mặt logic, các yếu tố như bản chất công việc, các chính sách và điều kiện làm việc, ảnh hưởng tới (chứ không cấu thành) tâm trạng

và thái độ đối với công việc. Ngoài ra, hài lòng với những yếu tố này chưa chắc đã mang lại sự hài lòng chung vì các yếu tố này có thể có mâu thuẫn. Ví dụ: chế độ lương thường cao có thể đi kèm với điều kiện làm việc khắc nghiệt.

2.2. Các lý thuyết về tạo sự hài lòng cho người lao động

Trên thế giới có rất nhiều các công trình nghiên cứu nhằm giúp nhà quản lý thấy rõ những nhân tố thúc đẩy hành vi tích cực của nhân viên trong công việc, những nhân tố giúp họ hài lòng và thỏa mãn với công việc. Các lý thuyết kinh điển được nhiều nghiên cứu sử dụng và phát triển nhiều nhất là lý thuyết tháp nhu cầu của Abraham Maslow (1943); Lý thuyết hai nhân tố của Herzberg (1959); Thuyết X và thuyết Y của Douglas McGregor (1957); Học thuyết thành đạt, quyền lực và liên kết của McClelland (1985). Các lý thuyết có mối liên hệ với nhau và đều được phát triển từ lý thuyết của Maslow. Đây là những lý thuyết kinh điển mà tác giả thấy phù hợp cho khung nghiên cứu ban đầu của mình cũng như bối cảnh ngành du lịch tại Đà Nẵng.

2.3. Các nhân tố tác động đến sự hài lòng trong công việc

Đã có nhiều nghiên cứu ngoài nước về chủ đề này, điển hình như các nghiên cứu của Foreman Facts (1946), Smith cùng cộng sự (1969), Hackman và Oldham (1980), của Kennett S.Kovach (1987), Bob Nelsson, Balanchard (1991), Spector (1997), Andrew (2002), Crossman và Bassem (2003), P.Chawla (2009), Charles và Mashal (1992), Simons và Enz (1995), Wong, Siu, Tsang (1999). Ở trong nước cũng đã có một số nghiên cứu liên quan như nghiên cứu của Trần Kim Dung (2005, 2011); Trần Đức Kỳ (2012)...

Căn cứ vào các học thuyết và các nghiên cứu, các mô hình của các tác giả trong và ngoài nước, những nhân tố sau tác động chủ yếu đến sự hài lòng của nhân viên: thu nhập, phúc lợi, điều kiện làm việc, quan hệ đồng nghiệp, quan hệ cấp trên, thăng tiến, thủ tục hoạt động, bản chất công việc, phản hồi thông tin. Có thể thấy đây là những nhân tố có tác động đến sự hài lòng của nhân viên trong ngành du lịch mà tác giả sẽ dùng cho mô hình nghiên cứu lý thuyết của mình.

Thu nhập, phúc lợi (1-2)

Thu nhập và phúc lợi thể hiện ở nhu cầu sinh lý và an toàn trong thuyết nhu cầu của Maslow (1943), là yếu tố quan trọng nhất đối với nhân viên trong các nghiên cứu của Simons & Enz (1995) tại Mỹ, Canada và nghiên cứu của Charles & Marshall (1992) tại Caribbean. Một số nghiên cứu khẳng định thu nhập và lương có vai trò quan trọng (Artz, 2008; Molander, 1996; Crewson, 1997; Buelens, 2007; Higginbotham, 1997; Oshagbemi, 2000...). Một số quan điểm khác lại cho rằng lương cao chưa chắc đã làm người lao động (Luddy, 2005).

Điều kiện làm việc (3)

Theo Robbins và cộng sự (2013) thì điều kiện làm việc là tình trạng nơi mà người lao động làm việc. Tại đó người lao động luôn muốn có một môi trường làm việc an toàn, thoải mái để có được động lực làm tốt công việc của mình.

Hầu hết mọi người đều muốn làm việc gần nhà, trong những cơ sở hạ tầng sạch sẽ với những trang thiết bị phù hợp, có đầy đủ các thiết bị bảo hộ lao động cần thiết. Điều kiện làm việc tốt sẽ tác động tích cực đến sự hài lòng của người lao động (Kennett S.Kovach, 1987).

Quan hệ đồng nghiệp (4)

Các tác giả như Organ, Podsakoff, và McKenzie (2006); Organ và Ryan (1995); Podsakoff, McKenzie, Paine và Bachrach (2000), Johns (1996); Kreitner & Kinicki, (2007) và Deckop cùng đồng sự (2003), Organ cùng đồng sự (2006) đã coi quan hệ đồng nghiệp là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới sự hài lòng của nhân viên. Quan hệ đồng nghiệp có tính hợp tác, thân thiện sẽ có tác động tích cực tới sự hài lòng.

Quan hệ cấp trên – Lãnh đạo (5)

Lãnh đạo được hiểu là người cấp trên trực tiếp của nhân viên. Lãnh đạo đem đến sự hài lòng cho người lao động thông qua việc tạo ra sự đối xử công bằng, thể hiện sự quan tâm đến cấp dưới, có năng lực, tầm nhìn và khả năng điều hành cũng như việc hỗ trợ nhân viên trong công việc (Robins và cộng sự, 2001; Luddy, 2005; Eisenberger và cộng sự, 1990; Trần Kim Dung, 2005).

Cơ hội thăng tiến (6)

Cơ hội thăng tiến là những cơ hội được tiến bộ về cấp bậc, địa vị trong nghề nghiệp của mỗi cá nhân người lao động. Một số nghiên cứu khẳng định cơ hội thăng tiến có ảnh hưởng đến sự hài lòng của nhân viên như: Maslow (1943), Herzberg (1959), Hall và Moss (1998), Stanton & Crossleey (2000), Allen, Shore & Griffeth (2003).

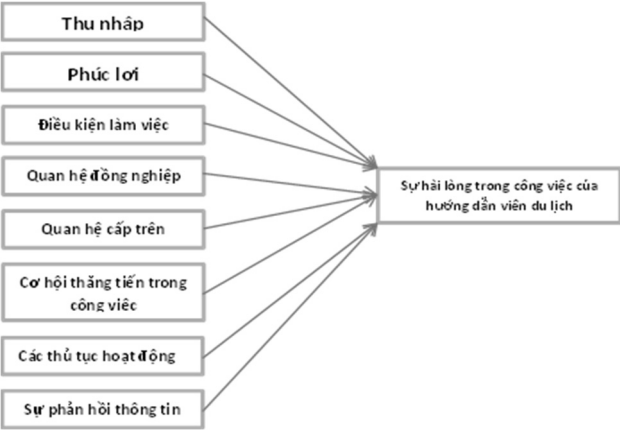
Thủ tục hoạt động (7)

Thủ tục hoạt động bao gồm tất cả những quy tắc, quy định, thủ tục và yêu cầu của công việc mà người lao động phải tuân thủ khi thực hiện công việc của mình. Nó cũng bao gồm các tính chất của công việc và giá trị của một tổ chức mà người lao động phải bị ràng buộc khi thực hiện công việc. Quy trình vận hành trong thực tế, cung cấp các thông tin về việc một nhân viên làm công việc của mình phải làm như thế nào trong tổ chức đó. Thủ tục hoạt động được Spector (1985) cho rằng là một trong chín khía cạnh tạo nên sự hài lòng của nhân viên trong công việc của mình. Thủ tục hợp lý, minh bạch, dễ thực hiện thường làm cho nhân viên có tâm trạng thoải mái. Ngược lại, thủ tục phức tạp, bất định làm cho nhân viên có tâm lý khó chịu và không tạo động lực làm việc tốt.

Phản hồi thông tin (8)

Người lao động có nhu cầu được trao đổi và biết các thông tin trong doanh nghiệp của người lao động. Họ cần hiểu được các chính sách và tình hình hoạt động của công ty. Theo Hackman & Oldham (1980), Herzberg (1959) và một số tác giả khác thì phản hồi thông tin có tác động đến sự thỏa mãn trong công việc của người lao động.

Trên cơ sở tổng quan các nghiên cứu trước và lý thuyết liên quan, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như hình sau.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

- H1: Thu nhập có tác động thuận chiều đến sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên du lịch
- H2: Phúc lợi có tác động thuận chiều đến sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên du lịch
- H3: Điều kiện làm việc có tác động thuận chiều đến sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên du lịch
- H4: Quan hệ đồng nghiệp có tác động thuận chiều đến sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên du lịch
- H5: Quan hệ với cấp trên có tác động thuận chiều đến sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên du lịch
- H6: Cơ hội thăng tiến có tác động thuận chiều đến sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên du lịch
- H7: Các thủ tục hoạt động có tác động thuận chiều đến sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên du lịch
- H8: Sự phản hồi thông tin có tác động thuận chiều đến sự hài lòng trong công việc của hướng dẫn viên du lịch

3. Phương pháp nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, tác giả áp dụng phương pháp

nghiên cứu định lượng, với sự trợ giúp của một nghiên cứu định tính nhỏ. Trước hết, tác giả tiến hành nghiên cứu định tính nhỏ để kiểm tra sự phù hợp của mô hình và thang đo các biến có được từ lý thuyết. Sau đó, tác giả điều chỉnh thước đo (chủ yếu là từ ngữ) cho phù hợp với bối cảnh cụ thể của ngành du lịch. Cụ thể các bước được tiến hành như sau:

Đối với nghiên cứu định tính: tác giả tiến hành phỏng vấn 10 hướng dẫn viên du lịch làm việc tại các công ty trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Các hướng dẫn viên này sẽ được phỏng vấn theo một bảng câu hỏi đã được thiết kế sẵn. Mục đích của bảng câu hỏi này là để điều chỉnh những thuật ngữ sao phù hợp, để hiểu đối với các hướng dẫn viên cũng như để tránh những hiểu lầm về từ ngữ. Kết quả nghiên cứu sơ bộ được dùng để hoàn chỉnh bảng câu hỏi nghiên cứu và dùng để phục vụ cho việc nghiên cứu định lượng trên diện rộng.

Đối với nghiên cứu định lượng: Từ việc tổng hợp các lý thuyết, các công trình nghiên cứu liên quan, các thang đo, từ kết quả nghiên cứu định tính và dựa trên nền tảng của thang đo JSS của Spector (1997) làm chủ đạo, tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng nhằm kiểm định mô hình. Đối tượng điều tra là các hướng dẫn viên du lịch đang làm việc tại thành phố Đà Nẵng. Trong nghiên cứu định lượng, tác giả chọn phương pháp chọn mẫu thuận tiện cho nghiên cứu của mình. Số phiếu phát ra để điều tra là hơn 200 phiếu và số phiếu thu về là 153 phiếu. Kích cỡ mẫu dùng để tiến hành phân tích là $n = 153$. Bảng hỏi sẽ dùng thang Likert 5 điểm để đo lường biến quan sát với 1: rất không đồng ý; 2: không đồng ý; 3: bình thường; 4: đồng ý và 5: rất đồng ý. Kết quả nghiên cứu như sau:

3.1. Đánh giá độ tin cậy thang đo

Các thước đo về sự hài lòng của nhân viên với công việc đều có chỉ số Cronbach's alpha từ 0,7 trở lên, đảm bảo yêu cầu về độ tin cậy.

Cụ thể Cronbach's alpha như sau:

Bảng 1. Hệ số thể Cronbach's alpha thang đo các biến độc lập

STT	Biến số	Cronbach's alpha	STT	Biến số	Cronbach's alpha
1	Thu nhập	0,843	5	Thăng tiến	0,857
2	Phúc lợi	0,872	6	Thủ tục hoạt động	0,803
3	Điều kiện làm việc	0,735	7	Thông tin	0,723
4	Cấp trên	0,779	8	Đồng nghiệp	0,700

3.2. Kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp hồi quy bội để kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Mô hình giải thích được 35,2% phương sai sự hài lòng của nhân viên và có ý nghĩa thống kê ($F = 13,568$; $p < 0,001$). Trong đó các biến: thu nhập ($0,228$; $p \leq 0,001$); điều kiện làm việc ($0,164$; $p \leq 0,05$); đồng nghiệp ($0,215$; $p \leq 0,01$); cấp trên ($0,202$; $p \leq 0,05$); thông tin ($0,277$; $p \leq 0,001$), có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của nhân viên.

Như vậy các giả thuyết: H1; H3; H4; H5; H8 được chấp nhận. Riêng biến thủ tục hoạt động ($-0,118$; $p \leq 0,1$)

có quan hệ ngược chiều với sự hài lòng của nhân viên. Do đó, giả thuyết H6 không được chấp nhận.

Bảng 2. Kết quả hồi quy các nhân tố tác động đến sự hài lòng của nhân viên

Biến	Phương trình	Mô hình
Lương		0,228***
Phúc lợi		0,067
Điều kiện làm việc		0,164*

Đồng nghiệp	0,215**
Cấp trên	0,202*
Cơ hội thăng tiến	0,024
Thông tin	0,277***
Các thủ tục hoạt động	-0,118a
R ² điều chỉnh	0,352***
F	13,568***
N = 153 ; *p ≤ 0,1; **p ≤ 0,05; ***p ≤ 0,01; ****p ≤ 0,001	
Tất cả hệ số tương quan đã được chuẩn hóa	

4. Bình luận và kiến nghị

- Thu nhập có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng vì lương, thưởng,... của hướng dẫn viên vốn không cao, trung bình khoảng 3,2 triệu/tháng. Mức lương này so với nhu cầu thực tế hiện nay chỉ phần nào trang trải được cuộc sống hằng ngày, nhất là đối với những hướng dẫn viên trẻ mới vào nghề. Điều trên có thể lí giải tại sao nhóm “thu nhập” có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng trong công việc của nhân viên. Vì thế, nhân tố hàng đầu cần quan tâm cải thiện, nâng cao chính là chính sách tiền lương. Đây là vấn đề chung, không chỉ của ngành du lịch mà còn nhiều ngành khác. Song, rõ ràng, cơ chế chi trả xứng đáng là động lực để nhân viên công tác hết mình, có hiệu quả, tác động tích cực không chỉ đến đối tượng được nhận chi trả mà còn hiệu suất của cả bộ máy kinh tế và toàn xã hội.

- Điều kiện làm việc có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của hướng dẫn viên du lịch. Điều này có thể giải thích rằng, khi nhân viên cảm thấy thoải mái cũng như an toàn tại nơi làm việc thì sự hài lòng của họ tăng. Bên cạnh đó, ta cũng có thể giải thích thêm các hướng dẫn viên thường xuyên phải di chuyển trên những chặng đường dài, công việc đòi hỏi phải tương tác với nhiều đối tượng khác nhau, do đó, nếu được công ty hoặc đối tác sắp xếp nơi nghỉ ngơi tốt thì họ càng tăng sự hài lòng trong công việc của mình. Ngoài ra, môi trường làm việc có sự tôn trọng, hợp tác, biết lắng nghe nhu cầu của nhân viên, làm việc có kế hoạch rõ ràng... thì nhân viên càng tăng mức độ hài lòng.

- Cấp trên có tác động thuận chiều với sự hài lòng của hướng dẫn viên du lịch. Điều này có nghĩa là khi nhân viên thấy cấp trên của mình có năng lực, đối xử công bằng và quan tâm tới họ thì họ có sự hài lòng cao hơn. Nếu cấp trên giải quyết được những khúc mắc về quyền lợi, cũng như tâm tư nguyện vọng của hướng dẫn viên thì họ sẽ mến phục những người này. Chính điều này giải thích tại sao nhóm “quan hệ với cấp trên” có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng trong công việc.

- Đồng nghiệp có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của hướng dẫn viên du lịch. Điều này có nghĩa khi môi trường tương tác với đồng nghiệp càng thoải mái và gần gũi thì hướng dẫn viên càng hài lòng với công việc, nhất là khi thực hiện các tour, họ thường phải đi cùng, ăn ở trong một

thời gian tương đối với các cộng sự của mình. Nếu cộng sự hợp tác không tốt, việc dẫn tour, phục vụ du khách có thể bị cản trở phần nào.

- Thông tin có quan hệ thuận chiều với sự hài lòng của hướng dẫn viên, điều này có thể giải thích như sau: Luôn có những tình huống bất ngờ trước một tour du lịch, do đó việc được cung cấp thông tin đầy đủ sẽ giúp hướng dẫn viên chủ động hơn trong công việc. Đặc biệt nếu hướng dẫn viên được có cơ hội thu thập nhiều thông tin để bồi dưỡng năng lực chuyên môn nghiệp vụ, được tạo điều kiện học hỏi nhiều hơn để nâng cao tay nghề thì họ có xu hướng thỏa mãn cao hơn với công việc. Điều này cho thấy, đội ngũ hướng dẫn viên có ý thức sâu sắc đối với việc nắm bắt thông tin, cập nhật và nâng cao bản thân trong khung cảnh làm việc có sự tiếp xúc rộng rãi như vậy cũng là tín hiệu tích cực.

- Thủ tục hoạt động có tác động ngược chiều với sự hài lòng của hướng dẫn viên, điều này có thể do hướng dẫn viên tương tác bên ngoài công ty nhiều, việc ghi chép hoặc phải làm các báo cáo quá nhiều là không cần thiết, làm giảm hiệu quả các hoạt động chuyên môn khác của họ.

Để tăng sự hài lòng của hướng dẫn viên du lịch, các công ty cần chú ý tới những vấn đề dưới đây: Thứ nhất, cải thiện thu nhập cho hướng dẫn viên lịch; Thứ hai, tạo điều kiện làm việc thuận lợi; Thứ ba, cấp trên cần quan tâm đến những nguyện vọng, yêu cầu chính đáng của cấp dưới; Thứ tư, luôn có những thông tin đầy đủ để cấp dưới có thể chủ động trong công việc; Cuối cùng, không cần có quá nhiều báo cáo và thủ tục rườm rà trong việc.

5. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu có những hạn chế như sau: *Thứ nhất*, nghiên cứu này mới chỉ thực hiện nghiên cứu sự hài lòng của hướng dẫn viên du lịch với công việc tại thành phố Đà Nẵng. Khả năng tổng quát hóa kết quả nghiên cứu sẽ cao hơn nếu nó được thực hiện ở một số khu du lịch tại các tỉnh, thành miền Bắc, Trung, Nam khác như: Hạ Long, Nha Trang, Mũi Né, Quảng Bình... *Thứ hai*, kích cỡ mẫu vẫn còn hạn chế, mới chỉ dừng lại ở con số n=153. Tuy vậy, đây chính là hướng cho nghiên cứu tiếp theo nhằm tăng tính đại diện cũng như có những so sánh về sự hài lòng trong công việc của các hướng dẫn viên du lịch tại các vùng miền khác nhau.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Chawla P. (2009), “Job Satisfaction Of Call Center Employees”, *International Research Journal*, Vol.2, Issue 7 (2009).
- [2] Trần Kim Dung (2005), “Đo lường mức độ thỏa mãn đối với công việc trong điều kiện của Việt Nam”, *Tạp chí Phát triển khoa học*, số 8, tr.1.
- [3] Trần Kim Dung (2009), *Quản trị nguồn nhân lực*, Nhà xuất bản Thống kê.
- [4] Lê Văn Huy, Nguyễn Thị Hà My (2008), “Xây dựng mô hình lý thuyết và phương pháp đo lường về Chỉ số hài lòng khách hàng ở Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học công nghệ - ĐH Đà Nẵng*, tr.92-95.
- [5] Vroom, V.H. (1964), *Work and Motivation*, New York, NY, USA.