

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

1. **Phạm Đức Hiếu** - Điều chỉnh lợi nhuận của doanh nghiệp niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam: phân tích thực nghiệm và nhận diện các nhân tố ảnh hưởng. **Mã số: 113.1BAcc.11** 2
Profit Adjustment of Listed Companies on the Vietnamese Stock Market: Empirical Analysis and Identification of Influencing Factors
2. **Đinh Thị Phương Anh** - Ngân hàng thương mại Việt Nam trước làn sóng Fintech. **Mã số: 113.1FiBa.12** 12
Vietnam Commercial Bank in the Fintech Wave
3. **Nguyễn Mạnh Hùng** - Thực trạng và định hướng phát triển du lịch các tỉnh Trung Du, miền núi Bắc Bộ. **Mã số: 113.1TRMg.11** 20
Situation and Orientation for Tourism Development in Northern Midland and Mountainous Provinces

QUẢN TRI KINH DOANH

4. **Trịnh Thùy Anh** - Mối quan hệ giữa thông minh cảm xúc và kết quả làm việc (nghiên cứu trường hợp nhân viên kinh doanh của các công ty du lịch trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh). **Mã số: 113.2BAdm.22** 34
The Relationship between Emotional Intelligence and Work Performance (the Case Study of Sales Staff of Tourism Companies in Ho Chi Minh City)
5. **Vũ Xuân Thủy** - Các yếu tố tác động đến thu nhập ban điều hành: bằng chứng từ các công ty niêm yết trên sàn HOSE. **Mã số: 113.2FiBa.21** 43
Factors Affecting Management Income: Evidence from Companies Listed on the HOSE
6. **Vũ Thị Sen** - Các nhân tố tác động đến hiệu suất bệnh viện công vùng Tây Bắc. **Mã số: 113.2GEMg.22** 53
Factors Affecting the Performance of Public Hospitals in the North West

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

7. **Trần Thu Hương** - Kinh nghiệm về tổ chức hệ thống logistics ngược qua nghiên cứu điển hình và bài học đối với Việt Nam. **Mã số: 113.3BMkt.32** 61
Experience in Organizing Reverse Logistics Systems through Particular Case Study and Lessons for Vietnam

QUẢN TRỊ KINH DOANH

MỐI QUAN HỆ GIỮA THÔNG MINH CẢM XÚC VÀ KẾT QUẢ LÀM VIỆC (NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP NHÂN VIÊN KINH DOANH CỦA CÁC CÔNG TY DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN TP. HỒ CHÍ MINH)

Trinh Thuỳ Anh

Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh

Email:

Ngày nhận: 03/07/2017 **Ngày nhận lại:** 19/07/2017 **Ngày duyệt đăng:** 01/08/2017

Nghiên cứu nhằm xác định mối quan hệ giữa thông minh cảm xúc và kết quả làm việc của nhân viên kinh doanh trong các công ty du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh. Phương pháp định tính và định lượng được sử dụng để phân tích dữ liệu. Kết quả nghiên cứu cho thấy kết quả làm việc của nhân viên kinh doanh (thể hiện thông qua 3 thành phần: khả năng hoàn thành nhiệm vụ, kết quả thực hiện theo bối cảnh, khả năng thích nghi) sẽ chịu sự tác động của trí thông minh cảm xúc (thể hiện thông qua 4 thành phần: tình trạng hạnh phúc, khả năng tự chủ, tính đa cảm và khả năng quảng giao). Trong đó, khả năng tự chủ tác động khá mạnh đến khả năng hoàn thành nhiệm vụ và đặc biệt là khả năng thích nghi của mỗi cá nhân, trong khi đó tính đa cảm tác động mạnh đến kết quả thực hiện theo bối cảnh. Từ đó đưa ra một số hàm ý quản trị nhằm gia tăng kết quả làm việc của nhân viên kinh doanh trong các công ty du lịch.

Từ khóa: thông minh cảm xúc, kết quả làm việc, công ty du lịch.

1. Giới thiệu

Những năm qua, thị trường du lịch có nhiều biến động, tuy nhiên ngành du lịch của Thành phố Hồ Chí Minh vẫn đạt được những kết quả nhất định, tổng doanh thu du lịch trong 6 tháng đầu năm 2017 đạt 53.617 tỷ đồng, giữ được vị trí trong phát triển kinh tế - xã hội thành phố. Sự thành công của một doanh nghiệp phụ thuộc rất nhiều vào nguồn lực con người, đặc biệt với ngành dịch vụ du lịch thì con người là nhân tố then chốt quyết định chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của du khách. Một vấn đề đặt ra là điều gì quyết định đến kết quả làm việc của nhân viên, đến khả năng đáp ứng với khách hàng? Ngoài các yếu tố như kiến thức được đào tạo, kỹ năng nghiệp vụ chuyên môn thì các yếu tố liên quan đến sự nhạy bén, kỹ năng xã hội, năng lực tương tác của nhân viên có quyết định đến kết quả làm việc của mỗi cá nhân hay không?

Theo nhiều nghiên cứu gần đây thì thông minh cảm xúc đóng vai trò vô cùng quan trọng đến sự thành công của một con người (Goleman, 2007; Mayer & ctg, 2000; Petrides & Furnham, 2004; Zeidner & ctg, 2004; Shaffer & Shaffer, 2005;

Shiplely & ctg, 2010; Shooshtarian & ctg, 2013). Liệu rằng trí thông minh cảm xúc có tác động đến kết quả làm việc của mỗi cá nhân, đặc biệt trong lĩnh vực dịch vụ du lịch, nơi nhân viên được xem là nhân tố then chốt quyết định chất lượng dịch vụ hay không?

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm đánh giá mức độ tác động của thông minh cảm xúc đến kết quả làm việc của các nhân viên tại các công ty du lịch ở Thành phố Hồ Chí Minh. Kết quả nghiên cứu giúp cho các nhà quản trị thấy được mối tương quan giữa trí thông minh cảm xúc và kết quả làm việc của nhân viên, từ đó gợi ý các hàm ý quản trị trong việc tuyển chọn, đào tạo và phát triển nhân viên để giúp nâng cao kết quả làm việc, từ đó mang lại sự thành công cho toàn bộ tổ chức.

2. Cơ sở lý thuyết

Việc thành công của một doanh nghiệp kinh doanh du lịch phụ thuộc rất nhiều vào nhân tố con người, cụ thể là các nhân viên tuyến trước - những người thường xuyên tiếp xúc với khách hàng. Trong những ngành dịch vụ như du lịch thì nhân viên là người tạo ra chất lượng dịch vụ, họ đại diện cho doanh nghiệp và tương tác trực tiếp với khách

hàng, vì thế họ là người mang lại kết quả cho công ty. Một trong những năng lực quan trọng giúp nâng cao kết quả làm việc của nhân viên là trí thông minh cảm xúc.

2.1. Thông minh cảm xúc

Goleman là người đầu tiên đưa ra khái niệm về trí thông minh cảm xúc vào năm 1995. Theo đó, thông minh cảm xúc quan trọng hơn nhiều so với thông minh logic (Goleman, 1995). Damasio & Damasio (1989) cho rằng bộ não xúc cảm can thiệp vào sự lập luận cũng tương tự như bộ não tư duy logic.

Theo Goleman & ctg (2001), thông minh cảm xúc là nhân tố ngầm tác động mãnh liệt đến việc đạt kết quả xuất sắc. Goleman (2007, 2014) cho rằng thông minh cảm xúc quyết định năng lực tự nhận thức, động lực, tự kiểm soát và điều chỉnh, thấu cảm và khả năng mở rộng mạng lưới tương tác xã hội thông qua năng lực giao tiếp. Thông minh cảm xúc giúp nhà quản trị hiểu được tình trạng, các vấn đề và cảm xúc của nhân viên, từ đó giúp phát triển mối quan hệ tốt với họ (Goleman, 2013).

Mayer & ctg (2000) định nghĩa thông minh cảm xúc là khả năng đánh giá và biểu hiện cảm xúc, khả năng điều chỉnh cảm xúc và sử dụng cảm xúc để giải quyết vấn đề. Thông minh cảm xúc có liên quan đến khả năng nhận thức cảm xúc, đồng hóa cảm xúc, hiểu được những thông điệp của cảm xúc và quản lý chúng (Nikolaou & Tsaousis, 2002). Petrides & ctg (2001) cho rằng thông minh cảm xúc có liên quan đến tính cách cá nhân, nó thể hiện năng lực xã hội của mỗi cá nhân và khả năng kiểm soát sự căng thẳng. Petrides & Furnham (2006), Arif et al (2017) cho rằng thông minh cảm xúc thể hiện khuynh hướng tự nhận thức, biểu hiện cảm xúc, hành vi kiểm soát được tình huống của mỗi cá nhân, khả năng thấu cảm và các kỹ năng giao tiếp.

2.2. Kết quả làm việc

Pulakos & ctg (2000); Rothman & Coetzer (2003); Katsaros & ctg (2014); Shooshtarian (2013) cho rằng kết quả làm việc của nhân viên thể hiện ở việc người nhân viên đạt được kết quả, mục tiêu hoặc những tiêu chuẩn dựa trên những kỳ vọng mà tổ chức xác lập. Theo Campbell (1999), khả năng cá nhân đạt hiệu quả trong công việc là những hành vi hoặc các hoạt động có liên quan đến các mục tiêu của tổ chức. Kết quả làm việc được Borman & Motowidlo (1993) cho rằng là một khái niệm đa biến, được Welbourne & ctg (1998) và sau đó là Shaffer & Shaffer (2005) phát triển, bao gồm hai thành phần: khả năng hoàn thành nhiệm vụ (task performance) và kết quả

thực hiện theo bối cảnh (contextual performance).

Dựa trên kết quả nghiên cứu của Campbell (1990), Shaffer & Shaffer (2005); Devonish & Greenidge (2010) đã thực hiện một nghiên cứu, trong đó kết quả làm việc được thể hiện thông qua ba thành phần: khả năng hoàn thành nhiệm vụ (task performance), kết quả thực hiện theo bối cảnh (contextual performance) và hành vi cản trở công việc (counterproductive work behaviors). Koopmans & ctg (2012) đưa ra thang đo khả năng thích nghi (adaptive performance) thay cho hành vi cản trở công việc.

2.3. Mối quan hệ giữa thông minh cảm xúc và kết quả làm việc

Theo Bar-On (2006) và Katsaros & ctg (2014), trí thông minh cảm xúc được khẳng định là có tác động đến khả năng thành công của một người trong việc đương đầu với các yêu cầu đặt ra về môi trường và áp lực, nó là một phần quan trọng của hành vi thực hiện công việc trong điều kiện làm việc căng thẳng. Theo Shooshtarian & ctg (2013), những nhân viên có trí tuệ cảm xúc càng cao sẽ càng dễ dàng đạt được hiệu quả trong công việc của họ, thậm chí giảm thiểu được xung đột giữa các lực lượng lao động, điều này cũng đồng nghĩa với việc nhân viên nhận thức được tác động của cảm xúc đến hành vi và kết quả. Dù trong bất cứ hoàn cảnh nào, nhân viên có thể điều chỉnh cảm xúc của chính mình và nhất quán với trách nhiệm công việc (Shiple & ctg, 2010).

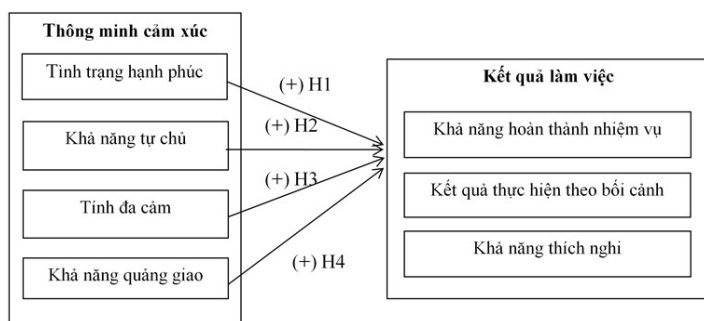
Thông minh cảm xúc liên quan đến các kỹ năng xã hội cần thiết để làm việc nhóm. Những người có trí thông minh cảm xúc cao sẽ thành công nhiều hơn trong sự nghiệp, việc xây dựng các mối quan hệ cá nhân cũng mạnh mẽ hơn, dẫn dắt người khác một cách hiệu quả hơn và có sức khỏe tốt hơn so với những người có trí thông minh cảm xúc ở mức thấp (Zeidner & ctg, 2004; Conte, 2005). Trí thông minh cảm xúc giúp các cá nhân đạt được thành công trong việc giao tiếp, giúp họ dễ thích nghi với hoàn cảnh và thông cảm với người khác (Shaffer & Shaffer, 2005); giúp gắn bó với tổ chức và giảm bớt áp lực công việc (Daus & Ashkanasy, 2005; Alnidawy, 2015; Arif & ctg, 2017).

Những nghiên cứu của Rode & ctg (2007); Moon & Hur (2011); Brackett & ctg, 2011; Shooshtarian & ctg (2013) đã chứng minh mối quan hệ giữa thông minh cảm xúc và kết quả làm việc của mỗi cá nhân.

2.4. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên các nghiên cứu trước đây, mô hình nghiên cứu được xây dựng với 4 biến độc lập là:

(1) tình trạng hạnh phúc; (2) khả năng tự chủ; (3) tính đa cảm; (4) khả năng quảng giao; biến phụ thuộc là kết quả làm việc, được xác định thông qua 3 thành phần: khả năng hoàn thành nhiệm vụ, kết quả thực hiện theo bối cảnh, khả năng thích nghi của nhân viên.



Hình 1: Mô hình nghiên cứu

Nhóm giả thuyết H1 - Tình trạng hạnh phúc tác động đến kết quả làm việc của nhân viên.

H1.1: Nhân viên càng cảm thấy hạnh phúc thì khả năng hoàn thành nhiệm vụ của nhân viên càng cao.

H1.2: Nhân viên càng cảm thấy hạnh phúc thì kết quả thực hiện theo bối cảnh của nhân viên càng cao.

H1.3: Nhân viên càng cảm thấy hạnh phúc thì khả năng thích nghi của nhân viên càng cao.

Nhóm giả thuyết H2 - Khả năng tự chủ tác động đến kết quả làm việc của nhân viên.

H2.1: Khả năng tự chủ càng cao thì khả năng hoàn thành nhiệm vụ của nhân viên càng cao.

H2.2: Khả năng tự chủ càng cao thì kết quả thực hiện theo bối cảnh của nhân viên càng cao.

H2.3: Khả năng tự chủ càng cao thì khả năng thích nghi của nhân viên càng cao.

Nhóm giả thuyết H3 - Tính đa cảm tác động đến kết quả làm việc của nhân viên.

H3.1: Tính đa cảm càng cao thì khả năng hoàn thành nhiệm vụ của nhân viên càng cao.

H3.2: Tính đa cảm càng cao thì kết quả thực hiện theo bối cảnh của nhân viên càng cao.

H3.3: Tính đa cảm càng cao thì khả năng thích nghi của nhân viên càng cao.

Nhóm giả thuyết H4 - Khả năng quảng giao tác động đến hiệu quả công việc của nhân viên.

H4.1: Khả năng quảng giao càng cao thì khả năng hoàn thành nhiệm vụ của nhân viên càng cao.

H4.2: Khả năng quảng giao càng cao thì kết quả thực hiện theo bối cảnh của nhân viên càng cao.

H4.3: Khả năng quảng giao càng cao thì khả năng thích nghi của nhân viên càng cao.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Xây dựng thang đo

Tình trạng hạnh phúc (well-being) cho thấy mức độ hạnh phúc, sự lạc quan và hài lòng trong cuộc sống của các cá nhân. Tình trạng hạnh phúc của cá nhân càng cao thể hiện rằng họ thỏa mãn và hài lòng đối với cuộc sống (Law & ctg, 2004; Shipley & ctg, 2010). Tình trạng hạnh phúc thể hiện việc một cá nhân luôn cảm thấy cuộc sống thú vị, tự thấy mình có một số phẩm chất tốt, có quan điểm tích cực với hầu hết mọi thứ, hài lòng về cuộc sống và vui vẻ tiếp nhận mọi điều xảy ra trong cuộc đời, tin tưởng rằng mọi việc sẽ kết thúc tốt đẹp trong cuộc sống (Wu, 2011).

Khả năng tự chủ (self-control) cho biết khả năng điều chỉnh áp lực và căng thẳng từ bên ngoài, khả năng kiểm soát những kích thích bộc phát. Các cá nhân có khả năng tự chủ thấp thường có xu hướng biểu thị hành vi bốc đồng và không có khả năng quản lý sự căng thẳng một cách đúng đắn (Mayer & ctg, 2000; Shipley & ctg, 2010; Goleman, 2001, 2007, 2013, 2014; Conte, 2005; Daus & Ashkanasy, 2005; Bar-On, 2006). Khả năng tự chủ thể hiện việc một cá nhân có khả năng điều chỉnh cảm xúc của bản thân, có xu hướng thay đổi suy nghĩ của bản thân thường xuyên, có thể đối phó với sự căng thẳng, có khả năng tham gia vào những việc mà bản thân không mong muốn, năng động, có động lực, có khả năng thích ứng với môi trường mới (Schutte & ctg, 1998; Wu, 2011; Arif et al, 2017).

Tính đa cảm (emotionality) cho biết khả năng nhận biết, biểu lộ cảm xúc và cách sử dụng thông tin này để phát triển và củng cố những mối quan hệ thân thiết với những người khác. Các cá nhân có tính đa cảm thấp sẽ gặp khó khăn trong việc nhận diện và diễn đạt cảm xúc của bản thân (Shipley & ctg, 2010; Goleman, 2001, 2007, 2013, 2014; Shaffer & Shaffer, 2005; Daus & Ashkanasy, 2005; Bar-On, 2006). Tính đa cảm thể hiện ở việc diễn đạt cảm xúc bằng từ ngữ, có thể nhìn mọi thứ từ quan điểm của người khác, quan tâm đến mọi người, đối xử tốt với mọi người, thể hiện tình cảm với những người thân, gắn kết tốt với những người thân thiết, thấu hiểu cho sai lầm của người khác (Schutte & ctg, 1998; Shipley & ctg, 2010; Wu, 2011; Arif et al, 2017).

Khả năng quảng giao (sociability) cho biết khả năng giao tiếp xã hội của một người, mức độ rõ ràng và tự tin khi họ giao tiếp với người khác. Yếu tố này khác với tính đa cảm vì nó đánh giá ảnh hưởng của cá nhân trong nhiều bối cảnh xã hội, chứ không chỉ là trong quan hệ cá nhân với gia đình và bạn bè. Cá nhân có khả năng quảng giao cao là người biết lắng nghe và là người giao tiếp đạt hiệu quả (Mayer & ctg, 2000; Shipley & ctg, 2010; Goleman, 2001, 2007, 2013, 2014; Petrides & Furnham, 2006; Daus & Ashkanasy, 2005; Bar-On, 2006). Khả năng quảng giao thể hiện khả năng thỏa thuận với mọi người, khả năng ủng hộ người khác, khả năng tác động đến cảm xúc của người khác, khả năng bảo vệ quyền lợi của mình, khả năng tự giới thiệu mình, khả năng chịu thua dù biết là mình đúng, khả năng kết nối với người lạ trong lần gặp đầu tiên (Wu, 2011; Arif et al, 2017).

Khả năng hoàn thành nhiệm vụ (task performance) được định nghĩa là các hoạt động chuyên môn, sự thành thạo của các cá nhân khi thực hiện nhiệm vụ, hay khả năng đáp ứng yêu cầu công việc (Koopmans & ctg, 2012). Khả năng hoàn thành nhiệm vụ được đo lường bởi khối lượng công việc thực hiện được so với mục tiêu đề ra, chất lượng công việc so với yêu cầu, kết quả cuối cùng đạt được, công sức, thời gian và chi phí để thực hiện công việc (Pulakos & ctg, 2000; Devonish & Greenidge, 2010; Koopmans & ctg, 2012).

Kết quả thực hiện theo bối cảnh (contextual performance) được định nghĩa là những hành vi hỗ trợ của mỗi cá nhân đối với các môi trường tâm lý, xã hội mà tổ chức phải thực hiện. Kết quả thực hiện theo bối cảnh không thể hiện sự đóng góp về chuyên môn cốt lõi. Kết quả thực hiện theo bối cảnh được đánh giá thông qua việc trở thành một người được tin cậy và có trách nhiệm, đạt kết quả mong muốn khi giao tiếp với người khác, chủ động giải quyết khi có vấn đề phát sinh, đưa ra những ý tưởng sáng tạo trong công việc, khởi xướng công việc mới ngay sau khi nhiệm vụ được hoàn thành, có khả năng yêu cầu người khác giúp đỡ khi cần thiết, học hỏi từ những phản hồi và bối cảnh, chú ý đến người khác khi thực hiện công việc (Pulakos & ctg, 2000; Devonish & Greenidge, 2010; Koopmans & ctg, 2012).

Khả năng thích nghi (adaptive performance) được định nghĩa là mức độ mà một cá nhân thích nghi với những thay đổi của môi trường. Thang đo này bao gồm: khả năng cập nhật kiến thức, khả năng phát triển các kỹ năng, sự linh hoạt khi thực hiện công việc, khả năng đương đầu với những

tình huống khó khăn và sự thất bại trong công việc, khả năng lấy lại bình tĩnh sau khi gặp khó khăn, khả năng đưa ra các giải pháp sáng tạo cho các vấn đề mới, khả năng đương đầu với rủi ro và sự bất ổn, mức độ dễ dàng điều chỉnh để thay đổi trong công việc của mỗi cá nhân (Pulakos & ctg, 2000; Devonish & Greenidge, 2010; Koopmans & ctg, 2012).

3.2. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu định tính được tiến hành bằng cách thảo luận nhóm với 10 chuyên gia trong các công ty kinh doanh du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh để xác nhận mô hình nghiên cứu và điều chỉnh thang đo các nhân tố thuộc trí thông minh cảm xúc tác động đến kết quả làm việc của nhân viên. Thảo luận nhóm được thực hiện vào 11/3/2017, trong khoảng 3 giờ đồng hồ. Các chuyên gia là các nhà quản lý cấp trung, có trên 5 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực.

Kích thước mẫu được xác định là 53 biến quan sát * 5 = 265 (theo Hoàng & Chu, 2005). Tuy nhiên, để tăng tính đại diện cho mẫu và độ tin cậy của nghiên cứu thì nghiên cứu định lượng được tiến hành với 400 nhân viên làm việc trong các công ty kinh doanh dịch vụ du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh trong khoảng thời gian từ 27/3/2017 đến 15/5/2017. Phương pháp lấy mẫu thuận tiện phi xác suất được áp dụng để tạo sự thuận lợi cho việc thu thập số liệu trong bối cảnh thời gian và chi phí thu thập số liệu hạn chế. Tổng số phiếu phát ra là 400 phiếu, số phiếu thu vào là 400 phiếu, số phiếu không hợp lệ 52 phiếu, số phiếu hợp lệ 348 phiếu.

Phần mềm SPSS 20 được sử dụng để đánh giá độ tin cậy của thang đo, phân tích nhân tố khám phá EFA, sau đó phân tích hồi quy và đo lường mức độ tác động của các nhân tố thông minh cảm xúc đến hiệu quả công việc của nhân viên.

Nội dung bản câu hỏi gồm hai phần chính. Phần I gồm 53 phát biểu đo lường nhận thức của nhân viên kinh doanh về tình trạng hạnh phúc, mức độ tự chủ, tính đa cảm, khả năng quảng giao, khả năng hoàn thành nhiệm vụ, kết quả thực hiện theo bối cảnh, và khả năng thích nghi. Mỗi phát biểu được đo lường dựa trên thang đo Likert gồm 5 mức từ rất không đồng ý đến rất đồng ý. Phần II gồm các câu hỏi về thông tin cá nhân của đáp viên.

4. Kết quả nghiên cứu

Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu bao gồm 60,1% là nam và 39,9% là nữ. Về độ tuổi: từ 30 tuổi trở xuống là 26,7%; từ 31-40 tuổi là 27,9%; từ 41-50 tuổi là 24,1%; trên 50 tuổi là 21,3%. Về thâm niên công tác: dưới 3 năm là

25%; từ 3-5 năm là 31,3%; từ 6-10 năm là 32,2%; trên 10 năm là 11,5%. Trình độ học vấn đại học chiếm đến 51,7%, Thu nhập bình quân hàng tháng: từ 3-5 triệu đồng chiếm đến 36,8%.

Kết quả kiểm định thang đo

Các thang đo nghiên cứu được đánh giá độ tin cậy thông qua phân tích hệ số Cronbachs Alpha. Kết quả cho thấy các hệ số Cronbachs Alpha đều đạt yêu cầu lớn hơn 0,6 và hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 (Nguyễn, 2011), nên các thang đo đều được giữ lại trong mô hình để chạy EFA (Bảng 1). Phân tích nhân tố khám phá EFA đạt yêu cầu khi hệ số này lớn hơn 0,5; đồng thời, hệ số đo lường mức độ phù hợp của mẫu KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) phải lớn hơn hoặc bằng 0,5; tổng phương sai trích lớn hơn hoặc bằng 50% và hệ số Eigenvalue lớn hơn 1 (Nguyễn, 2011).

Bảng 1: Kết quả kiểm định thang đo và phân tích nhân tố

TT	Khái niệm	Thành phần	Số biến quan sát	Hệ số Cronbach's Alpha	Hệ số tải nhân tố	Tổng phương sai trích %
1	Thông minh cảm xúc	Tình trạng hạnh phúc	6	0,879	0,753; 0,804; 0,751; 0,773; 0,592; 0,799	57,312
2		Khả năng tự chủ	8	0,876	0,657; 0,772; 0,714; 0,726; 0,674; 0,701; 0,755; 0,719	
3		Tính đa cảm	8	0,877	0,660; 0,696; 0,729; 0,688; 0,717; 0,702; 0,790; 0,757	
4		Khả năng quảng giao	7	0,862	0,688; 0,707; 0,700; 0,717; 0,653; 0,772; 0,698	
5	Kết quả làm việc	Khả năng hoàn thành nhiệm vụ	8	0,891	0,736; 0,782; 0,775; 0,717; 0,729; 0,688; 0,785; 0,775	58,339
6		Kết quả thực hiện theo bối cảnh	8	0,898	0,807; 0,654; 0,726; 0,766; 0,813; 0,674; 0,735; 0,756	
7		Khả năng thích nghi	8	0,892	0,804; 0,589; 0,757; 0,788; 0,611; 0,731; 0,756; 0,772	

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu điều tra của tác giả

Kết quả phân tích nhân tố khám phá cho thấy trích được 4 nhân tố thuộc các biến độc lập gồm: khả năng tự chủ (TC), tính đa cảm (DC), khả năng quảng giao (QG) và tình trạng hạnh phúc (HP). Kết quả phân tích cho thấy hệ số KMO là 0,898 lớn hơn 0,5 (đạt yêu cầu); hệ số tải nhân tố (factor loading) của các biến đều lớn hơn 0,5 (đạt yêu cầu). Vì vậy, các biến quan sát đều được đưa vào để phân tích hồi quy. Tổng phương sai trích là

57,312% lớn hơn 50% (đạt yêu cầu); điểm dừng Eigenvalues là 1,765 lớn hơn 1 (đạt yêu cầu). Kết quả phân tích này cho thang đo các nhân tố thông minh cảm xúc đạt giá trị hội tụ.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá đã trích được 4 nhân tố thuộc các biến phụ thuộc bao gồm: Kết quả thực hiện theo bối cảnh (THBC), Khả năng hoàn thành nhiệm vụ (HTNV), Khả năng thích nghi (KNTN) và Hành vi hỗ trợ công việc (HTCV). Trong đó, hệ số KMO là 0,921 lớn hơn 0,5 (đạt yêu cầu); Barlett với sig. là 0,000 nhỏ hơn 0,05 (đạt yêu cầu); hệ số tải nhân tố (factor loading) của các biến đều lớn hơn 0,5 (đạt yêu cầu); Tổng phương sai trích là 58,339% lớn hơn 50% (đạt yêu cầu); Điểm dừng Eigenvalues là 2,566 lớn hơn 1 (đạt yêu cầu). Do vậy, các thang đo thành phần hiệu quả công việc đạt giá trị hội tụ.

Phân tích tương quan

Các hệ số tương quan lần lượt giữa các biến phụ thuộc HTNV, THBC, KNTN và các biến độc lập lần lượt với các biến độc lập HP, TC, DC, QG, DT được thể hiện trong Bảng 2. Các hệ số tương quan này đều có ý nghĩa ở độ tin cậy 99%, cho thấy các biến độc lập có thể đưa vào mô hình để giải thích cho biến phụ thuộc. Ngoài ra, hệ số tương quan giữa các biến độc lập với nhau và với biến phụ thuộc không vượt quá hệ số điều kiện 0,850 (John và Benet-Martinez, 2000). Điều đó chứng minh rằng giá trị phân biệt đã đạt được. Hay nói cách khác, các thang đo trong nghiên cứu này đã đo lường được các khái niệm nghiên cứu khác nhau. (Bảng 2)

Kết quả phân tích hồi quy

Phân tích hồi quy đối với biến Khả năng hoàn thành nhiệm vụ

Bảng 3 cho thấy mô hình hồi quy là phù hợp với tập dữ liệu (R^2 hiệu chỉnh = 0,346); cho thấy mức độ phù hợp của mô hình là 34,6% hay nói cách khác các biến độc lập giải thích được cho 34,6% biến phụ thuộc. Đối với các yếu tố đo lường về khái niệm thì mức độ này là chấp nhận được.

Bảng 2: Phân tích tương quan

Các yếu tố	HP	TC	DC	QG	HTNV	THBC	KNTN
Tình trạng hạnh phúc (HP)	1						
Khả năng tự chủ (TC)	0,156**	1					
Tính đa cảm (DC)	0,080	0,133**	1				
Khả năng quảng giao (QG)	0,252**	0,201**	0,060	1			
Khả năng hoàn thành nhiệm vụ (HTNV)	0,324**	0,330**	0,303**	0,382**	1		
Kết quả thực hiện theo bối cảnh (THBC)	0,226**	0,236**	0,342**	0,223**	0,198**	1	
Khả năng thích nghi (KNTN)	0,330**	0,333**	0,397**	0,320**	0,102**	0,163**	1

Ghi chú: **Tương quan Pearson có ý nghĩa thống kê ở mức 0,01; n = 348

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu điều tra của tác giả

Tất cả các dung sai đều lớn hơn 0,6 và các hệ số VIF đều nhỏ hơn 2 nên hiện tượng đa cộng tuyến không là vấn đề nghiêm trọng đối với các biến trong mô hình hồi quy này. Mức ý nghĩa 0,000 (đạt tiêu chuẩn nhỏ hơn 0,05) cho thấy các giả thuyết H1.1, H2.1, H3.1, H4.1 được chấp nhận ở độ tin cậy 100%. Hệ số beta của các biến này đều mang dấu dương chứng tỏ mối liên hệ tác động của biến độc lập lên biến phụ thuộc là cùng chiều.

Theo kết quả phân tích, Khả năng hoàn thành nhiệm vụ của nhân viên đang làm trong một số công ty kinh doanh du lịch tại TP.HCM chịu tác động mạnh nhất bởi các nhân tố, lần lượt là: Khả năng tự chủ ($\beta=0,235$), Tình trạng hạnh phúc ($\beta=0,221$), Khả năng quảng giao ($\beta=0,221$) và Tính đa cảm ($\beta=0,220$).

Phân tích hồi quy đối với biến Kết quả thực hiện theo bối cảnh

Bảng 4 cho thấy mô hình hồi quy là phù hợp với tập dữ liệu (R^2 hiệu chỉnh = 0,309); cho thấy mức độ các biến độc lập giải thích được cho 30,9% biến phụ thuộc. Đối với các yếu tố đo lường về khái niệm thì mức độ này là chấp nhận được.

Bảng 3: Kết quả mô hình hồi quy Khả năng hoàn thành nhiệm vụ

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai lệch chuẩn	Beta			Dung sai	VIF
Hằng số	0,966	0,237		4,082	0,000		
HP	0,189	0,049	0,221	3,887	0,000	0,674	1,483
TC	0,185	0,040	0,235	4,640	0,000	0,847	1,181
DC	0,177	0,040	0,220	4,386	0,000	0,865	1,156
QG	0,197	0,051	0,221	3,897	0,000	0,677	1,477

Giá trị F = 42,242; Mức ý nghĩa của F = 0,000
 R^2 hiệu chỉnh = 0,346
 Biến phụ thuộc: Khả năng hoàn thành nhiệm vụ (HTNV)

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu điều tra của tác giả

Bảng 4: Kết quả mô hình hồi quy Kết quả thực hiện theo bối cảnh

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	T	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai lệch chuẩn	Beta			Dung sai	VIF
Hằng số	1,559	0,195		7,996	0,000		
HP	0,080	0,040	0,117	2,010	0,045	0,674	1,483
TC	0,130	0,033	0,206	3,963	0,000	0,847	1,181
DC	0,180	0,033	0,277	5,402	0,000	0,865	1,156
QG	0,155	0,042	0,216	3,726	0,000	0,677	1,477

Giá trị F = 41,923; Mức ý nghĩa của F = 0,000
 R^2 hiệu chỉnh = 0,309
 Biến phụ thuộc: Kết quả thực hiện theo bối cảnh (THBC).

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu điều tra của tác giả

Tất cả các dung sai đều lớn hơn 0,6 và các hệ số VIF đều nhỏ hơn 2 nên hiện tượng đa cộng tuyến không là vấn đề nghiêm trọng đối với các biến trong mô hình hồi quy này. Mức ý nghĩa 0,05 (đạt tiêu chuẩn) cho thấy các giả thuyết H1.2, H2.2, H3.2, H4.2 được chấp nhận ở độ tin cậy 95%. Hệ số beta của các biến này đều mang dấu dương chứng tỏ mối liên hệ tác động của biến độc lập lên biến phụ thuộc là cùng chiều.

Như vậy, Kết quả thực hiện theo bối cảnh của nhân viên đang làm trong một số công ty kinh doanh du lịch tại TP.HCM chịu tác động mạnh nhất bởi các nhân tố, lần lượt là: Tính đa cảm ($\beta=0,277$), Khả năng quảng giao ($\beta=0,216$), Khả năng tự chủ ($\beta=0,206$) và Tình trạng hạnh phúc ($\beta=0,117$). Vì vậy để tăng kết quả thực hiện theo bối cảnh của nhân viên cần tác động mạnh lên nhân tố Tính đa cảm.

Phân tích hồi quy đối với biến Khả năng thích nghi

Bảng 5 cho thấy mô hình hồi quy là phù hợp với tập dữ liệu (R^2 hiệu chỉnh = 0,329); cho thấy các biến độc lập giải thích 32,9% biến phụ thuộc. Tất cả các dung sai đều lớn hơn 0,6 và các hệ số VIF đều nhỏ hơn 2 nên hiện tượng đa cộng tuyến không là vấn đề nghiêm trọng đối với các biến trong mô hình hồi quy này. Mức ý nghĩa 0,000 (đạt tiêu chuẩn nhỏ hơn 0,05) cho thấy các giả thuyết H1.3, H2.3, H3.3, H4.3 được chấp nhận ở độ tin cậy 100%. Hệ số beta của các biến này đều mang dấu dương chứng tỏ mối liên hệ tác động của biến độc lập lên biến phụ thuộc là cùng chiều.

Khả năng thích nghi của nhân viên đang làm trong một số công ty kinh doanh du lịch tại TP. HCM chịu tác động mạnh nhất bởi các nhân tố, lần lượt là: Khả năng tự chủ ($\beta=0,366$), Khả năng quảng giao ($\beta=0,285$), Tình trạng hạnh phúc ($\beta=0,215$) và Tính đa cảm ($\beta=0,175$). Vì vậy để tăng khả năng thích nghi của nhân viên cần tác động mạnh lên nhân tố Khả năng tự chủ.

Thực hiện kiểm định phương sai Anova để so sánh sự khác biệt của kết quả làm việc đối với độ tuổi nhân viên, trình độ học vấn và thu nhập. Kết quả kiểm định cho thấy, với mức ý nghĩa $\text{Sig.} > 0,05$; phương sai khả năng hoàn thành nhiệm vụ, kết quả thực hiện theo bối cảnh và khả năng thích nghi được cảm nhận bởi các nhân viên có độ tuổi khác nhau là không khác nhau; tương tự, không thấy có sự khác biệt về kết quả làm việc đối với trình độ học vấn và thu nhập.

5. Kết luận và hàm ý quản lý

Kết luận

Phương pháp nghiên cứu định lượng ($n=348$) đã cho thấy có mối quan hệ giữa các yếu tố thuộc về trí thông minh cảm xúc và kết quả làm việc của nhân viên kinh doanh trong các công ty du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh. Trí thông minh cảm xúc được xác định bởi tình trạng hạnh phúc, khả năng

Bảng 5: Kết quả mô hình hồi quy Khả năng thích nghi

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thông kê đa cộng tuyến	
	B	Sai lệch chuẩn	Beta			Dung sai	VIF
Hằng số	1,248	0,190		6,583	0,000		
HP	0,157	0,039	0,215	4,023	0,000	0,674	1,483
TC	0,245	0,032	0,366	7,647	0,000	0,847	1,181
DC	0,120	0,032	0,175	3,708	0,000	0,865	1,156
QG	0,216	0,041	0,285	5,332	0,000	0,677	1,477
Giá trị $F = 43,446$; Mức ý nghĩa của $F = 0,000$ R^2 hiệu chỉnh = 0,329 Biến phụ thuộc: Khả năng thích nghi (KNTN).							

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu điều tra của tác giả

tự chủ, tính đa cảm, khả năng quảng giao. Thông minh cảm xúc của các nhân viên tại các công ty du lịch ở mức độ khá. Hiệu quả làm việc của nhân viên tại các công ty kinh doanh du lịch được thể hiện thông qua ba thành phần, đó là: khả năng hoàn thành công việc, kết quả thực hiện theo bối cảnh, khả năng thích nghi.

Tình trạng hạnh phúc được đánh giá thấp nhất (Mean = 3,34); khả năng tự chủ và khả năng quảng giao được đánh giá là tốt đối với các nhân viên (Mean = 3,71; 3,83); tính đa cảm ở mức độ thấp hơn (Mean = 3,58). Khả năng thích nghi có giá trị trung bình lớn nhất (Mean = 3,70); tiếp theo là khả năng hoàn thành nhiệm vụ (3,48); và cuối cùng là kết quả thực hiện theo bối cảnh (3,39). Độ lệch chuẩn nằm trong khoảng 0,72 - 1,31 cho thấy không có sự khác biệt lớn trong cách đánh giá của các đáp viên về thông minh cảm xúc và kết quả làm việc.

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy khả năng thích nghi chịu tác động mạnh nhất của khả năng tự chủ ($\beta=0,366$), tiếp đến là khả năng quảng giao ($\beta=0,285$), tình trạng hạnh phúc ($\beta=0,215$) và cuối cùng là tính đa cảm ($\beta=0,175$). Nhân viên càng chủ động, có khả năng giao tiếp tốt, càng cảm thấy hạnh phúc và thông cảm với người khác thì càng có khả năng thích nghi tốt và điều đó mang lại kết quả làm việc tốt. Điều này phù hợp với các nghiên cứu trước (Pulakos & ctg, 2000; Devonish & Greenidge, 2010; Koopmans & ctg, 2012).

Khả năng hoàn thành nhiệm vụ chịu tác động của cả bốn thành phần thuộc thông minh cảm xúc, tuy nhiên mức độ khác biệt không quá lớn. Điều này có thể giải thích rằng nhân viên các công ty du lịch có khả năng hoàn thành kết quả công việc tốt nhờ vào khả năng tự chủ, tình trạng hạnh phúc của bản thân, khả năng giao tiếp, khả năng thấu hiểu và thông cảm với người khác. Điều này phù hợp với kết quả nghiên cứu của Shooshtarian & ctg (2013); Devonish & Greenidge (2010); Koopmans & ctg (2012).

Kết quả thực hiện theo bối cảnh chịu tác động mạnh nhất của tính đa cảm ($\beta=0,277$), tiếp đến là

khả năng quảng giao ($\beta=0,216$); khả năng tự chủ và tình trạng hạnh phúc có tác động ít hơn đến kết quả thực hiện theo bối cảnh. Điều này giải thích rằng nhân viên kinh doanh dịch vụ du lịch có thể gắn kết với người khác, có khả năng diễn đạt cảm xúc bằng ngôn ngữ, có khả năng tự chủ và cảm thấy hạnh phúc thì kết quả thực hiện theo bối cảnh càng cao. Điều này phù hợp với các nghiên cứu của Devonish & Greenidge (2010); Koopmans & ctg (2012).

Hàm ý quản lý

Trong số ba thành phần của kết quả làm việc, khả năng thích nghi được đánh giá tốt nhất, (điểm trung bình cao nhất theo theo kết quả khảo sát), điều này phù hợp với đối tượng khảo sát là nhân viên kinh doanh làm việc trong các công ty du lịch, họ là những người năng động, nhiệt huyết và sáng tạo; bối cảnh công việc cũng linh hoạt. Trong số các yếu tố thông minh cảm xúc thì khả năng tự chủ có mức độ ảnh hưởng mạnh nhất đến khả năng thích nghi và khả năng hoàn thành nhiệm vụ. Các nhà quản trị cần hoạch định công tác đào tạo, huấn luyện cho nhân viên về các kỹ năng mềm góp phần hỗ trợ trong công việc của nhân viên đồng thời giúp cho nhân viên chủ động hơn, nhằm phát huy tối đa tính sáng tạo, linh hoạt của bản thân. Nhân tố khả năng quảng giao cũng có tác động mạnh nhất đến khả năng thích nghi. Trong môi trường năng động, đầy thách thức như lĩnh vực du lịch, khả năng quảng giao của nhân viên sẽ giúp phát triển các mối quan hệ giữa nhân viên với khách hàng, giữa nhân viên với đồng nghiệp và giữa nhân viên với cấp trên nhằm giúp cho nhân viên có thể đạt được kết quả làm việc tốt. Các nhà quản trị nên quan tâm đến việc đào tạo, huấn luyện về kỹ năng giao tiếp cho đội ngũ nhân viên của đơn vị.

Nhân tố tính đa cảm có tác động mạnh đến kết quả thực hiện theo bối cảnh. Đội ngũ nhân viên cần phải am hiểu về thị hiếu của khách hàng, nhạy bén trong việc nắm bắt tâm tư nguyện vọng của họ để có thể đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao từ phía khách hàng. Từ

đó, duy trì các mối quan hệ đã có với lực lượng khách hàng tiềm năng và đồng thời phát triển, tạo dựng các mối quan hệ mới góp phần đa dạng hóa các loại hình, dịch vụ du lịch của doanh nghiệp. Nhà quản lý cần chú trọng đến thái độ phục vụ khách hàng của đội ngũ nhân viên thông qua nhiều hình thức như: hộp thư góp ý, phiếu phản hồi về thái độ phục vụ của nhân viên công ty, đồng thời thiết lập các quy định chung cho đội ngũ nhân viên về văn hóa ứng xử cũng như giao tiếp khi làm việc. Bên cạnh đó, các nhà quản trị cũng nên xây dựng các tiêu chí đánh giá, kiểm tra, giám sát cụ thể, rõ ràng và chặt chẽ.

Khi nhân viên cảm thấy vui vẻ, lạc quan thì động lực làm việc của họ sẽ gia tăng, giúp đạt được kết quả cao. Nhà quản lý cũng cần chú trọng đến sự hài lòng, hạnh phúc, động lực, tinh thần và thái độ làm việc tích cực của nhân viên, bởi nó góp phần làm tăng kết quả làm việc và mang lại sự thành công cho doanh nghiệp. ◆

Tài liệu tham khảo:

1. Arif, Z.M., Raman, A., Don, A., (2017), *The influence of emotional quotient (EQ) towards novice teachers work stress and organizational commitment*, International Journal of Academic Research and Development, Volume 2, Issue 2, 11-17.
2. Alnidawy, A.A.B. (2015), *The Effect of Emotional Intelligence on Job Satisfaction: Applied Study in the Jordanian Telecommunication Sector*, International Journal of Business Administration, Vol. 6, No. 3, 63-71.
3. Bar-On, R. (2006). *The Bar-On model of emotional-social intelligence*. Psicothema. Vol.18; 13-25.
4. Borman, W. C., & Motowidlo, S. M. (1993), *Expanding the criterion domain to include elements of contextual performance*, *Personnel Selection in Organizations*; San Francisco: Jossey-Bass, 71.

5. Brackett, M. A., Rivers, S. E., & Salovey, P. (2011), *Emotional intelligence: Implications for personal, social, academic, and workplace success*, *Social and Personality Psychology Compass*, 5(1); 88-103.

6. Campbell, J. P. (1999), *The definition and measurement of performance in the new age*, In D. R. Ilgen & E. D. Pulakos (Eds), *the changing nature of performance: Implications for staffing, motivation, and development*: 399-429, San Francisco, Calif: Jossey-Bass.

7. Conte, J. M. (2005), *A review and critique of emotional intelligence measures*. *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 26, Issue. 4; 433-441.

Summary

The study aimed to determine the relationship between Emotional Intelligence and the performance of sales staff in tourism companies in Ho Chi Minh City. Qualitative and quantitative methods are used to analyze data. Research results show that the performance of the sales staff (expressed through three components: ability to complete tasks, performance results in specific context, and adaptability) will be affected by Emotional Intelligence (expressed through 4 components: happiness status, self-control, sentimentality and sociability). In particular, the ability to self-control has a strong influence on the ability to fulfill tasks and especially the adaptability of each individual, whereas the sentimentality strongly influences the performance in the context. From the findings, the author recommends a number of management implications to help increase the performance of staff working in tourism companies.