

ẢNH HƯỞNG CỦA LAO ĐỘNG CẢM XÚC ĐẾN CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ CỦA NHÂN VIÊN BUỒNG PHÒNG TRONG DOANH NGHIỆP KHÁCH SẠN: TRƯỜNG HỢP KHÁCH SẠN INDIGO SAIGON

Nguyễn Như Quỳnh
Trường Đại học FPT
Email: diemhuynh050425@gmail.com

Tóm tắt: Nghiên cứu này xem xét ảnh hưởng của lao động cảm xúc đến chất lượng phục vụ của nhân viên buồng phòng tại khách sạn Indigo Saigon. Trên cơ sở lý thuyết về lao động cảm xúc và chất lượng dịch vụ, nghiên cứu tập trung vào ba thành phần gồm diễn xuất bề mặt, diễn xuất chiều sâu và cảm xúc tự nhiên. Dữ liệu được thu thập từ 47 nhân viên buồng phòng và phân tích bằng các kỹ thuật thống kê mô tả, Cronbach's Alpha, EFA và hồi quy tuyến tính. Kết quả cho thấy các thang đo đều đạt độ tin cậy và giá trị phân biệt phù hợp. Mô hình hồi quy giải thích được 52,4% sự biến thiên của chất lượng phục vụ. Trong đó, diễn xuất chiều sâu có ảnh hưởng tích cực và mạnh nhất đến chất lượng phục vụ, trong khi diễn xuất bề mặt có tác động ngược chiều. Cảm xúc tự nhiên không có ý nghĩa thống kê trong mô hình. Kết quả nghiên cứu gợi ý rằng doanh nghiệp khách sạn cần chú trọng phát triển năng lực điều tiết cảm xúc thực chất, giảm áp lực cảm xúc hình thức và xây dựng môi trường làm việc hỗ trợ nhân viên buồng phòng duy trì chất lượng phục vụ ổn định.

Từ khóa: Lao động cảm xúc; chất lượng phục vụ; nhân viên buồng phòng; khách sạn Indigo Saigon.

THE INFLUENCE OF EMOTIONAL LABOR ON SERVICE QUALITY OF HOUSEKEEPING STAFF IN HOTEL BUSINESSES: THE CASE OF INDIGO SAIGON HOTEL

Abstract: This study examines the influence of emotional labor on the service quality of housekeeping staff at Indigo Saigon Hotel. Drawing on emotional labor and service quality theories, the study focuses on three dimensions of emotional labor: surface acting, deep acting, and naturally felt emotion. Data were collected from 47 housekeeping employees and analyzed using descriptive statistics, Cronbach's Alpha, exploratory factor analysis (EFA), and linear regression. The findings indicate that all measurement scales achieved acceptable reliability and validity. The regression model explained 52,4% of the variance in service quality. Among the independent variables, deep acting had the strongest positive effect on service quality, whereas surface acting showed a negative effect. Meanwhile, naturally felt emotion did not have a statistically significant impact. The results suggest that hotel managers should pay greater attention to developing employees' emotional regulation capabilities, minimizing excessive emotional pressure, and creating a supportive work environment to help housekeeping staff maintain consistent service quality.

Keywords: Emotional labor; service quality; housekeeping staff; Indigo Saigon Hotel.

Nhận bài: 23/04/2026

Phản biện: 21/05/2026

Duyệt đăng: 24/05/2026

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt của ngành khách sạn hiện nay, chất lượng dịch vụ luôn được xem là yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp tạo dựng lợi thế cạnh tranh và gia tăng sự hài lòng của khách hàng. Trong bộ máy vận hành đó, bộ phận buồng phòng tuy ít có cơ hội tiếp xúc trực tiếp và thường xuyên với khách như lễ tân hay nhà hàng, nhưng kết quả công việc của họ lại mang tính quyết định, ảnh hưởng sâu sắc đến trải nghiệm lưu trú tổng thể của du khách. Trên thực tế, nhân viên buồng phòng luôn phải đối mặt với nhiều áp lực đa chiều: từ giới hạn thời gian dọn dẹp nghiêm ngặt, yêu cầu khắt khe về tiêu chuẩn vệ sinh, cho đến việc xử lý các tình huống tương tác ngẫu nhiên với khách và phối hợp nhịp nhàng với các bộ phận nội bộ (Chen và cộng sự, 2019).

Trong bối cảnh ngành du lịch – khách sạn chịu tác động từ chuyển đổi số và áp lực thích ứng nghề

nghiệp (Nguyễn Tuấn Anh & Lê Quý Duy, 2025), các yếu tố tâm lý nghề nghiệp và sự gắn kết của người lao động ngày càng được xem là điều kiện quan trọng để duy trì chất lượng dịch vụ và hiệu quả công việc (Lê Lâm Huỳnh Thông, 2025). Bên cạnh lao động thể chất, nhân viên buồng phòng còn phải thực hiện lao động cảm xúc, tức quá trình điều tiết cảm xúc nhằm duy trì thái độ chuẩn mực theo yêu cầu của tổ chức. Lao động cảm xúc có thể tác động mạnh mẽ đến thái độ làm việc, hành vi ứng xử và từ đó quyết định hiệu quả cũng như chất lượng phục vụ của nhân viên (Duong et al. 2023). Mặc dù các mô hình trước đây đã chỉ ra tầm quan trọng của lao động cảm xúc trong ngành dịch vụ, nhưng hiện nay vẫn còn một khoảng trống lớn khi có rất ít nghiên cứu tập trung chuyên sâu vào đối tượng nhân viên buồng phòng tại các khách sạn cao cấp ở Việt Nam.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý thuyết và tổng quan nghiên cứu

2.1.1. Lao động cảm xúc trong ngành khách sạn

Lao động cảm xúc là một khái niệm không thể thiếu khi nghiên cứu về nguồn nhân lực trong ngành dịch vụ. Theo Hochschild (1983), đây là quá trình quản lý điều tiết cảm xúc để tạo ra một biểu hiện nét mặt và cơ thể có thể quan sát được trước công chúng, nhằm đáp ứng các quy định của tổ chức. Đồng tình với quan điểm này, Grandey (2000) định nghĩa lao động cảm xúc là một kiểu điều tiết, trong đó nhân viên phải kiểm soát tình cảm và cảm xúc của họ theo mong muốn của tổ chức khi tiếp xúc với khách hàng. Quá trình này được chia thành hai khía cạnh chính: diễn xuất bề mặt (surface acting) và diễn xuất chiều sâu (deep acting).

Diễn xuất bề mặt xảy ra khi nhân viên chỉ đơn thuần che giấu cảm xúc thật và giả vờ thể hiện cảm xúc phù hợp với yêu cầu. Ngược lại, diễn xuất chiều sâu là sự nỗ lực điều chỉnh cảm xúc từ bên trong để thực sự trải nghiệm những cảm xúc phù hợp với chuẩn mực phục vụ. Trong môi trường khách sạn đầy áp lực, việc liên tục điều tiết cảm xúc nếu không được quản lý tốt sẽ dễ dẫn đến cảm giác kiệt sức bởi công việc, hay còn gọi là cạn kiệt cảm xúc (Maslach & Jackson, 1981) và căng thẳng nghề nghiệp kéo dài.

2.1.2. Đặc thù lao động cảm xúc của nhân viên buồng phòng

Mặc dù là bộ phận “hậu trường”, nhân viên buồng phòng lại gánh vác khối lượng lao động cảm xúc không hề nhỏ. Đặc thù công việc của họ thường xuyên xoay quanh các áp lực lớn: từ việc phải dọn phòng đúng thời gian quy định, đến yêu cầu phải luôn tươi cười, duy trì thái độ lịch sự mỗi khi tình cờ chạm mặt khách trên hành lang hay trong thang máy. Thêm vào đó, họ còn phải bình tĩnh xử lý các phản nàn, các yêu cầu phát sinh bất ngờ từ khách hàng. Tính chất công việc diễn ra trong không gian kín, môi trường lao động ít có cơ hội tiếp xúc để được khách hàng ghi nhận và tán dương trực tiếp cũng khiến nhân viên dễ cảm thấy áp lực. Đặc biệt tại một khách sạn đẳng cấp quốc tế như Indigo Saigon, việc phải tuân thủ các tiêu chuẩn dịch vụ khắt khe càng đòi hỏi họ phải nỗ lực kiểm soát và điều tiết tâm lý liên tục. Điều này cũng phản ánh xu hướng mới trong quản trị nhân lực khách sạn, khi các năng lực hành vi, khả năng thích ứng và kỹ năng cảm xúc ngày càng trở thành yêu cầu quan trọng đối với nhân viên dịch vụ trong môi trường khách sạn cao cấp (Lê Lâm Huỳnh Thông, 2026).

2.1.3. Chất lượng phục vụ của nhân viên buồng phòng

Trong bộ phận buồng phòng, chất lượng phục vụ không chỉ dừng lại ở sự sạch sẽ. Nó bao hàm một hệ thống tiêu chí khắt khe: chất lượng vệ sinh phòng nghỉ, tốc độ hoàn thành công việc đúng tiến độ, sự cẩn trọng và tuân thủ nghiêm ngặt các quy trình tác nghiệp. Hơn thế nữa, thái độ phục vụ chuyên nghiệp, khả năng đáp ứng nhanh chóng, linh hoạt các yêu cầu riêng biệt của khách và sự phối hợp nhịp nhàng với các bộ phận liên quan (như lễ tân, bảo trì) cũng là những yếu tố quyết định để tạo nên một trải nghiệm lưu trú hoàn hảo.

2.1.4. Mối quan hệ giữa lao động cảm xúc và chất lượng phục vụ

Các nghiên cứu đã chứng minh rằng cách nhân viên quản lý lao động cảm xúc có tác động trực tiếp đến đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ. Khi lao động cảm xúc được thực hiện một cách phù hợp, nhân viên sẽ duy trì được thái độ chuyên nghiệp, thân thiện. Cụ thể, việc sử dụng kỹ thuật diễn xuất chiều sâu giúp nhân viên tạo ra những kết quả tích cực, ít kiệt sức hơn và mang lại hiệu quả dịch vụ tốt hơn (Grandey, 2000).

Trái lại, diễn xuất bề mặt có xu hướng dẫn tới các cảm xúc và kết quả hành vi tiêu cực. Nếu nhân viên lạm dụng diễn xuất bề mặt trong thời gian dài, họ sẽ dễ rơi vào trạng thái căng thẳng, dẫn đến cạn kiệt cảm xúc và làm giảm rõ rệt hiệu quả cũng như chất lượng phục vụ khách hàng. Chính vì vậy, khả năng điều tiết cảm xúc theo hướng tích cực là chìa khóa cốt lõi để nhân viên buồng phòng duy trì năng suất công việc ổn định và đảm bảo trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng trong điều kiện áp lực cao.

2.2. Kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu tiền hành phát phiếu khảo sát trực tiếp đến nhân viên bộ phận buồng phòng tại khách sạn Indigo Saigon. Sau khi thu thập và làm sạch dữ liệu, có 47 phiếu hợp lệ được đưa vào phân tích. Mẫu nghiên cứu gồm 47 nhân viên buồng phòng tại khách sạn Indigo Saigon. Về giới tính, nữ chiếm tỷ lệ cao hơn nam, với 32 người, tương ứng 68,1%, trong khi nam chiếm 31,9%. Cơ cấu này khá phù hợp với đặc thù lao động của bộ phận buồng phòng, nơi nhân sự nữ thường chiếm ưu thế do yêu cầu cao về sự tỉ mỉ, cẩn trọng và tính ổn định trong thao tác phục vụ. Về độ tuổi, nhóm từ 25 đến 35 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất với 53,2%, cho thấy lực lượng lao động buồng phòng tại khách sạn chủ yếu nằm trong độ tuổi lao động trẻ và có khả năng thích ứng tốt với cường độ công

việc. Nhóm có thâm niên từ 1 đến 3 năm chiếm 46,8%, trong khi nhóm trên 3 năm chiếm 38,3%. Điều này cho thấy phần lớn nhân viên đã có kinh nghiệm nhất định trong công việc, đủ để cảm nhận rõ các yêu cầu về lao động cảm xúc trong quá trình phục vụ. Về vị trí công việc, nhân viên chiếm 87,2%, còn giám sát/trưởng ca chiếm 12,8%. Cơ cấu này phù hợp với mục tiêu nghiên cứu vì đối tượng chính là nhân viên trực tiếp thực hiện công việc buồng phòng. Ngoài ra, tỷ lệ nhân viên làm ca sáng chiếm cao nhất, đạt 51,1%, phản ánh đúng đặc thù vận hành của bộ phận buồng phòng, khi khối lượng công việc thường tập trung vào thời điểm khách trả phòng và chuẩn bị phòng cho khách mới. Từ kết quả này có thể thấy mẫu khảo sát có tính phù hợp với mục tiêu nghiên cứu. Tuy nhiên, quy mô mẫu 47 người còn tương đối nhỏ, do đó kết quả nên được xem là bằng chứng thực nghiệm ban đầu cho trường hợp khách sạn Indigo Saigon, thay vì khái quát cho toàn bộ ngành khách sạn.

Thang đo trong nghiên cứu đều đạt độ tin cậy chấp nhận được. Cụ thể, Cronbach's Alpha của thang đo diễn xuất bề mặt đạt 0,812; diễn xuất chiều sâu đạt 0,845; cảm xúc tự nhiên đạt 0,756;

và chất lượng phục vụ đạt 0,880. Các giá trị này đều lớn hơn ngưỡng 0,7, cho thấy các biến quan sát trong từng thang đo có mức độ nhất quán nội tại tốt. Đáng chú ý, thang đo chất lượng phục vụ có hệ số Cronbach's Alpha cao nhất, đạt 0,880. Điều này cho thấy các biến quan sát dùng để đo lường chất lượng phục vụ của nhân viên buồng phòng có sự liên kết khá chặt chẽ. Kết quả này cũng phù hợp với đặc thù của bộ phận buồng phòng, khi chất lượng phục vụ thường được phản ánh thông qua nhiều biểu hiện có liên quan với nhau như chất lượng vệ sinh phòng, tốc độ hoàn thành công việc, sự cẩn trọng và tinh thần trách nhiệm. Bên cạnh đó, hệ số tương quan biến tổng nhỏ nhất của các thang đo đều lớn hơn 0,3, dao động từ 0,410 đến 0,534. Điều này cho thấy các biến quan sát đều đóng góp phù hợp vào thang đo và không cần loại bỏ thêm biến ở bước kiểm định độ tin cậy. Riêng thang đo diễn xuất chiều sâu ban đầu có 5 biến nhưng chỉ giữ lại 4 biến, cho thấy một biến quan sát có thể chưa phù hợp với bối cảnh nhân viên buồng phòng tại khách sạn Indigo Saigon. Đây là điểm cần lưu ý nếu nghiên cứu được mở rộng trong tương lai.

Bảng 1: Tóm tắt kết quả phân tích EFA

Chỉ số kiểm định	Nhóm biến độc lập (Lao động cảm xúc)	Biến phụ thuộc (Chất lượng phục vụ)
Hệ số KMO	0,785	0,810
Kiểm định Bartlett (Sig.)	0,000	0,000
Tổng phương sai trích (%)	64,5%	67,2%
Số nhân tố trích được	3	1
Hệ số tải nhân tố	0,612 – 0,885	0,650 – 0,842

Kết quả Bảng 1 cho thấy dữ liệu phù hợp để tiến hành phân tích nhân tố khám phá. Đối với nhóm biến độc lập lao động cảm xúc, hệ số KMO đạt 0,785; đối với biến phụ thuộc chất lượng phục vụ, hệ số KMO đạt 0,810. Cả hai giá trị đều lớn hơn 0,5, cho thấy mức độ phù hợp của dữ liệu với phân tích EFA là đạt yêu cầu. Kiểm định Bartlett có Sig. = 0,000 ở cả hai nhóm biến, chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau và đủ điều kiện để rút trích nhân tố. Tổng phương sai trích của nhóm biến độc lập đạt 64,5%, trong khi biến phụ thuộc đạt 67,2%. Các giá trị này đều vượt ngưỡng 50%, cho thấy các nhân tố được rút trích giải thích được phần lớn sự biến thiên của dữ liệu.

Đồng thời, nhóm biến độc lập được rút trích thành 3 nhân tố, phù hợp với cấu trúc lý thuyết gồm diễn xuất bề mặt, diễn xuất chiều sâu và cảm xúc tự nhiên. Biến phụ thuộc chất lượng phục vụ được rút trích thành 1 nhân tố, cho thấy thang đo có tính tập trung và phản ánh tương đối thống nhất khái niệm chất lượng phục vụ. Hệ số tải nhân tố của nhóm biến độc lập dao động từ 0,612 đến 0,885, còn biến phụ thuộc dao động từ 0,650 đến 0,842. Các giá trị này đều đạt mức tốt, cho thấy các biến quan sát có khả năng đại diện phù hợp cho các nhân tố nghiên cứu. Như vậy, kết quả EFA cung cấp cơ sở để tiếp tục sử dụng các nhân tố này trong phân tích hồi quy.

Bảng 2: Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính

Các giả thuyết của mô hình	Hệ số Beta chuẩn hóa	Giá trị t	Sig. (p-value)	Kết luận giả thuyết
Diễn xuất bề mặt có ảnh hưởng tiêu cực đến chất lượng phục vụ của nhân viên	-0,325	-2,842	0,007	Chấp nhận (Tác động ngược chiều)
Diễn xuất chiều sâu có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng phục vụ	0,548	4,615	0,000	Chấp nhận (Tác động cùng chiều)
Cảm xúc tự nhiên có ảnh hưởng tích cực đến chất lượng phục vụ	0,112	1,205	0,235	Bác bỏ (Không có ý nghĩa)

(Ghi chú: R^2 hiệu chỉnh = 0,524; $F = 15,812$; $Sig. = 0,000$)

Bảng 2 cho thấy mô hình hồi quy có ý nghĩa thống kê với $Sig. = 0,000$ và R^2 hiệu chỉnh = 0,524. Điều này có nghĩa là ba thành phần của lao động cảm xúc trong mô hình giải thích được 52,4% sự biến thiên của chất lượng phục vụ. Đây là mức giải thích tương đối khá đối với một nghiên cứu trong lĩnh vực hành vi tổ chức và quản trị dịch vụ. Trong các biến độc lập, diễn xuất chiều sâu có tác động tích cực và mạnh nhất đến chất lượng phục vụ, với hệ số Beta chuẩn hóa = 0,548 và $Sig. = 0,000$. Kết quả này cho thấy khi nhân viên bù đắp phòng thực sự điều chỉnh cảm xúc từ bên trong, thay vì chỉ thể hiện thái độ phục vụ bên ngoài, chất lượng phục vụ có xu hướng được cải thiện rõ rệt. Đây là phát hiện quan trọng, vì nó cho thấy chất lượng phục vụ không chỉ phụ thuộc vào kỹ năng nghiệp vụ mà còn chịu ảnh hưởng từ mức độ chân thực và ổn định trong cảm xúc nghề nghiệp của nhân viên. Ngược lại, diễn xuất bề mặt có tác động tiêu cực đến chất lượng phục vụ với $Beta = -0,325$ và $Sig. = 0,007$. Điều này cho thấy việc che giấu cảm xúc thật hoặc cố gắng thể hiện thái độ tích cực một cách hình thức trong thời gian dài có thể làm giảm chất lượng phục vụ. Kết quả này phù hợp với lập luận lý thuyết cho rằng diễn xuất bề mặt dễ tạo ra sự mâu thuẫn cảm xúc, từ đó làm tăng căng thẳng và giảm hiệu quả công việc. Đối với cảm xúc tự nhiên, kết quả cho thấy biến này không có ý nghĩa thống kê với $Sig. = 0,235$. Mặc dù hệ số Beta dương, mức tác động chưa đủ mạnh để khẳng định ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ trong mẫu khảo sát. Một cách lý giải phù hợp là trong bộ phận bù đắp phòng, chất lượng phục vụ được kiểm soát chặt chẽ bởi quy trình vận hành tiêu chuẩn, thời gian làm phòng và yêu cầu kỹ thuật. Do đó, cảm xúc tự nhiên của nhân viên

có thể không phải là yếu tố quyết định trực tiếp đến chất lượng phục vụ, nhất là trong môi trường khách sạn có tiêu chuẩn vận hành cao như Indigo Saigon. Từ kết quả hồi quy, có thể thấy không phải mọi hình thức lao động cảm xúc đều tạo ra tác động giống nhau. Diễn xuất chiều sâu góp phần nâng cao chất lượng phục vụ, trong khi diễn xuất bề mặt có thể làm suy giảm chất lượng. Điều này gợi ý rằng nhà quản trị khách sạn không nên chỉ yêu cầu nhân viên “luôn mỉm cười” hoặc thể hiện thái độ tích cực bên ngoài, mà cần hỗ trợ họ phát triển khả năng điều tiết cảm xúc thực chất, giảm áp lực cảm xúc và xây dựng môi trường làm việc giúp nhân viên duy trì trạng thái tâm lý ổn định.

III. KẾT LUẬN

Nghiên cứu đã làm rõ ảnh hưởng của lao động cảm xúc đến chất lượng phục vụ của nhân viên bù đắp phòng tại khách sạn Indigo Saigon. Kết quả cho thấy diễn xuất chiều sâu là yếu tố có tác động tích cực và mạnh nhất, trong khi diễn xuất bề mặt ảnh hưởng tiêu cực đến chất lượng phục vụ. Điều này cho thấy việc nhân viên thực sự điều chỉnh cảm xúc từ bên trong có thể giúp duy trì thái độ phục vụ ổn định và nâng cao hiệu quả công việc. Ngược lại, việc chỉ che giấu cảm xúc thật hoặc thể hiện thái độ tích cực mang tính hình thức có thể dẫn đến căng thẳng và làm suy giảm chất lượng phục vụ. Cảm xúc tự nhiên không có ý nghĩa thống kê, cho thấy trong môi trường khách sạn có tiêu chuẩn vận hành chặt chẽ, chất lượng phục vụ phụ thuộc nhiều hơn vào khả năng điều tiết cảm xúc có chủ đích. Từ kết quả này, khách sạn cần chú trọng đào tạo kỹ năng quản lý cảm xúc, cải thiện môi trường làm việc và hỗ trợ tâm lý cho nhân viên bù đắp phòng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Chen, H., Eyoun, K., & Ayoun, B. (2019). Emotional exhaustion in the hospitality industry: The role of emotional labor. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 1–9.
- Dormann, C., & Zapf, D. (2004). Customer-related social stressors and burnout. *Journal of Occupational Health Psychology*, 9(1), 61–82. <https://doi.org/10.1037/1076-8998.9.1.61>
- Duong, V. H., Duong, T. H. N., & Nguyen, T. N. D. (2023). Employees' service recovery performance: The role of functional manager's emotional intelligence in the hospitality industry. *Journal of International Economics and Management*, 23(3), 89–106. <https://doi.org/10.38203/jiem.023.3.0076>
- Grandey, A. A. (2000). Emotion regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 95–110. <https://doi.org/10.1037/1076-8998.5.1.95>
- Lê Chí Công, & Nguyễn Minh Nghĩa. (2025). Nghiên cứu ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ lưu trú xanh đến niềm tin, sự hài lòng và hành vi khách hàng: Trường hợp tại The Anam Cam Ranh. *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, 134(5C), 79–104. <https://doi.org/10.26459/hueunijed.v134i5C.8002>
- Lê Lâm Huỳnh Thông. (2025). Động lực làm việc và sự gắn kết nghề nghiệp của nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh chuyển đổi số: Thực trạng và giải pháp. *Tạp chí Tâm lý – Giáo dục*, 31(10), 83–88.
- Lê Lâm Huỳnh Thông. (2026). Kỹ năng xanh như một yếu tố cạnh tranh mới của nhân lực ngành khách sạn tại Thành phố Hồ Chí Minh: Phân tích và dự báo. *Tạp chí Tâm lý – Giáo dục*, 31(4), 213–218.
- Maslach, C., & Jackson, S. E. (1981). The measurement of experienced burnout. *Journal of Occupational Behavior*, 2(2), 99–113.
- Nguyễn Hà Ngọc Hân, Phạm Huỳnh Mai Thanh, & Phạm Ngọc Thúy. (2011). Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ và rào cản chuyển đổi lên lòng trung thành của khách hàng – ngành dịch vụ khách sạn. *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ*, 14(Q2), 65–74.
- Nguyễn Tuấn Anh, & Lê Quý Duy. (2025). Tác động quản trị quan hệ khách hàng trên nền tảng số và đồng sáng tạo giá trị trong khách sạn tại Thành phố Hồ Chí Minh. Trong *Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc gia: Khởi nghiệp và kinh doanh trong xu hướng chuyển đổi kép* (tr. 602–610). Nhà xuất bản Kinh tế – Tài chính.
- Şahin, F., & Işık, D. A. (2020). The impact of emotional intelligence on service quality in hospitality businesses. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3(4), 1–15.
- Trần Thị Hiền, Ngô Thị Thùy, & Nguyễn Hồng Quân. (2019). Trải nghiệm, giá trị cảm nhận và sự hài lòng của khách hàng. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 266, 53–62.