

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

TRẦN QUỲNH HƯƠNG

**NGHIÊN CỨU CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN
SỰ GẮN BÓ LÂU DÀI CỦA NHÂN VIÊN VỚI CÁC
DOANH NGHIỆP TẠI THÀNH PHỐ NHA TRANG**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 60.34.01.02

TÓM TẮT LUẬN VĂN
THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng - Năm 2015

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học: **TS. Đinh Thị Lệ Trâm**

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Luận văn sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào

Ngày.....tháng.....năm 2015

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

- Trung tâm Thông tin - Học liệu, Đại học Đà Nẵng
- Thư viện trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Có ba lý do chính khiến Tôi lựa chọn đề tài “**Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn bó lâu dài của nhân viên với các doanh nghiệp tại Thành phố Nha Trang**” để nghiên cứu.

- Sự gắn bó lâu dài của nhân viên với công ty là vấn đề được các doanh nghiệp quan tâm hàng đầu trong tạo lập vị thế cạnh tranh bền vững của mình trên thị trường. Tài liệu nghiên cứu của Dale Carnegie cho rằng mức độ tận tâm của nhân viên càng cao thì khả năng xin thôi việc càng giảm.

- Những năm gần đây, các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp tại TP. Nha Trang nói riêng đều gặp khó khăn trong việc duy trì nguồn nhân lực của mình. Theo số liệu của Cục thống kê Khánh Hòa ([http:// www.khso.gov.vn](http://www.khso.gov.vn)) thì nhân khẩu trong độ tuổi lao động có nhu cầu làm việc chiếm 81% và lực lượng lao động đã qua đào tạo trong độ tuổi 25 – 40 chiếm khoảng 60% so với lực lượng lao động của Thành phố Nha Trang. Có khoảng 40% - 45% nhân viên thờ ơ không muốn gắn kết với tổ chức.

- Để khắc phục tình trạng này, người nghiên cứu cần phải nhận diện, xem xét và đánh giá chính xác các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn bó lâu dài của nhân viên với các doanh nghiệp tại TP.Nha Trang. Từ đó, nghiên cứu đưa ra các kiến nghị phù hợp giúp các doanh nghiệp nâng cao mức độ gắn kết của nhân viên với họ trong điều kiện nguồn lực có giới hạn.

2. Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu

a. Mục tiêu nghiên cứu

- Nghiên cứu sự gắn bó của nhân viên và xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn bó lâu dài của nhân viên với các doanh nghiệp tại TP.Nha Trang.

- Đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến sự gắn bó lâu dài của nhân viên với các doanh nghiệp tại TP.Nha Trang.

- Đưa ra một số kiến nghị nhằm giúp các doanh nghiệp tại TP. Nha Trang có các chiến lược và kế hoạch phù hợp để nâng cao khả năng duy trì nguồn nhân lực cho đơn vị của mình.

b. Các câu hỏi nghiên cứu

- Sự gắn bó lâu dài của nhân viên với các doanh nghiệp tại TP. Nha Trang được đo lường như thế nào?

- Các nhân tố nào ảnh hưởng đến sự gắn bó lâu dài của nhân viên với các doanh nghiệp tại TP. Nha Trang?

- Mức độ quan trọng của từng nhân tố? Nhân tố nào đóng vai trò quyết định?

- Sự gắn bó lâu dài của nhân viên với các doanh nghiệp tại TP. Nha Trang có bị tác động bởi các đặc tính cá nhân như độ tuổi; giới tính; vị trí công tác và thời gian làm việc... không?

- Những giải pháp nào cần tập trung thực hiện để có thể nâng cao mức độ gắn kết của nhân viên với các doanh nghiệp tại TP. Nha Trang trong điều kiện các nguồn lực có giới hạn.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

a. Đối tượng nghiên cứu:

- **Khách thể nghiên cứu:** Những người hiện đang làm việc toàn thời gian với các công việc, vị trí khác nhau ở công ty TNHH Vinpearl Nha Trang; công ty CP Hòn Tằm Biển Nha Trang và Chi nhánh công ty TNHH Hoàng Đế Du Thuyền tại Nha Trang (Đây là những công ty đại diện cho các công ty tại TP. Nha Trang).

- **Đối tượng nghiên cứu:** Sự gắn bó của nhân viên và các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn bó lâu dài của nhân viên với các doanh nghiệp tại TP. Nha Trang

b. Phạm vi nghiên cứu

- Nội dung nghiên cứu: Đề tài tập trung nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn bó lâu dài của nhân viên với các doanh nghiệp tại TP. Nha Trang.
- Phạm vi không gian: tại địa bàn TP. Nha Trang.
- Phạm vi thời gian: Đề tài được thực hiện từ 25/09/2014 – 20/06/2015.

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu của đề tài này bao gồm nghiên cứu lý thuyết và sử dụng phương pháp định tính kết hợp với phương pháp định lượng để phân tích. Việc nghiên cứu thực hiện theo hai giai đoạn:

Giai đoạn 1: Sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để kiểm tra sự phù hợp và điều chỉnh mô hình nghiên cứu và các thang đo mà tác giả đề xuất sau khi nghiên cứu lý thuyết về sự gắn bó của nhân viên; các học thuyết nền tảng và các nghiên cứu liên quan. Điều tra định tính được tiến hành theo phương pháp phỏng vấn chuyên gia với 7 cán bộ quản lý nhân sự của công ty TNHH T2 Design Việt Nam; công ty TNHH Thương mại – Vận tải Quang Vinh và công ty CP Hoàng Thuận Phát. Kết quả của việc điều tra định tính là cơ sở để thiết kế bảng câu hỏi phục vụ cho quá trình nghiên cứu định lượng.

Giai đoạn 2: Sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng.

Nghiên cứu định lượng sử dụng phương pháp điều tra bằng bảng câu hỏi (được xây dựng từ kết quả của nghiên cứu định tính) để tiến hành điều tra 300 nhân viên đang làm việc ở công ty TNHH Vinpearl Nha Trang; công ty CP Hòn Tằm Biển Nha Trang và Chi nhánh công ty TNHH Hoàng Đế Du Thuyền tại Nha Trang. Dữ liệu thu thập được xử lý bằng phần mềm SPSS 16.0 tiến hành kiểm định thông qua các bước: kiểm định độ tin cậy của thang đo bằng hệ số

Cronbach Alpha và phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích hồi quy, kiểm định T-Test & phân tích ANOVA nhằm tìm ra sự khác biệt có ý nghĩa thống kê theo một vài đặc tính cá nhân.

5. Ý nghĩa thực tiễn của nghiên cứu

Kết quả của nghiên cứu là phát hiện ra các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn bó lâu dài của nhân viên với công ty, có cơ hội hiểu rõ hơn các nhu cầu, thái độ của nhân viên với công ty. Đây là cơ sở để nghiên cứu đề xuất các giải pháp hợp lý nhằm nâng cao khả năng duy trì nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp tại TP.Nha Trang.

Đồng thời, nghiên cứu cũng có thể là tài liệu dành cho các sinh viên, học viên, nhân viên chuyên ngành quản trị kinh doanh và những người muốn nghiên cứu sâu các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn bó lâu dài của nhân viên với doanh nghiệp.

6. Kết cấu nội dung luận văn

Luận văn bao gồm 4 chương như sau:

Chương 1: Cơ sở lý thuyết

Chương 2: Thiết kế nghiên cứu

Chương 3: Xử lý số liệu và kết quả nghiên cứu

Chương 4: Kết luận và kiến nghị

CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ THUYẾT

1.1. KHÁI NIỆM VỀ SỰ GẮN BÓ LÂU DÀI

Quan niệm về cam kết gắn bó với doanh nghiệp và sự ảnh hưởng của nó đến các kết quả của doanh nghiệp được giới thiệu bởi nhiều nhà nghiên cứu hành vi tổ chức trên thế giới. Đề tài nghiên cứu sẽ sử dụng định nghĩa và các thành phần của sự gắn kết của Mowday, Steers & Porter (1979) làm thang đo đo lường sự gắn kết của nhân viên với các doanh nghiệp tại TP.Nha Trang. Vì định nghĩa của Mowday, Steers & Porter (1979) rõ ràng, đầy đủ và tốt hơn so với các định nghĩa khác. Hơn nữa, định nghĩa của Mowday, Steers & Porter (1979) được sử dụng nhiều trong các nghiên cứu trước đây ở các quốc gia.

1.1.1. Định nghĩa:

Mowday, Steers & Porter (1979) đưa ra định nghĩa “Sự gắn kết với tổ chức là sức mạnh tương đối về sự kiên định (đồng nhất hay sự bất di bất dịch) của nhân viên với tổ chức và sự tham gia tích cực của nhân viên trong một tổ chức nhất định.[16]

1.1.2. Các thành phần của sự gắn bó với tổ chức:

Mowday, Steers & Porter (1979) đã đề xuất ba thành phần của sự gắn kết:

- Sự đồng nhất (Identification): có niềm tin mạnh mẽ và chấp nhận mục tiêu, giá trị của tổ chức.
- Lòng trung thành (Loyalty): mong muốn một cách mạnh mẽ duy trì vai trò thành viên của tổ chức.
- Sự dấn thân (Involvement): tham gia tích cực vào các hoạt động của tổ chức và luôn cố gắng hết mình vì tổ chức.

(Nguồn: Meyer & Herscovitch (2001 : 320))

1.1.3. Vai trò của sự gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp

Các nghiên cứu trước chỉ ra rằng nhân tố chính ảnh hưởng đến quá trình và kết quả làm việc của nhân viên là sự gắn bó với tổ chức (Allen & Meyer (1990); Mowday, Steers & Porter (1979); O'Reilly, Chatman & cộng sự (1986); Mayer & Schoorman (1992); Rajendran Muthuveloo và Raduan Che Rose (2005)). Cam kết gắn bó với tổ chức càng cao dẫn đến sự trung thành càng cao, giảm căng thẳng do công việc và khuynh hướng rời bỏ tổ chức thấp hơn. Nhân viên càng đánh giá cao việc trở thành là một phần của tổ chức và tự hào là thành viên trong tổ chức thì họ càng chắc chắn ở lại phát triển lâu dài cùng với tổ chức.

1.2. CÁC HỌC THUYẾT NỀN TẢNG CHO NGHIÊN CỨU VỀ SỰ GẮN BÓ CỦA NHÂN VIÊN

Sau khi tham khảo các nghiên cứu trước đây liên quan đến sự gắn bó của nhân viên. Tác giả sử dụng lại các học thuyết mà các nghiên cứu trước đây đã dùng như: học thuyết cấp bậc nhu cầu của Abraham Maslow; học thuyết E.R.G của Clayton Alderfer; học thuyết đặt mục tiêu của Edwin Locke; học thuyết công bằng của J.Stacy Adam; học thuyết hai nhân tố của F.Herzberg và học thuyết kỳ vọng của Victor H.Vroom để làm nền tảng cho nghiên cứu của mình.

1.2.1. Học thuyết cấp bậc nhu cầu của Abraham Maslow

1.2.2. Học thuyết E.R.G (Existance, Relatedness, Growth)

của Clayton Alderfer

1.2.3. Học thuyết đặt mục tiêu của Edwin Locke

1.2.4. Học thuyết công bằng của J.Stacy Adams

1.2.5. Học thuyết hai nhân tố của F.Herzberg

1.2.6. Học thuyết kỳ vọng của Victor H.Vroom

1.3. MỘT SỐ NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN SỰ GẮN BÓ LÂU DÀI CỦA NHÂN VIÊN

1.3.1. Nghiên cứu của Recardo và Jolly (1997)

Nghiên cứu “Mối tương quan giữa các khía cạnh văn hóa và sự cam kết gắn bó với tổ chức của nhân viên” của Recardo và Jolly thực hiện vào năm 1997. Kết quả của nghiên cứu cho thấy rằng sự cam kết gắn bó với tổ chức của nhân viên bị ảnh hưởng bởi tám khía cạnh của văn hóa tổ chức như: giao tiếp trong tổ chức; đào tạo và phát triển; phần thưởng và sự công nhận; ra quyết định; chấp nhận rủi ro do bởi sáng tạo và cải tiến; định hướng về kế hoạch tương lai; làm việc nhóm; sự công bằng và nhất quán trong các chính sách quản trị

1.3.2. Nghiên cứu của Viện Aon Consulting (năm 1997)

a. Tại Mỹ (1997)

Kết quả nghiên cứu về sự gắn bó của nhân viên tại Mỹ (1997) của Viện Aon Consulting chỉ ra rằng sáu thành phần của sự thỏa mãn nhu cầu nhân viên ảnh hưởng đến sự gắn bó của nhân viên với tổ chức như: lương và phúc lợi; quản lý sự thay đổi; đào tạo và phát triển; văn hóa tổ chức và đường lối phát triển; cân bằng cuộc sống.

b. Tại Canada (năm 1999) và tại Úc (năm 2002)

Kết quả nghiên cứu của Viện Aon Consulting về sự gắn bó của nhân viên tại Canada (1999) và tại Úc (2002) cho thấy năm thành phần của sự thỏa mãn nhu cầu nhân viên ảnh hưởng đến sự gắn bó của nhân viên với tổ chức như: an toàn; phần thưởng; xã hội – được yêu mến; đào tạo và phát triển; cân bằng cuộc sống – công việc.

1.3.3. Nghiên cứu của Trần Kim Dung và Abraham Morris (2005)

Nghiên cứu “ Đánh giá sự gắn kết với tổ chức và sự thỏa mãn công việc trong bối cảnh Việt Nam” được của Trần Kim Dung và Abraham Morris thực hiện vào năm 2005. Đây là nghiên cứu thăm

dò mối quan hệ giữa ý thức gắn kết với tổ chức và sự thỏa mãn công việc. Tác giả cho rằng ba thành phần của ý thức sự gắn kết với tổ chức (là trung thành, tự hào và nỗ lực) bị ảnh hưởng bởi bảy khía cạnh của sự thỏa mãn công việc của nhân viên như: bản chất công việc; cơ hội đào tạo & thăng tiến; lãnh đạo; đồng nghiệp; tiền lương; phúc lợi và môi trường làm việc.

1.3.4. Nghiên cứu của Đỗ Phú Trần Tình, Nguyễn Văn Nền và Nguyễn Thị Diệu Hiền (tháng 11-12/2012).

Nghiên cứu “ Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn bó lâu dài của nhân viên trẻ với doanh nghiệp” được Đ.P.T.Tình và cộng sự thực hiện vào năm 2012. Nghiên cứu đưa ra tám nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn bó lâu dài của nhân viên trẻ với doanh nghiệp là: thu nhập; mục tiêu nghề nghiệp; điều kiện làm việc; quan hệ với đồng nghiệp; quan hệ với lãnh đạo; mức độ trao quyền; khen thưởng; phúc lợi và cơ hội thăng tiến.

1.4. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ GẮN BÓ LÂU DÀI CỦA NHÂN VIÊN VỚI CÔNG TY.

Sau khi nghiên cứu các nghiên cứu liên quan đến sự gắn bó của nhân viên và các học thuyết làm nền tảng cho nghiên cứu (ở phần 1.2). Tác giả nhận thấy có rất nhiều yếu tố của sự thỏa mãn ảnh hưởng đến sự gắn bó của nhân viên nhưng đề tài chỉ tập trung nghiên cứu chín nhân tố của sự thỏa mãn như: thu nhập; phúc lợi; môi trường làm việc; phù hợp mục tiêu; quan hệ đồng nghiệp; quan hệ lãnh đạo; khen thưởng công bằng; mức độ trao quyền; cơ hội đào tạo & phát triển và thăng tiến ảnh hưởng đến sự gắn bó của nhân viên với các doanh nghiệp tại TP.Nha Trang.

1.4.1. Thu nhập

Thu nhập có thể có nhiều tên gọi khác nhau như thù lao lao động, tiền lương. Các doanh nghiệp thường có nhiều quan điểm, mục

tiêu khác nhau khi xếp đặt hệ thống trả lương nhưng nhìn chung các doanh nghiệp đều hướng tới bốn mục tiêu cơ bản: thu hút nhân viên; duy trì nhân viên giỏi; kích thích, động viên nhân viên; đáp ứng yêu cầu của pháp luật. Vì vậy, thu nhập cao tác động rất lớn đến tinh thần làm việc của nhân viên, tác động này thể hiện ở những khía cạnh sau:

- Khi được hưởng thu nhập mà người lao động cho là xứng đáng với cống hiến của họ, họ sẽ phấn khởi nhiệt tình trong công việc.
- Người lao động an tâm làm việc khi thu nhập đảm bảo được mức sống trung bình.
- Họ ít có ý định bỏ đi tìm một việc khác trong khi đang làm và tạm hài lòng với thu nhập của mình.
- Họ có tinh thần và trách nhiệm cao hơn với công việc mà họ phụ trách khi họ nhận thấy công ty trả lương rất công bằng.
- Họ có tính kỷ luật cao hơn trong việc chấp hành nội quy và tự chủ trong công việc hơn.

(Theo Trần Kim Dung, 2003)

1.4.2. Phúc lợi

Phúc lợi là phần thù lao gián tiếp được trả gián tiếp dưới dạng hỗ trợ về cuộc sống cho người lao động. Phúc lợi thể hiện sự quan tâm của doanh nghiệp đến đời sống của người lao động, có tác dụng kích thích nhân viên trung thành, gắn bó với doanh nghiệp (Trần Kim Dung, 2003). Vì vậy, các tiêu chí của Phúc lợi được xem xét như sau:

- Công ty rất quan tâm đến nhân viên.
- Các chính sách phúc lợi của công ty rõ ràng và được thực hiện đầy đủ.
- Các chính sách phúc lợi của công ty hữu ích và hấp dẫn.
- Nhân viên hài lòng với các chính sách phúc lợi của công ty.

1.4.3. Môi trường làm việc

Môi trường làm việc là một khái niệm rộng bao gồm tất cả những gì có liên quan, ảnh hưởng đến quá trình làm việc và sự phát triển năng lực của nhân viên. Sự thỏa mãn của nhân viên về Môi trường làm việc được đo lường dựa trên các tiêu chí:

- Giờ làm việc hợp lý.
- Địa điểm làm việc thuận tiện.
- Nơi làm việc của nhân viên rất thoải mái.
- Bầu không khí nơi làm việc của nhân viên rất thân thiện.
- Môi trường làm việc giúp nhân viên đạt được hiệu cao trong quá trình làm việc.

1.4.4. Sự phù hợp mục tiêu

Sự phù hợp mục tiêu cũng tương đương với khái niệm về sự phù hợp cá nhân-tổ chức, được định nghĩa là sự phù hợp của những giá trị và niềm tin cá nhân với các quy tắc và giá trị của tổ chức (Netemeyer & ctg, 1997; O'Reilly & ctg, 1991) [9]. Sự thỏa mãn của nhân viên về Sự phù hợp mục tiêu được đo lường dựa trên các tiêu chí:

- Nhân viên cảm thấy năng lực của mình phù hợp với yêu cầu công việc của công ty.
- Nhân viên cam kết sẽ thực hiện mục tiêu của công ty đề ra.
- Mục tiêu phát triển của nhân viên tương đồng với mục tiêu của công ty.

1.4.5. Quan hệ với đồng nghiệp

Quan hệ đồng nghiệp là mối tương giao giữa người lao động và đồng nghiệp thông qua sự hợp tác, yêu mến, sự quan tâm và giúp đỡ nhau. Sự thỏa mãn của nhân viên về Quan hệ đồng nghiệp được đo lường dựa trên các tiêu chí:

- Đồng nghiệp sẵn sàng giúp đỡ Anh/Chị trong công việc.

- Đồng nghiệp luôn quan tâm đồng viên khi Anh/Chị gặp khó khăn.

- Sự hợp tác giữa Anh/Chị và đồng nghiệp trong quá trình làm việc rất hiệu quả.

- Anh/Chị xem đồng nghiệp của mình như người thân trong gia đình.

- Đồng nghiệp của Anh/Chị thoải mái và dễ chịu.

- Mọi người làm việc theo tinh thần đồng đội.

- Công ty có sự đoàn kết nhất trí cao.

1.4.6. Quan hệ với lãnh đạo

Quan hệ với lãnh đạo là mối quan hệ giữa nhân viên và cán bộ quản lý. Sự thỏa mãn của nhân viên về Quan hệ với lãnh đạo được đo lường dựa trên các tiêu chí:

- Lãnh đạo rất tôn trọng nhân viên.

- Ý kiến của nhân viên được lãnh đạo tiếp nhận.

- Nhân viên luôn nhận được sự hỗ trợ từ lãnh đạo của mình.

- Lãnh đạo rất quan tâm đến nhân viên.

- Cán bộ lãnh đạo gương mẫu.

- Cán bộ quản lý trong công ty có lời nói và việc làm song.

- Nhân viên tin tưởng ở ban lãnh đạo công ty.

- Cấp trên hỏi ý kiến khi có vấn đề liên quan đến công việc của nhân viên.

- Nhân viên được tôn trọng và tin cậy trong công việc.

- Nhân viên được đối xử công bằng, không phân biệt.

- Các cán bộ quản lý giám sát công việc của nhân viên có hiệu quả.

1.4.7. Khen thưởng công bằng

Khen thưởng công bằng là người lao động được khen thưởng xứng đáng với những cống hiến của mình trong quá trình làm việc.

Sự thỏa mãn của nhân viên về Khen thưởng công bằng được đo lường dựa trên các tiêu chí:

- Nhân viên được khen thưởng xứng đáng với những nỗ lực của mình.
- Nhân viên nhận thấy công ty của mình khen thưởng rất công bằng với tất cả nhân viên.
- Nhân viên nhận được sự phản hồi về việc thực hiện công việc từ cấp trên.
- Lãnh đạo luôn luôn nhất quán khi thực thi các chính sách liên quan đến nhân viên.

1.4.8. Mức độ trao quyền

Mức độ trao quyền là việc cán bộ quản lý cấp trên cho phép cán bộ cấp dưới có quyền ra quyết định về những vấn đề thuộc quyền hạn của mình, trong khi người cho phép vẫn đứng ra chịu trách. Các tiêu chí của Mức độ trao quyền được xem xét như:

- Cấp trên tin vào khả năng ra quyết định của Anh/Chị.
- Cấp trên khuyến khích nhân viên sử dụng quyền quyết định được trao.
- Cấp trên tin vào sự đánh giá kết quả công việc của Anh/Chị.
- Nhân viên được phép thực hiện công việc theo năng lực tốt nhất của mình.
- Công ty tạo điều kiện cho nhân viên thu thập nhiều thông tin và ý kiến phản hồi trước khi ra các quyết định quan trọng.

1.4.9. Cơ hội đào tạo & phát triển và thăng tiến

Cơ hội thăng tiến là một hình thức tín nhiệm nhân viên, thừa nhận năng lực của nhân viên trong quá trình làm việc. Không có một doanh nghiệp nào lại mạo hiểm giao những công việc quan trọng, những vị trí chủ chốt trong công ty cho một người kém năng lực. Do đó, đào tạo và phát triển được xem là một yếu tố cơ bản giúp cho

nhân viên có cơ hội phát triển bản thân. Sự thỏa mãn của nhân viên về Cơ hội đào tạo & phát triển và thăng tiến được đo lường dựa trên các tiêu chí:

- Công ty của Anh/Chị thường tổ chức các chương trình đào tạo & phát triển chuyên sâu theo yêu cầu công việc cho nhân viên.
- Sau khi được đào tạo, kỹ năng làm việc của Anh/Chị được nâng cao.
- Công ty luôn tạo điều kiện giúp Anh/Chị phát triển năng lực của mình.
- Công ty của Anh/Chị tạo cơ hội thăng tiến nghề nghiệp cho nhân viên.
- Mỗi nhân viên được biết những điều kiện cần thiết để được thăng tiến.

CHƯƠNG 2

THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU

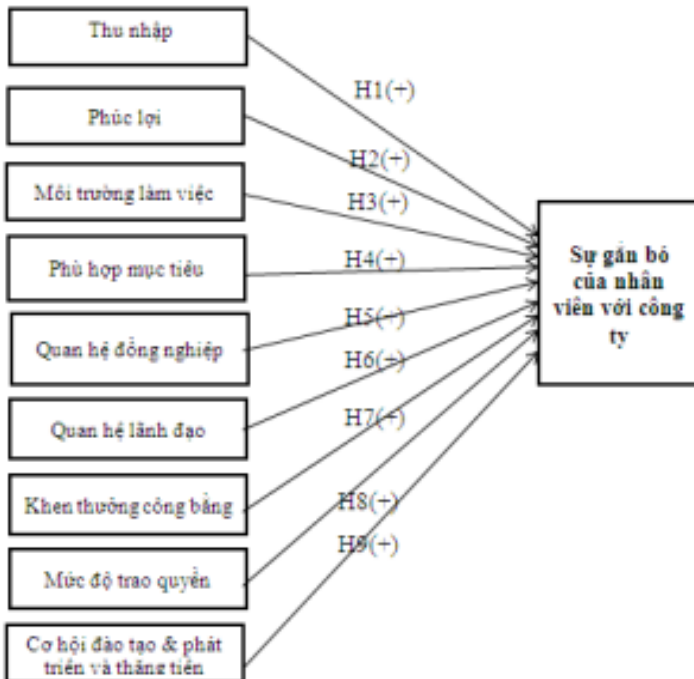
2.1. THỰC TRẠNG TÌNH HÌNH SỬ DỤNG NGUỒN NHÂN LỰC TẠI CÁC DOANH NGHIỆP Ở TP.NHA TRANG

Những năm gần đây, các cơ quan, doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các doanh nghiệp tại TP. Nha Trang nói riêng đều gặp khó khăn trong việc duy trì nguồn nhân lực của mình. Theo số liệu của Cục thống kê Khánh Hòa thì nhân khẩu trong độ tuổi lao động có nhu cầu làm việc chiếm 81% và lực lượng lao động đã qua đào tạo trong độ tuổi 25 – 40 chiếm khoảng 60% so với lực lượng lao động của Thành phố Nha Trang. Có khoảng 40% - 45% nhân viên thờ ơ không muốn gắn kết với tổ chức. (<http://www.khanhhoa.gov.vn/>). Theo các chuyên gia, những nhân viên này thường có thái độ làm việc một cách qua loa cho xong, không muốn đóng góp khả năng của mình vì sự phát triển của công ty và có xu hướng di chuyển công

việc sang các công ty khác. Thậm chí có nhiều người (nhất là những nhân viên trẻ) chuyển vào TP.HCM để lập nghiệp do họ muốn có thu nhập cao hơn; được làm việc trong môi trường làm việc năng động, sáng tạo và hiện đại; có cơ hội phát triển trình độ chuyên môn; được sống và làm việc tại thành phố là một trong hai trung tâm kinh tế, văn hóa, giáo dục quan trọng của Việt Nam. Đây là nguyên nhân khiến các doanh nghiệp tại TP. Nha Trang phải đối mặt với những khó khăn trong việc duy trì nguồn nhân lực của mình. Để giúp các doanh nghiệp tại TP.Nha Trang khắc phục được tình trạng này, tác giả đã đặt ra các câu hỏi nghiên cứu nhằm tìm ra những hướng giải quyết hợp lý

2.2. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.2.1. Mô hình nghiên cứu



Hình 2.1. Mô hình nghiên cứu

2.2.2. Phát triển giả thuyết nghiên cứu:

Từ bảng tổng hợp kết luận của các nghiên cứu liên quan về chiều hướng tác động của các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn bó lâu dài của nhân viên với công ty. Tác giả đưa ra các giả thuyết nghiên cứu như sau:

Giả thuyết 1: Thu nhập có tác động tích cực đến mức độ gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp.

Giả thuyết 2: Phúc lợi có tác động tích cực đến mức độ gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp.

Giả thuyết 3: Môi trường làm việc có tác động tích cực đến mức độ gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp.

Giả thuyết 4: Phù hợp mục tiêu có tác động tích cực đến mức độ gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp.

Giả thuyết 5: Quan hệ đồng nghiệp có tác động tích cực đến mức độ gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp.

Giả thuyết 6: Quan hệ lãnh đạo có tác động tích cực đến mức độ gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp.

Giả thuyết 7: Khen thưởng công bằng có tác động tích cực đến mức độ gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp.

Giả thuyết 8: Mức độ trao quyền có tác động tích cực đến mức độ gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp.

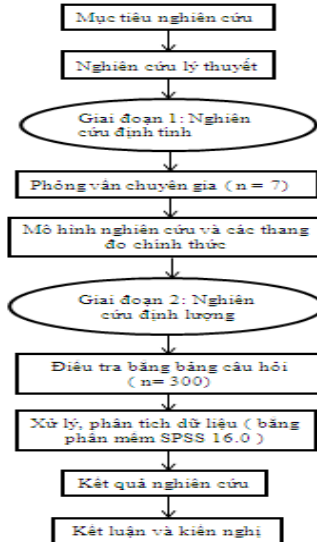
Giả thuyết 9: Cơ hội đào tạo & phát triển và thăng tiến có tác động tích cực đến mức độ gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp.

2.2.3. Thang đo của các nhân tố trong mô hình nghiên cứu chính thức

Thang đo của các nhân tố trong mô hình nghiên cứu chính thức xem bảng 2.2.

2.3. THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU

2.3.1. Quy trình nghiên cứu



Hình 2.2. Quy trình nghiên cứu

2.3.2. Nghiên cứu định tính

Điều tra định tính được tiến hành theo phương pháp phỏng vấn chuyên gia để kiểm tra sự phù hợp và điều chỉnh mô hình nghiên cứu và thang đo mà tác giả đề xuất sau khi nghiên cứu lý thuyết về sự gắn bó của nhân viên; các học thuyết nền tảng và các nghiên cứu trước đây. Kết quả của nghiên cứu định tính này sẽ là cơ sở dùng để thiết kế bảng câu hỏi cho nghiên cứu chính thức.

2.3.3. Nghiên cứu định lượng

a. Phương pháp chọn mẫu

- Đối tượng: Nhân viên của ba công ty Vinpearl Nha Trang; Hòn Tằm Biển Nha Trang; Chi nhánh công ty Hoàng Đế Du Thuyền tại Nha Trang.

- Kích thước mẫu: số lượng mẫu trong nghiên cứu chính thức là 300 nhân viên.

- Cách thức chọn mẫu: Du lịch – dịch vụ là lĩnh vực kinh tế trọng điểm của TP.Nha Trang (nó chiếm 64.5% cơ cấu kinh tế Nha Trang). Do đó, đề tài sẽ chọn các công ty trong lĩnh vực Du lịch-Dịch vụ để khảo sát. Mẫu nghiên cứu được chọn theo phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên phân tầng dựa theo tiêu chí là những công ty có quy mô lớn và giữ vai trò chủ lực của nền kinh tế Nha Trang để lựa ra các công ty đại diện cho tổng thể (các công ty tại TP.Nha Trang).

- Công cụ thu thập: là một bảng câu hỏi được xây dựng dựa trên kết quả nghiên cứu định tính.

- Phương pháp thu thập thông tin: thông tin được thu thập thông qua việc điều tra khảo sát dựa trên bảng câu hỏi đã được thiết kế sẵn gửi trực tiếp đến nhân viên của các công ty.

b. Thiết kế bảng câu hỏi cho nghiên cứu chính thức

Bảng câu hỏi cho nghiên cứu chính thức được xây dựng dựa trên các thang đo ở bảng 2.3.

c. Phương pháp xử lý số liệu

- Kiểm định độ tin cậy của các thang đo.
- Phân tích nhân tố khám phá (EFA) để xác định lại các nhóm trong mô hình nghiên cứu.

- Phân tích hồi quy đa biến để xác định chiều hướng, mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố đến sự gắn kết của nhân viên và nhân tố nào quan trọng nhất.

- Kiểm định T-test và phân tích ANOVA giữa các nhóm đối tượng khác nhau nhằm tìm ra sự khác biệt có ý nghĩa thống kê của một vài nhóm cụ thể đối với sự gắn kết của nhân viên.

CHƯƠNG 3

XỬ LÝ SỐ LIỆU VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. THỐNG KÊ MÔ TẢ

3.1.1. Thông tin mẫu nghiên cứu

3.1.2. Thống kê mô tả các biến số trong mô hình

Bảng 3.6. Bảng thống kê mô tả các yếu tố

Biến	Tổng số quan sát	Giá trị trung bình	Độ lệch chuẩn
Thu nhập (TN)	288	3.5217	1.9894
Phúc lợi (PL)	288	3.5367	1.2127
Môi trường làm việc (MTLV)	288	3.5524	1.2408
Sự phù hợp mục tiêu (SPHMT)	288	3.7767	1.0997
Quan hệ đồng nghiệp (QHĐN)	288	3.7118	1.0133
Quan hệ lãnh đạo (QHLD)	288	3.4213	1.1623
Khen thưởng công bằng (KTCB)	288	3.4451	1.2806
Mức độ trao quyền (MĐTQ)	288	3.5825	1.4225
Cơ hội đào tạo&phát triển và thăng tiến (CHDTPT&TT)	288	3.8194	0.8767
Sự gắn bó (SU GAN BO)	288	3.3854	1.24954

Dựa vào kết quả thống kê, ta thấy giá trị trung bình của các yếu tố đạt từ 3.3854 đến 3.8194. Điều này có nghĩa là nhân viên đánh giá các yếu tố này ở mức trung bình khá. Nhìn chung, giá trị trung bình của các biến độc lập có sự khác biệt tức là có sự đánh giá khác nhau về tầm quan trọng giữa các biến độc lập.

3.2. ĐÁNH GIÁ ĐỘ TIN CẬY CỦA THANG ĐO VÀ PHÂN TÍCH NHÂN TỐ

3.2.1. Phân tích nhân tố (EFA)

a. Phân tích nhân tố đối với biến độc lập (các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn bó lâu dài của nhân viên)

Tiến hành phân tích nhân tố (EFA) theo phương pháp trích Principal – axis factoring với 33 biến quan sát. Qua ba bước phân tích nhân tố, ta có kết quả như sau:

- Nhân tố Quan hệ lãnh đạo gồm 8 biến : LD1; LD2; LD3; LD4; MĐTQ1; MĐTQ2; MĐTQ3; MĐTQ4.

- Nhân tố Quan hệ đồng nghiệp gồm 4 biến: ĐN1; ĐN2; ĐN3; ĐN4.

- Nhân tố Môi trường làm việc và phúc lợi gồm 7 biến: MTLV1; MTLV2; MTLV3; MTLV4; PL1; PL2; PL3.

- Nhân tố Thu nhập gồm 4 biến: TN1; TN2; TN3; TN4.

- Nhân tố Cơ hội ĐT&PT và thăng tiến gồm 5 biến: CHDTPTT1; CHDTPTT2; CHDTPTT3; CHDTPTT4; CHDTPTT5.

- Hai nhân tố bị loại bỏ là Khen thưởng công bằng và Sự phù hợp mục tiêu.

b. Phân tích nhân tố với biến phụ thuộc (sự gắn bó lâu dài của nhân viên)

Khi đưa 6 biến quan sát của thang đo sự gắn bó vào phân tích nhân tố thì chỉ có một nhân tố được trích rút đầy đủ 6 biến này. Đó là biến GB1; GB2; GB3; GB4; GB5; GB6.

3.2.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Bảng 3.17. Bảng Cronbach's Alpha của các nhóm nhân tố

STT	Thang đo	Cronbach's Alpha
1	Thu nhập	0,922
2	Môi trường làm việc và phúc lợi	0,951
3	Quan hệ đồng nghiệp	0,942
4	Quan hệ lãnh đạo	0,939
5	Cơ hội đào tạo&phát triển và thăng tiến	0,852
6	Sự gắn bó	0,962

Sau khi kiểm định độ tin cậy của sáu nhóm nhân tố: thu nhập, môi trường làm việc và phúc lợi, quan hệ đồng nghiệp, quan hệ lãnh đạo, cơ hội đào tạo&phát triển và thăng tiến, sự gắn bó. Không có biến nào bị loại bỏ vì độ tin cậy của các nhóm nhân tố đều lớn hơn 0,8 và hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3.

3.3. PHÂN TÍCH HỒI QUY TUYẾN TÍNH

Bảng 3.18. Kết quả hồi quy sử dụng phương pháp Enter

Tóm tắt mô hình

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Độ lệch chuẩn	Thống kê thay đổi					Durbin-Watson
					R ²	F	df1	df2	Sig. F	
1	.835 ^a	.802	.0.798	.406	.802	228.448	5	283	.000	1.492

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	95% độ tin cậy cho B		Thống kê đa cộng tuyến		
	B	Độ lệch chuẩn	Hệ số Beta			Giá trị thấp nhất	Giá trị cao nhất	Độ chấp nhận của biến	Hệ số phóng đại phương sai	
1	Hằng số	-1.200	.161		-7.451		-1.518	-.883		
	QHLD	.448	.050	.336	8.917	.000	.349	.546	.275	3.631
	ĐN	.118	.040	.095	2.920	.004	.038	.197	.340	2.943
	MTLVPL	.457	.050	.397	9.146	.000	.358	.000	.382	2.616
	TN	.198	.036	.190	5.428	.000	.126	.270	.536	1.866
	ĐTPPTT	.070	.038	.049	1.835	.008	-.005	.145	.821	1.218

a. Biến phụ thuộc: SUGANBO

Kết quả hồi quy cho thấy hệ số R^2 hiệu chỉnh là 0,798 tức là năm biến này giải thích được 79.8% sự gắn bó của nhân viên đối với công ty. Giá trị thống kê $F = 228.448$, $p(F) = 0,000 < 0,05$ và hệ số phóng đại của mỗi biến đều nhỏ hơn 5. Do đó, có thể khẳng định năm biến số này có ý nghĩa trong mô hình và mô hình thực tế được thiết lập như sau: **Sự gắn bó = -1.2 + 0.448*QHLD + 0.118*QHĐN + 0.457* MTLVPL + 0.198*TN + 0.070*ĐTPPTT**

3.4. KIỂM ĐỊNH GIẢ THUYẾT

Dựa vào kết quả phân tích hồi quy, ta tiến hành kiểm định các giả thuyết của mô hình đã đưa ra. Năm biến QHLD, QHĐN, MTLVPL, TN, ĐTTPT có mối quan hệ cùng chiều với sự gắn bó (tức là các biến này có tác động tích cực đến sự gắn bó). Mức độ ảnh

hường của các nhân tố được sắp xếp theo thứ tự giảm dần như: MTLVPL, QHLĐ, TN, QHĐN, ĐTPTTT.

3.5. KIỂM ĐỊNH SỰ KHÁC BIỆT THEO CÁC ĐẶC TÍNH CÁ NHÂN ĐẾN SỰ GẮN BÓ LÂU DÀI CỦA NHÂN VIÊN.

3.5.1. Khác biệt về giới tính

Theo kết quả, ta thấy kiểm định Levene có giá trị $p(t,df) = (-2.022, 286) = 0.044 < 0.05$ nên khẳng định có sự khác biệt có ý nghĩa về trị trung bình giữa hai phái về sự gắn bó (giá trị trung bình của nam là 3.1522 và nữ là 3.4422). Vì vậy, ta có thể kết luận ở độ tin cậy 95% mức độ gắn bó giữa nam và nữ là khác nhau.

3.5.2. Khác biệt về độ tuổi

Kết quả phân tích ANOVA cho thấy, giá trị $F = 3.284$ và $Sig. = 0.021 < 0.05$ nên đủ cơ sở kết luận có sự khác biệt về mức độ gắn bó của nhân viên giữa các nhóm tuổi.

3.5.3. Khác biệt về vị trí công tác

Theo kết quả, ta thấy kiểm định Levene có giá trị $p(t,df) = (-0.172, 286) = 0.863 > 0.05$ nên khẳng định không có sự khác biệt có ý nghĩa về trị trung bình giữa hai nhóm vị trí công tác. Do đó, ta có thể kết luận ở độ tin cậy 95% mức độ gắn bó giữa nhân viên và cán bộ quản lý là như nhau.

3.5.4. Khác biệt về trình độ học vấn

Kết quả phân tích ANOVA cho thấy, giá trị $F = 4.646$ và $Sig. = 0.001 < 0.05$ nên đủ cơ sở kết luận có sự khác biệt về mức độ gắn bó của nhân viên giữa các trình độ học vấn.

3.5.5. Khác biệt về thời gian làm việc

Kết quả phân tích ANOVA cho thấy, giá trị $F = 9.525$ và $Sig. = 0.000 < 0.05$ nên đủ cơ sở kết luận có sự khác biệt về mức độ gắn bó của nhân viên giữa các nhóm thời gian làm việc.

CHƯƠNG 4

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

4.1. KẾT LUẬN

4.2. KIẾN NGHỊ

Từ những kết luận nói trên, tác giả đưa ra một số kiến nghị đối với các công ty tại TP.Nha Trang như:

- Thứ nhất là duy trì và phát triển môi trường làm việc để gia tăng sự gắn kết của nhân viên với công ty. Vì vậy, công ty cần cung cấp cho nhân viên một môi trường làm việc lý tưởng cùng với những phương tiện thích hợp. Bên cạnh đó, công ty phải quan tâm đến nhân viên nhiều hơn nữa và đưa ra các chính sách phúc lợi hấp dẫn.

- Thứ hai là làm cho mối quan hệ giữa nhân viên và lãnh đạo trở nên tốt đẹp hơn. Các cán bộ quản lý luôn nhận thức rằng mối quan hệ giữa mình và nhân viên là sự tôn trọng và giúp đỡ lẫn nhau.

- Thứ ba, cải thiện chính sách thu nhập để nhân viên an tâm làm việc và gắn bó lâu dài với công ty.

- Thứ tư là nâng cao tinh thần đồng nghiệp bằng cách gắn kết của các nhân viên với nhau thông qua các chuyến dã ngoại cuối cùng, các trò chơi mang tính đồng đội, đánh giá kết quả làm việc theo nhóm....

- Thứ năm là công ty tạo cho nhân viên có điều kiện phát triển năng lực của mình và có nhiều cơ hội thăng tiến trong nghề nghiệp. Như thế, công ty vừa giữ vững vị trí của mình trên thị trường vừa gia tăng được mức độ gắn kết của nhân viên với công ty.

4.3. ĐÓNG GÓP CỦA ĐỀ TÀI

- Đưa ra mô hình nghiên cứu về sự gắn bó của nhân viên với các doanh nghiệp tại TP.Nha Trang bị ảnh hưởng bởi năm yếu tố: môi trường làm việc và phúc lợi; quan hệ lãnh đạo; thu nhập; quan hệ đồng nghiệp và cơ hội đào tạo&phát triển và thăng tiến.

- Bằng kiểm định T-test và phân tích ANOVA, đề tài cũng đánh giá được sự khác biệt theo đặc tính cá nhân như: giới tính; độ tuổi; trình độ học vấn; thời gian làm việc. Trong đó, không có sự khác biệt về vị trí công tác đối với sự gắn bó của nhân viên.

- Nghiên cứu chỉ ra được sự khác nhau giữa sự hài lòng, lòng trung thành, sự gắn bó của nhân viên với công ty.

- Dựa vào kết quả nghiên cứu, đề tài đưa ra một số kiến nghị cần thiết như: duy trì và phát triển môi trường làm việc; tạo cho nhân viên có điều kiện phát triển năng lực của mình và có nhiều cơ hội thăng tiến trong nghề nghiệp; làm cho mối quan hệ giữa nhân viên và lãnh đạo trở nên tốt đẹp hơn; cải thiện chính sách thu nhập và nâng cao tinh thần đồng nghiệp của nhân viên.

4.4. HẠN CHẾ CỦA ĐỀ TÀI VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO

4.4.1. Hạn chế của đề tài:

- Năm yếu tố trên chỉ giải thích được 79.8% sự gắn bó của nhân viên với công ty. Do đó, 20.2% sự gắn bó của nhân viên với công ty được giải thích bởi các yếu tố khác.

- Đề tài chỉ thực hiện khảo sát tại các công ty hoạt động trong lĩnh vực du lịch – dịch vụ tại Nha Trang nên có thể không phản ánh đầy đủ và chính xác các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn bó của nhân viên với công ty.

- Chỉ tập trung nghiên cứu 9 nhân tố tác động đến sự gắn bó lâu dài của nhân viên như: thu nhập; môi trường làm việc; phúc lợi; sự phù hợp mục tiêu; quan hệ đồng nghiệp; khen thưởng công bằng; mức độ trao quyền; cơ hội đào tạo & phát triển và thăng tiến.

4.4.2. Hướng nghiên cứu tiếp theo:

Các nghiên cứu tiếp theo có thể nghiên cứu sự gắn bó của nhân viên với các doanh nghiệp hoạt động trong các lĩnh vực khác như: công nghiệp – xây dựng; nông – lâm – thủy sản. Đồng thời bổ sung thêm một vài yếu tố khác như: thương hiệu; bản chất công việc; tuyển dụng; đánh giá nhân viên.....