MỐI QUAN HỆ GIỮA CÂN BẰNG CUỘC SỐNG - CÔNG VIỆC, SỰ HÀI LÒNG CÔNG VIỆC, CAM KẾT TỔ CHỨC VÀ KẾT QUẢ CÔNG VIỆC CỦA NHÂN VIÊN KINH DOANH: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP NGÀNH HÀNG TIÊU DÙNG NHANH TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

● PHAN QUỐC TẤN - LƯƠNG NGỌC BÍCH QUÂN

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này nhằm kiểm định mối quan hệ giữa sự cân bằng cuộc sống - công việc, sự hài lòng công việc, cam kết tổ chức và kết quả công việc của nhân viên. Kết quả nghiên cứu từ khảo sát 381 nhân viên kinh doanh đang làm việc ở các doanh nghiệp thuộc ngành hàng tiêu dùng nhanh tại Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM) cho thấy, các giả thuyết đều được chấp nhận. Một số hàm ý được đề xuất giúp cho các doanh nghiệp ngành hàng tiêu dùng nhanh (Fast Moving Consumer Goods FMCG) xây dựng các chính sách để nâng cao sự cân bằng cuộc sống - công việc, sự hài lòng công việc và cam kết tổ chức nhằm cải thiện kết quả làm việc của nhân viên kinh doanh trong tổ chức.

Từ khóa: cân bằng cuộc sống - công việc, sự hài lòng công việc, cam kết tổ chức, kết quả công việc, ngành hàng tiêu dùng nhanh, Thành phố Hồ Chí Minh.

1. Đặt vấn đề

FMCG đang là ngành có sự phát triển ấn tượng trong những năm gần đây, là lĩnh vực đóng vai trò then chốt và quan trọng trong nền kinh tế. Cùng với sự phát triển của ngành, sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp FMCG cũng ngày càng gay gắt, nhất là cạnh tranh về nguồn nhân lực, đặc biệt là đội ngũ nhân viên kinh doanh. Để có được đội ngũ mang lại hiệu quả cao, các doanh nghiệp cần biết cách khai thác tốt nguồn lực này bởi kết quả công việc của nhân viên góp phần quan trọng vào kết quả chung của tổ chức.

Trong quá trình thực hiện công việc, sự mất cân bằng giữa cuộc sống cá nhân và công việc được xem là một trong những nguyên nhân chính khiến cho nhân viên cảm thấy căng thẳng, không hài lòng với công việc hiện tại (Arif và Farooqi, 2014), dẫn đến tình trạng áp lực trong tâm lý và làm giảm đi

năng suất làm việc (Bloom và Van, 2006), hoặc thậm chí có thể rút tinh thần ra khỏi tổ chức (Shabir và Gani, 2019).

Đã có nhiều nghiên cứu về ảnh hưởng của cân bằng cuộc sống - công việc đến kết quả tổ chức, như nghiên cứu của Bloom và Van (2006); Soomro và cộng sự (2018). Bên cạnh đó, Fishbein và Ajzen (1975); Hendri (2019) cũng đã nghiên cứu sự ảnh hưởng của kết quả do sự hài lòng công việc; ngoài ra, Hendri (2019); Talukder và cộng sự (2018) đã chứng minh cam kết tổ chức có tác động đến kết quả công việc.

Như vậy, chưa có nhiều nghiên cứu đồng thời về cả 4 yếu tố: cân bằng cuộc sống - công việc, sự hài lòng công việc, cam kết tổ chức và kết quả công việc của nhân viên kinh doanh tại các doanh nghiệp thuộc ngành FMCG tại TP.HCM. Chính vì thế, mục tiêu của bài viết nhằm kiểm định mối quan hệ giữa cân bằng cuộc sống - công việc, sự hài lòng công việc, cam kết tổ chức và kết quả công việc của nhân viên kinh doanh FMCG TP.HCM, đặt cơ sở khoa học cho các nhà quản trị doanh nghiệp trong việc hoạch định các chính sách để cải thiện kết quả công việc của nhân viên.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Bài viết dựa trên lý thuyết Bảo tồn tài nguyên (COR) của Hobfoll (1989, 2001) làm cơ sở xây dựng mô hình nghiên cứu. Lý thuyết COR tập trung vào các tài nguyên mà các cá nhân thu thập để giảm thiểu căng thẳng và cố gắng để giữ lại cũng như bảo vệ tài nguyên mà có giá trị đối với họ (cụ thể là kết quả công việc). Do sự tập trung cao vào các vai trò công việc của họ, người nhân viên có thể tham gia đến mức họ có ít tài nguyên hơn (thời gian, năng lượng, sự tập trung) để dành cho các vai trò khác (gia đình), dẫn đến xung đột từ gia đình. Lý thuyết COR của Hobfoll (1989, 2001) đã xác định rằng các tài nguyên từ công việc - gia đình (ở đây là cân bằng cuộc sống - công việc) có tác động tích cực đến kết quả lẫn thái độ (sự hài lòng công việc, cam kết tổ chức) của nhân viên. Vì vậy, nhân viên khi tin rằng tổ chức của họ quan tâm đến nhu cầu cá nhân và gia đình của họ, họ có thể đáp ứng lại bằng cách có nhận thức tích cực hơn về môi trường làm việc, gia tăng sự hài lòng trong công việc và sẵn sàng gắn bó làm việc với tổ chức đó, từ đó góp phần nâng cao hiệu suất tại nơi làm việc.

Greenhaus & cộng sự (2003) định nghĩa cân bằng cuộc sống - công việc là mức độ mà một cá nhân tham gia bình đẳng và hài lòng như nhau ở vai trò công việc và vai trò gia đình. Kết quả công việc được hiểu là hành vi của nhân viên để đạt được mục tiêu của tổ chức (Campbell, 1990), bao gồm 2 khía cạnh trong vai trò công việc (In-role) và kết quả tự nguyện (Extra-role). Theo Bloom và Van (2006), cân bằng giữa công việc - cuộc sống là yếu tố dự báo quan trọng đối với kết quả của tổ chức, bao gồm cả việc duy trì nhân viên và năng suất làm việc của họ (Soomro và cộng sự, 2018). Do đó, giả thuyết được đặt ra:

H1: Cân bằng cuộc sống - công việc tác động tích cực đến kết quả công việc của nhân viên.

Sự hài lòng trong cuộc sống được xem là "trạng thái cảm xúc vui vẻ hoặc tích cực từ kết quả của công việc hoặc quá trình làm việc của một người" (Locke, 1976, trang 1304). Hài lòng công việc là một trong những thái độ được nghiên cứu nhiều nhất trong nghiên cứu công việc - gia đình và nhiều nghiên cứu báo cáo mối quan hệ tích cực giữa 2 khái niệm như Greenhaus & cộng sự (2003); Arif và Farooqi (2014). Do vậy, giả thuyết được đề nghị như sau:

H2: Cân bằng cuộc sống - công việc tác động tích cực đến sự hài lòng công việc của nhân viên.

Mowday (1979) cho rằng cam kết tổ chức là sự gắn kết và đồng nhất của một cá nhân với sự tham gia vào một tổ chức, là lòng trung thành của nhân viên đối với người sử dụng lao động của họ (Muchinsky, 2007). Arif và Farooqi (2014); Shabir và Gani (2019) đã xác định rằng có mối quan hệ tích cực giữa cân bằng cuộc sống - công việc và cam kết tổ chức. Sự cam kết của nhân viên được nâng cao khi các tổ chức giúp nhân viên hoàn thành trách nhiệm gia đình và ngoài công việc của họ. Vì vậy, giả thuyết được đặt ra như sau:

H3: Cân bằng cuộc sống - công việc tác động tích cực đến cam kết tổ chức của nhân viên.

Tác động tích cực của sự hài lòng trong công việc đến kết quả công việc của nhân viên đã được Mwesigwa và cộng sự (2020) kiểm định. Sự gia

tăng các yếu tố tạo ra sự hài lòng cho người lao động sẽ thúc đẩy họ có cam kết cao hơn (Ismail và Razak, 2016) và cơ hội họ ở lại tổ chức cũng tăng lên. Vậy, giả thuyết được đề nghị như sau:

H4: Sự hài lòng công việc tác động tích cực đến cam kết tổ chức của nhân viên.

Theo lý thuyết hành động lý trí (TRA) của Fishbein và Ajzen (1975), thái độ của nhân viên có mối liên hệ tích cực đến kết quả thực hiện công việc. Những cá nhân hài lòng với công việc của họ sẽ cảm thấy nhiệt tình hơn với công việc và do đó họ có thể làm việc tốt hơn (Hendri, 2019). Như vậy, giả thuyết được đặt ra:

H5: Sự hài lòng công việc tác động tích cực đến kết quả công việc của nhân viên.

Hendri (2019) trong nghiên cứu của mình đã xác định rằng cam kết tổ chức có ảnh hưởng tích cực đến kết quả công việc của nhân viên. Cam kết mạnh mẽ hơn có thể dẫn đến việc ít vắng mặt ở doanh nghiệp hơn (Talukder và cộng sự, 2018), do đó tăng năng suất của tổ chức. Cho nên, giả thuyết được đề nghị như sau:

H6: Cam kết tổ chức tác động tích cực đến kết quả công việc của nhân viên.

3. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài sử dụng chủ yếu phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp với nghiên cứu định lượng, cụ thể là:

- Phương pháp nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua kỹ thuật phỏng vấn nhóm 12 thành viên (6 nhà quản lý và 6 nhân viên kinh doanh) thuộc ngành FMCG tại TP.HCM nhằm điều chỉnh các thang đo cho phù hợp (thang đo Likert 5 bậc từ 1 = hoàn toàn không đồng ý đến 5 = hoàn toàn đồng ý) với 25 biến quan sát, được tham khảo theo nghiên cứu của Talukder và cộng sự (2018). Trong đó: cân bằng cuộc sống - công việc (5 biến) dựa vào thang đo của Greenhaus và cộng sự (2012), Brough và cộng sự (2014) và Carlson và cộng sự (2009); sự hài lòng công việc (5 biến) của Brayfield và Rothe (1951); cam kết tổ chức (5 biến) của Mowday và cộng sự (1979); kết quả công việc (10 biến) của William và Anderson (1991), Lynch và cộng sự (1999).

- Nghiên cứu định lượng nhằm kiểm định mô hình và các giả thuyết nghiên cứu thông qua phần mềm SPSS 26.0 và Amos 20.0 được dùng để đánh giá mô hình đo lường và mô hình cấu trúc.

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập bằng bảng câu hỏi theo phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Cụ thể, gửi phiếu khảo sát trực tiếp và trực tuyến đến 420 nhân viên kinh doanh đang làm việc tại ngành FMCG TP.HCM, số phiếu thu về là 398, số phiếu hợp lệ để xử lý thông tin là 381. Trong đó, phần lớn nhân viên tham gia là nam giới (76,4%), với độ tuổi dưới 30 (82,2%).

4. Kết quả nghiên cứu

Sau kết quả kiểm định sơ bộ thang đo, bài viết đã đánh giá thang đo bằng phân tích mô hình đo lường và phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính.

4.1. Đánh giá mô hình đo lường

Kết quả kiểm định với độ tin cậy thang đo thì biến WLB4, JP5, JP8, JP9 có hệ số tương quan biến tổng <0,3 nên bị loại; với phân tích hệ số nhân tố tải chéo, các hệ số tải ngoài các biến quan sát đều >0,5.

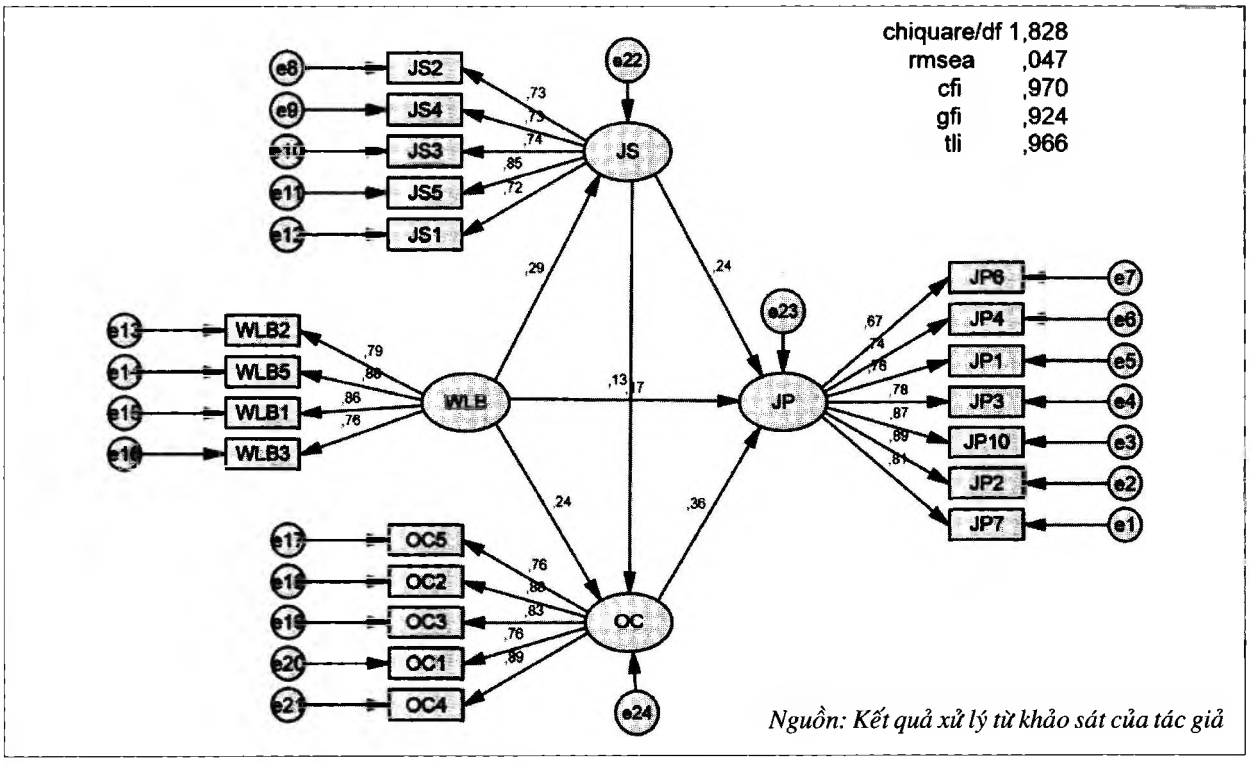
Kết quả phân tích độ tin cậy và giá trị hội tụ của thang đo cho thấy, hệ số Cronbach's alpha đều >0,7; CR>0,7; AVE>0,5; căn bậc hai của AVE lớn hơn tương quan giữa các biến, tất cả giá trị MSV<AVE. Cho nên, có thể kết luận thang đo đo lường các khái niệm đều đạt độ tin cậy, giá trị hội tụ, giá trị phân biệt, tính đơn hướng và giá trị nội dung. Vì vậy, mô hình phù hợp với dữ liệu thị trường.

Kết quả mô hình đo lường các khái niệm (đã chuẩn hóa) được trình bày trong Hình 1 cho thấy, các chỉ tiêu đo lường trong mô hình này đều thỏa mãn yêu cầu và đủ điều kiện đưa vào phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM với mục đích kiểm định các giả thuyết trong mô hình đề xuất nghiên cứu.

4.2. Đánh giá mô hình cấu trúc và kiểm định giả thuyết

Để ước lượng mô hình cấu trúc tuyến tính, quy trình Bootstrapping được tiến hành với kích thước mẫu n=1000. Theo kết quả Bảng 1, trọng số trung bình đều nằm trong khoảng tin cậy 95%. Như vậy, các ước lượng trong mô hình có thể kết luận là đáng tin cậy.

Hình 1: Mô hình đo lường các khái niệm (đã chuẩn hóa)



Nguồn: Kết quả xử lý từ khảo sát của tác giả

Bảng 1. Kết quả Bootstrapping mô hình cấu trúc và kiểm định các giả thuyết

Mối quan hệ			Mức độ tác động (β)	Trọng số trung bình Bootstrapping	Độ lệch chuẩn	P-Values	Kiểm định giả thuyết
WLB	→	JS	0,290	0,284	0,055	***	Chấp nhận
WLB	→	OC	0,241	0,249	0,073	***	Chấp nhận
WLB	→	JP	0,173	0,165	0,068	0,001	Chấp nhận
JS	→	JP	0,238	0,240	0,055	***	Chấp nhận
OC	→	JP	0,357	0,361	0,061	***	Chấp nhận
JS	→	OC	0,133	0,128	0,071	0,022	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả

Từ Bảng 1 cho thấy, 6 giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5, H6 đều được chấp nhận vì có giá trị P-value<5%, trong đó Cam kết tổ chức có tác động dương mạnh nhất đến Kết quả công việc của nhân viên (H3: β=0,357; p=0,000), kế đến Sự hài lòng công việc mạnh thứ hai (H2: β=0,238; p=0,000); sau cùng là Cân bằng cuộc sống - công việc (H1:β=0,173; p=0,001).

Như vậy, các thang đo của các khái niệm trong mô hình lý thuyết đạt giá trị liên hệ lý thuyết. Nghĩa là, tất cả các giả thuyết đều được chấp nhận.

4.3. Thảo luận kết quả

Thảo luận với nhóm phỏng vấn đã tham gia nghiên cứu định tính đều thống nhất cho rằng kết quả nghiên cứu này là phù hợp với thực tiễn tại ngành FMCG TP.HCM, cụ thể:

- Đối với yếu tố tác động đến Kết quả công việc, Cam kết tổ chức có tác động dương mạnh nhất (H6: β=0,357; p=0,000), kết quả này phù hợp

với nghiên cứu của Hendri (2019); Talukder và cộng sự (2018). Hài lòng công việc có tác động dương đến Kết quả công việc mạnh thứ hai (H5: β=0,238; p=0,000) phù hợp với nghiên cứu của Fishbein và Ajzen (1975); Hendri (2019). Và cân bằng cuộc sống - công việc có tác động đến Kết quả công việc (H1: β=0,173; p=0,001) là phù hợp với Bloom và Van (2006); Soomro và cộng sự (2018). Khi một nhân viên kinh doanh cảm nhận được sự quan tâm từ tổ chức qua các khía cạnh nhu cầu cá nhân và gia đình, lương thưởng, phúc lợi, điều kiện làm việc, thăng tiến, được tổ chức công nhận và giúp đỡ họ trau dồi và phát triển bản thân, họ thường có động lực cao hơn để làm tốt công việc. Họ cảm thấy thoải mái, hào hứng, tự tin trong công việc, thôi thúc họ làm việc nhiệt huyết, hăng say, cống hiến cho tổ chức nhiều hơn.

- Đối với mối liên hệ đến thái độ công việc, Cân bằng cuộc sống - công việc tác động dương mạnh nhất đến Sự hài lòng công việc (H2: β=0,290; p=0,000) phù hợp với nghiên cứu của Greenhaus & cộng sự (2003); Arif và Farooqi (2014). Cân bằng cuộc sống - công việc tác động dương đến Cam kết tổ chức mạnh thứ hai (H3: β=0,241; p=0,000) phù hợp với nghiên cứu của Arif và Farooqi (2014); Shabir và Gani (2019). Và sự hài lòng công việc tác động dương đến Cam kết tổ chức (H4: β=0,133; p=0,022) phù hợp với Ismail và Razak (2016); Mwesigwa và cộng sự (2020). Theo đó, cân bằng cuộc sống - công việc giữ một vai trò quan trọng trong việc giúp nhân viên hài lòng hơn với công việc của mình, từ đó gia tăng cam kết, gắn bó với tổ chức. Tính chất công việc của nhân viên kinh doanh không giống những công việc văn phòng khác chỉ giới hạn trong giờ hành chính, đôi khi họ mang việc về nhà, liên lạc, trao đổi với khách hàng ngay cả trong thời gian nghỉ ngơi. Điều đó khiến họ dễ bị mất cân bằng, khiến bản thân áp lực và cảm thấy không hài lòng với công việc của mình, từ đó dẫn đến xu hướng không muốn duy trì lâu dài với tổ chức.

5. Kết luận và một số hàm ý

Kết quả nghiên cứu với mẫu 381 nhân viên kinh doanh FMCG TP.HCM cho thấy, Cam kết tổ chức có tác động dương mạnh nhất đến Kết quả công việc; và Sự hài lòng công việc, Cân bằng cuộc sống - công việc tác động dương thấp hơn đến Kết quả công việc. Kết quả này làm cơ sở rút ra một số hàm ý đối với nhà quản lý kinh doanh FMCG về việc nâng cao sự cân bằng cuộc sống - công việc, sự hài lòng công việc và cam kết tổ chức nhằm cải thiện hiệu quả công việc của nhân viên, cụ thể như sau:

- Vấn đề về lòng trung thành của nhân viên trở nên rất quan trọng trong khả năng cạnh tranh của các tổ chức trong thị trường tiêu dùng nhanh. Để nâng cao cam kết tổ chức của nhân viên, các doanh nghiệp cần đẩy mạnh các chính sách đào tạo và thăng tiến hấp dẫn, công bằng, rõ ràng, minh bạch nhằm tạo động lực cho sự phấn đấu, nỗ lực, gắn bó hơn của nhân viên với doanh nghiệp; giáo dục cho họ về tầm nhìn, sứ mệnh, mục tiêu doanh nghiệp để cả 2 bên đều có được mục tiêu chung.

- Doanh nghiệp nên thường xuyên tổ chức các khóa học định kỳ nâng cao chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng mềm cho nhân viên kinh doanh như kỹ năng giao tiếp, tư vấn bán hàng, làm việc nhóm; rèn luyện văn hóa trong tổ chức luôn cởi mở, thân thiện, khuyến khích không khí hòa đồng, quan tâm, hỗ trợ nhau giữa các nhân viên; tạo điều kiện cho nhân viên cùng thảo luận, lên ý tưởng và giải quyết các vấn đề.

- Bên cạnh đó, cân bằng cuộc sống - công việc giữ một vai trò quan trọng để cải thiện kết quả công việc. Doanh nghiệp cần sớm xây dựng và hoàn thiện hệ thống chính sách cân bằng cuộc sống và công việc cho nhân viên trong tổ chức, sớm nhận diện những dấu hiệu mất cân bằng; tổ chức các buổi hội thảo định kỳ để phổ biến những thói quen làm việc tốt; tạo thời gian làm việc linh động, tận dụng sự hỗ trợ của công nghệ; khuyến khích nhân viên dành thời gian cho các hoạt động ngoài trời và đối thoại thường xuyên hơn về điều kiện làm việc mong muốn.

Cuối cùng, nghiên cứu chỉ kiểm định với mẫu gồm 381 nhân viên kinh doanh FMCG trên địa bàn TP.HCM bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Vì thế, tính tổng quát hóa của mô hình nghiên cứu có thể chưa cao. Nhằm khắc phục hạn chế này, những nghiên cứu tiếp theo cần chọn mẫu với kích thước lớn hơn và phạm vi mở rộng hơn ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Arif, B. and Farooqi, A. (2014). Impact of Work Life Balance on Job Satisfaction and Organizational Commitment Among University Teachers: A Case Study of University of Gujrat Pakistan. *International Journal of Multidisciplinary Sciences and Engineering,* 5(9), 24-29.

2. Bloom, N., & Van Reenen, J. (2006). Management practices, work-life balance, and productivity: A review of some recent evidence. *Oxford Review of Economic Policy,* 22(4), 457-482.

3. Brayfield, A.H. and Rothe, H.F. (1951). An index of job satisfaction. *Journal of Applied Psychology,* 35(5), 307-311.

4. Brough, P., Timms, C., O'Driscoll, M.P., Kalliath, T., Siu, O., Sit, C., and Lo, D. (2014). Work–life balance: A longitudinal evaluation of a new measure across Australia and New Zealand workers. *International Journal of Human Resource Management,* 25(19), 2724-2744.

5. Campbell, J.P. (1990). Modelling the performance prediction problem in industrial and organizational psychology. *Handbook of Industrial and Organizational Psychology,* 1(2), 687-732.

6. Carlson, D.S., Grzywacz, J.G., & Zivnuska, S. (2009). Is work-family balance more than conflict and enrichment? *Human Relations,* 62(10), 1459-1486.

7. Fishbein, M. and Ajzen, I. (1975), *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research.* Reading, MA: Addison-Wesley.

8. Greenhaus, J.H., Collins, K.M. and Shaw, J.D. (2003). The relation between work-family balance and quality of life. *Journal of Vocational Behavior,* 63(3), 510-531.

9. Hendri, M.I. (2019). The mediation effect of job satisfaction and organizational commitment on the organizational learning effect of the employee performance. *International Journal of Productivity and Performance Management,* 68(7), 1208-1234.

10. Hobfoll, S.E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist,* 44(3), 513-524.

11. Hobfoll, S.E. (2001). The Influence of Culture, Community, and the Nested-Self in the Stress Process: Advancing Conservation of Resources Theory. *Applied psychology: An international review,* 50(3), 337-421.

12. Ismail, A. and Razak, M.R.ABD. (2016). Effect of job satisfaction on organizational commitment. *Management and Marketing,* 14(1), 1-16.

13. Locke, E.A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. Dunnette, M.D. (Ed.), *Handbook of Industrial and Organizational Psychology,* Rand McNally, Chicago, IL, 1297-1349.

14. Lynch, P.D., Eisenberger, R. and Armeli, S. (1999). Perceived organizational support: Inferiorversus-superior performance by wary employees. *Journal of Applied Psychology,* 84(4), 467-483.

15. Mowday, R.T., Steers, R.M., and Porter, L.L. (1979). The measurement of organizational commitment. *Journal of Vocational Behavior,* 14, 224-247.

16. Muchinsky, P. (2007). *Psychology applied to work.* Thomson International. CA.

17. Mwesigwa, R., Tusiime, I., & Ssekiziyivu, B. (2020). Leadership styles, job satisfaction and organizational commitment among academic staff in public universities. *Journal of Management Development,* 39(2), 253-268.

18. Shabir, S., & Gani, A. (2020). Impact of work-life balance on organizational commitment of women health-care workers: Structural modeling approach. *International Journal of Organizational Analysis,* 28(4), 917-939.

19. Soomro, A.A., Breitenecker, R.J., & Shah, S.A.M. (2018). Relation of work-life balance, work-family conflict, and family-work conflict with the employee performance-moderating role of job satisfaction. *South Asian Journal of Business Studies,* 7(1), 129-146.

20. Talukder, A. K. M., Vickers, M., & Khan, A. (2018). Supervisor support and work-life balance: Impacts on job performance in the Australian financial sector. *Personnel Review,* 47(3), 727-744.

21. Williams, L.J. and Anderson, S.E. (1991). Job satisfaction and organizational commitment as predictors of organizational citizenship and in-role behaviors. *Journal of Management,* 17(3), 601- 617.

Ngày nhận bài: 7/8/2021
Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 7/9/2021
Ngày chấp nhận đăng bài: 17/9/2021

Thông tin tác giả:
1. TS. PHAN QUỐC TẤN
Khoa Quản trị, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh
2. LƯƠNG NGỌC BÍCH QUÂN
Học viên cao học khoa Quản trị, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh

RELATIONSHIP AMONG WORK-LIFE BALANCE, JOB SATISFACTION, ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND JOB PERFORMANCE OF EMPLOYEES: A CASE STUDY OF FAST-MOVING CONSUMER GOODS COMPANIES IN HO CHI MINH CITY

● Ph.D **PHAN QUOC TAN** [1]
● Master's student **LUONG NGOC BICH QUAN** [1]
[1] School of Management
University of Economics Ho Chi Minh City

ABSTRACT:
This research examines the relationship among work-life balance, job satisfaction, organizational commitment and job performance of employees. Results from a survey of 381 sales employees working for companies in the fast-moving consumer goods sector in Ho Chi Minh City show that all hypotheses which are proposed by this research are accepted. Based on these results, som implication are proposed.

Keyworks: work-life balance, job satisfaction, organizational commitment, job performance, fast-moving consumer goods, Ho Chi Minh City.