

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN LÒNG TRUNG THÀNH CỦA NHÂN VIÊN NGÂN HÀNG

FACTORS IMPACT ON BANKING STAFF'S LOYALTY

Nguyễn Quốc Nghi

Bộ môn Marketing - Du lịch & Dịch vụ, khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ, Cần Thơ, Việt Nam. Email: quocnghi@ctu.edu.vn

Tóm tắt: Nghiên cứu này được thực hiện nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên trong lĩnh vực ngân hàng. Thông qua kết quả khảo sát 266 nhân viên đang làm việc tại 15 chi nhánh ngân hàng ở TP. Cần Thơ và sử dụng các phương pháp phân tích định lượng, kết quả nghiên cứu cho thấy, các nhân tố tác động tích cực đến lòng trung thành của nhân viên ngân hàng là phong cách lãnh đạo, môi trường làm việc, đặc điểm công việc, lương thưởng, phúc lợi, cơ hội đào tạo, cơ hội thăng tiến, điều kiện làm việc, cơ hội học hỏi và nâng cao kỹ năng, thâm niên công tác và thu nhập hàng tháng; ngược lại, các nhân tố tác động không tích cực đến lòng trung thành của nhân viên ngân hàng là trình độ học vấn và số người phụ thuộc. Trong đó, nhân tố môi trường làm việc và trình độ học vấn có ảnh hưởng mạnh đến lòng trung thành của nhân viên ngân hàng.

Từ khóa: Lòng trung thành, nhân viên, ngân hàng

Abstract: This study was conducted to find out factors that influence the loyalty of employees in the banking sector. Survey results of 266 employees, working at 15 bank branches in Can Tho and the use of quantitative analysis method, showed that the factors affecting positively the employee loyalty to the Bank's are including leadership style, working environment, working characteristic, wages, incentives, benefits, training opportunities, promotion opportunities, working conditions, learning and improving skill opportunities, seniority, and monthly income. In contrast, the factors affecting negatively the employees' loyalty are the level of educational background and the number of juniors. Whereas, working environment.

Keywords: Loyalty, employee, bank

1. Giới thiệu

Từ khi Việt Nam gia nhập WTO, thách thức đầu tiên ngành ngân hàng Việt Nam gặp phải chính là sự cạnh tranh gay gắt từ các ngân hàng nước ngoài, vốn có năng lực tài chính mạnh, kinh nghiệm quản trị rủi ro tốt và đặc biệt có qui trình nghiệp vụ chuẩn mực, tiên tiến. Tuy nhiên, trên hết và quan trọng nhất vẫn

là vấn đề về cạnh tranh nguồn nhân lực. Thực tế cho thấy, các ngân hàng thành công đều là những ngân hàng quản trị tốt nguồn nhân lực của họ (Sylvie, 2004). Hiện nay, nhiều ngân hàng sẵn sàng bỏ ra một lượng tiền lớn để thu hút và giữ chân nhân tài. Do đó, việc xây dựng một đội ngũ nhân viên làm việc tốt đã khó thì vấn đề tạo dựng lòng trung thành của nhân viên lại càng khó hơn.

Ngày nhận bài 10/12/2020, ngày thẩm định 25/12/2020, Ngày duyệt đăng 15/01/2021

Đầu năm 2004, Cần Thơ chính thức trở thành thành phố loại 1 trực thuộc Trung ương, điều này tạo nên một lực hút mạnh đối với các tổ chức tín dụng trong và ngoài nước, làm cho tình hình cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng khốc liệt, không những cạnh tranh về cuộc chiến dành khách hàng mà còn cạnh tranh trong thu hút nguồn nhân lực. Từ đó, dẫn đến nhiều biến động về nguồn nhân lực trong các ngân hàng, vì thế nhiệm vụ đặt ra cho các nhà quản trị nguồn nhân lực là tìm cách thu hút và giữ chân nhân viên giỏi. Vì thế, tác giả thực hiện nghiên cứu “Các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên ngân hàng” nhằm cung cấp cơ sở khoa học cho các nhà quản trị nhân sự của ngân hàng có thể nghiên cứu, xây dựng chiến lược phát triển nguồn nhân lực hiệu quả. Hội việc làm khác và không đáp lại những lời mời từ các doanh nghiệp khác (Coughlan, 2005). Lòng trung thành là niềm tin của nhân viên vào giá trị gắn kết của họ đối với doanh nghiệp và có xu hướng tiếp tục duy trì sự gắn kết này (Niehoff & ctg, 2001). Lòng trung thành có 5 hình thức biểu thị. Một là sự gắn bó lâu dài với tổ chức, hai là giới thiệu cho bạn bè, người thân về tổ chức như một nơi làm việc tốt, ba là nhiệt tình giới thiệu các sản phẩm, dịch vụ của tổ chức với bạn bè, người thân, bốn là cảm thấy tự hào khi làm việc trong tổ chức, năm là sẵn sàng cố gắng làm việc hết sức để giúp cho tổ chức thành công (Rahman & ctg, 2011).

Theo Wiley (1997), các nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên là thu nhập, kế đến là sự công nhận thành tích, an toàn công việc, thăng tiến và phát triển trong tổ chức, sự thích thú trong công việc, điều kiện làm việc, kỷ luật làm việc, bốn phần cá nhân và cuối cùng là sự đồng cảm. Còn theo Johnson & Cathy (2006) thì sự hợp tác làm việc tập thể, đặc điểm công việc, phong cách lãnh đạo là các yếu tố ảnh hưởng lớn nhất đến lòng trung thành của nhân viên. Trong khi đó, nghiên cứu của Edward (1975) thì chỉ ra rằng không gian làm việc, tính thử thách trong công việc, áp lực công việc, cơ hội thăng tiến, được thể hiện bản thân là những yếu tố ảnh hưởng lớn nhất đến lòng trung thành. Còn ở Việt Nam, nghiên cứu của Nguyễn (2010) cho thấy tính hấp dẫn của công việc là yếu tố quan trọng nhất tác động vào lòng trung thành của nhân viên, tiếp theo là lòng tin của nhân viên đối với doanh nghiệp và kiến thức về hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp và cuối cùng là sự công bằng trong doanh nghiệp. Ngoài các yếu tố liên quan đến công việc, các yếu tố thuộc về đặc điểm cá nhân cũng có tác động nhất định đến lòng trung thành của

của nhân viên. Theo học thuyết Maslow (1943), nhu cầu con người thông thường xuất phát từ thấp đến cao và phụ thuộc rất lớn vào đặc điểm và hoàn cảnh cụ thể của từng cá nhân như tuổi tác, thâm niên, giới tính, trình độ văn hóa, chức vụ,... Do đó, sẽ có mối liên hệ giữa đặc điểm cá nhân và lòng trung thành của nhân viên đối với doanh nghiệp. Một số nghiên cứu đã chứng minh mối quan hệ giữa các đặc điểm cá nhân và mức độ gắn kết với doanh nghiệp, chẳng hạn như Johnson và Cathy (2006).



2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Lòng trung thành được thể hiện trong hành vi có thể được gắn với một lời hứa hẹn tiềm ẩn, tự nguyện của một hoạt động cá nhân trong một cộng đồng để đạt được những mục tiêu cá nhân và tập thể. Lòng trung thành của nhân viên còn có thể được định nghĩa là sự tận tụy của nhân viên với sự thành công của doanh nghiệp và tin tưởng rằng làm việc tại doanh nghiệp là sự lựa chọn đúng đắn nhất. Họ không những có ý định tiếp tục làm việc tại doanh nghiệp mà còn không tích cực tìm kiếm cơ hội phát triển. Việc xác định tuổi tác là yếu tố ảnh hưởng lớn nhất đến lòng trung thành của nhân viên, kế đến là trình độ học vấn, vị trí công việc và cuối cùng là tình trạng hôn nhân. Còn theo Rajesh (2004), những nhân viên có vị trí cao hơn, tuổi đời cao hơn, thâm niên cao hơn thường có mức độ gắn kết nhiều hơn với doanh nghiệp, đồng thời những nhân viên có học vấn cao hơn thường có mức độ trung thành với doanh nghiệp thấp hơn.

Sau khi lược khảo nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước về lòng trung thành của nhân viên (Wiley, 1997; Johnson & Cathy, 2006; Edward, 1975; Rajesh, 2004; Nguyễn, 2010), tác giả sử dụng phương pháp thảo luận nhóm (nghiên cứu định tính) với 12 nhân viên ngân hàng, từ đó tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu bao gồm 08 nhóm nhân tố ảnh

hưởng đến lòng trung thành của nhân viên ngân hàng. Những nhân tố đó bao gồm đặc điểm cá nhân, đặc điểm công việc, môi trường làm việc, lương, thưởng và phúc lợi, cơ hội được đào tạo, cơ hội thăng tiến, điều kiện làm việc, phong cách lãnh đạo.

Mô hình xác định các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên trong lĩnh vực ngân hàng được thiết lập như sau:

LTT = f(ĐĐCV, MTLV, L&PL, CHĐT, CHTT, ĐKLV, PCLĐ, ĐĐCN)

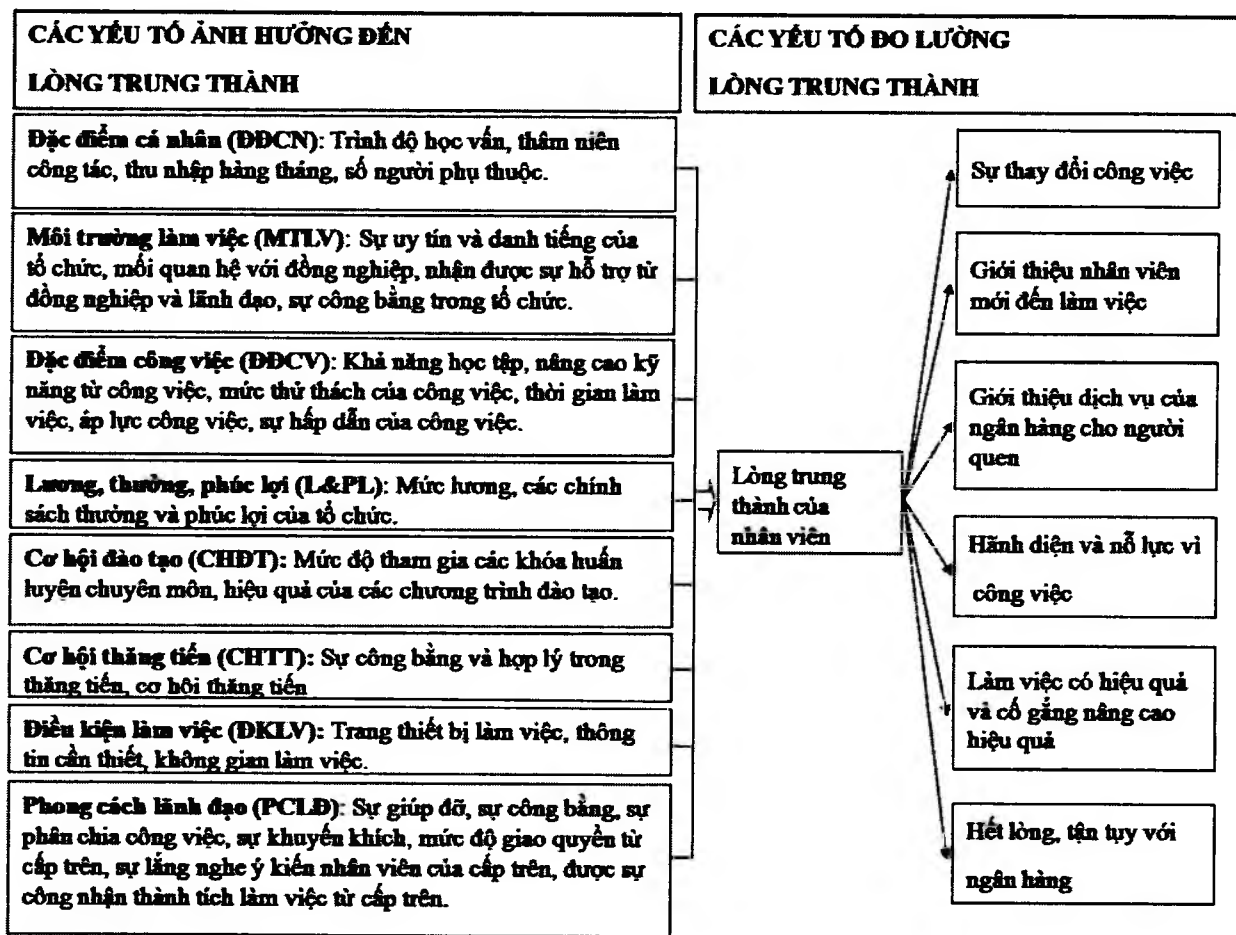
Trong đó: LTT là biến phụ thuộc, các biến ĐĐCV, MTLV, L&PL, CHĐT, CHTT, ĐKLV, PCLĐ, ĐĐCN là biến độc lập.

Việc định lượng các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên ngân hàng được tiến hành qua 3 bước:

Bước 1: Sử dụng hệ số tin cậy Cronbach Alpha để kiểm định mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau.

Bước 2: Sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (EFA) để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các nhân tố được cho là phù hợp với lòng trung thành.

Bước 3: Sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính đa biến nhận diện các nhân tố và ảnh hưởng của từng nhân tố đến lòng trung thành của nhân viên ngân hàng và đảm bảo có ý nghĩa thống kê.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Số liệu được sử dụng trong nghiên cứu được thu thập bằng phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Cuộc khảo sát được tiến hành trong khoảng thời gian từ 11/2011 đến 12/2011. Cỡ mẫu được chọn là 266 mẫu, đối tượng khảo sát là nhân viên đang làm việc

tại 15 chi nhánh ngân hàng trên địa bàn Tp. Cần Thơ. Sử dụng các phần mềm chuyên dụng như Excel, SPSS, mô hình nghiên cứu được thực hiện như sau:

Bước 1: Kiểm định thang đo

Thang đo được đánh giá độ tin cậy thông qua hệ số

Cronbach's Alpha. Hệ số Cronbach's Alpha được sử dụng để loại các biến "rác", các biến có hệ số tương quan biến - tổng (Corrected item total correlation) nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại (Peterson, 1994; Slater, 1995) và thang đo sẽ được chọn khi hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 (Nunnally & Bernstein, 1994). Kết quả phân tích cho thấy các thang đo đều có độ tin cậy khá cao ($\alpha > 0,7$) như sau: Thành phần Đặc điểm công việc có hệ số Cronbach's Alpha = 0,722 và hệ số tương quan biến - tổng đều lớn hơn 0,3 nên đạt yêu cầu đưa vào phân tích nhân tố tiếp theo. Tương tự, thành phần Môi trường làm việc có hệ số Cronbach's Alpha = 0,785; Lương bổng và phúc lợi có hệ số Cronbach's Alpha = 0,779; Cơ hội được đào tạo có hệ số Cronbach's Alpha = 0,810; Cơ hội thăng tiến có hệ số Cronbach's Alpha = 0,758; Điều kiện làm việc có hệ số Cronbach's Alpha = 0,700; Phong cách lãnh đạo có hệ số Cronbach's Alpha = 0,881; và thành phần Lòng trung thành của nhân viên có hệ số Cronbach's Alpha = 0,705 và hệ số tương quan tổng biến đều lớn hơn 0,3, chứng tỏ các biến này đều sử dụng tốt. Vì vậy, tất cả các biến được sử dụng trong phân tích nhân tố khám phá tiếp theo.

Bước 2: Phân tích nhân tố khám phá

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) sau 3 vòng với các kiểm định được đảm bảo: (1) Độ tin cậy của các biến quan sát (Factor loading > 0,5); (2) Kiểm định tính thích hợp của mô hình ($0,5 < KMO = 0,755 < 1$); (3) Kiểm định Bartlett về tương quan của các biến quan sát ($Sig. = 0,00 < 0,05$); (4) Kiểm định phương sai cộng dồn = 70,98% > 50%. Theo kết quả phân tích, 25 biến quan sát được chia thành 8 nhóm nhân tố. Dựa vào các biến quan sát trong nhóm, các nhân tố được đặt tên như sau: Nhân tố 1 được gọi là "Phong cách lãnh đạo" (X1) tập hợp 7 biến quan sát (Cấp trên tin vào khả năng ra quyết định của nhân viên; Cấp trên phân công công việc và để nhân viên tự quyết định các thực hiện; Cấp trên thường lắng nghe và tôn trọng ý kiến; Cấp trên nhận ra và công nhận thành tích của nhân viên trong công việc; Cấp trên luôn thông báo về những thay đổi của ngân hàng; Cấp trên phân chia công việc hợp lý; Cấp trên thường động viên, khuyến khích để nhân viên làm việc tốt hơn) có hệ số tải nhân tố từ 0,662 đến 0,769; Nhân tố 2 được gọi là "Môi trường làm việc" (X2), tập hợp 4 biến quan sát (Ngân hàng luôn giữ đúng lời hứa; Chưa bao giờ cảm thấy bị lợi dụng tại ngân hàng; Có mối quan hệ tốt với đồng nghiệp và lãnh đạo; Được đối xử công bằng) có hệ số tải nhân tố từ 0,587 đến 0,737; Nhân tố 3 được gọi là "Đặc điểm công việc" (X3), tập hợp 3 biến quan sát (Mức thù thách công việc vừa phải; Áp lực công việc vừa phải; Thời gian làm việc hợp lý) có hệ số tải nhân tố từ 0,749 đến 0,831; Nhân tố 4 có tên là "Lương bổng và phúc lợi" (X4), tập hợp 3 biến quan sát (Có phúc lợi tốt ngoài tiền lương; Mức lương là hợp lý; Các chính sách khen thưởng, khuyến khích tốt) có hệ số tải nhân tố từ 0,731 đến 0,864; Nhân tố 5 được gọi là "Cơ hội đào tạo" (X5), tập hợp 2 biến quan sát (Thường được tham gia các khóa huấn luyện chuyên môn; Chương trình huấn luyện có hiệu quả) có hệ số tải nhân tố từ 0,793 đến 0,827; Nhân tố 6 được đặt tên là "Cơ hội thăng tiến" (X6), tập hợp 2 biến quan sát (Nhiều cơ hội thăng tiến trong tương lai; Cơ hội thăng tiến là hợp lý, công bằng) có hệ số tải nhân tố từ 0,788 đến 0,874; Tương tự, nhân tố 7 có tên là "Điều kiện làm việc" (X7), tập hợp 2 biến quan sát (Có đầy đủ trang thiết bị cần thiết; Được cung cấp đầy đủ thông tin cần thiết để hoàn thành tốt).

xem là "Đặc điểm công việc" (X3), tập hợp 3 biến quan sát (Mức thù thách công việc vừa phải; Áp lực công việc vừa phải; Thời gian làm việc hợp lý) có hệ số tải nhân tố từ 0,749 đến 0,831; Nhân tố 4 có tên là "Lương bổng và phúc lợi" (X4), tập hợp 3 biến quan sát (Có phúc lợi tốt ngoài tiền lương; Mức lương là hợp lý; Các chính sách khen thưởng, khuyến khích tốt) có hệ số tải nhân tố từ 0,731 đến 0,864; Nhân tố 5 được gọi là "Cơ hội đào tạo" (X5), tập hợp 2 biến quan sát (Thường được tham gia các khóa huấn luyện chuyên môn; Chương trình huấn luyện có hiệu quả) có hệ số tải nhân tố từ 0,793 đến 0,827; Nhân tố 6 được đặt tên là "Cơ hội thăng tiến" (X6), tập hợp 2 biến quan sát (Nhiều cơ hội thăng tiến trong tương lai; Cơ hội thăng tiến là hợp lý, công bằng) có hệ số tải nhân tố từ 0,788 đến 0,874; Tương tự, nhân tố 7 có tên là "Điều kiện làm việc" (X7), tập hợp 2 biến quan sát (Có đầy đủ trang thiết bị cần thiết; Được cung cấp đầy đủ thông tin cần thiết để hoàn thành tốt).

STT	Thành phần	Hệ số Cronbach's Alpha
01	Môi trường làm việc (MTLV)	0,785
02	Đặc điểm công việc (ĐĐCV)	0,722
03	Lương, thưởng, phúc lợi (L&PL)	0,779
04	Cơ hội đào tạo (CHĐT)	0,810
05	Cơ hội thăng tiến (CHTT)	0,758
06	Điều kiện làm việc (ĐKLV)	0,700
07	Phong cách lãnh đạo (PCLĐ)	0,881
08	Lòng trung thành (LTT)	0,705

Bảng 1: Kết quả kiểm định thang đo

(Nguồn: Kết quả kiểm định thang đo từ số liệu điều tra, năm 2011)

Cuối cùng, nhân tố 8 được xem là "Cơ hội học hỏi và nâng cao kỹ năng" (X8), tập hợp 2 biến quan sát (Có thể học tập, nâng cao kỹ năng từ công việc; Học hỏi được nhiều điều từ đồng nghiệp) có hệ số tải nhân tố từ 0,684 đến 0,792. Như vậy, mô hình nghiên cứu được hiệu chỉnh như trong hình.



Ảnh minh họa

Bước 3: Phân tích hồi quy tuyến tính

Để xác định mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến lòng trung thành của nhân viên ngân hàng, tác giả tiến hành phân tích 2 mô hình hồi quy tuyến tính, trong đó mô hình 1 là mô hình xác định mức độ tác động của các nhân tố được rút ra từ phân tích nhân tố khám phá đến lòng trung thành của nhân viên ngân hàng. Vì thế, mô hình 1 được thiết lập là $LTT = f(X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8)$. Trong mô hình này, LTT là biến phụ thuộc, các biến X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8 là các biến độc lập. Các biến này được tính bằng cách tính điểm trung bình của các quan sát thuộc nhóm nhân tố đó. Mô hình 2 được phát triển từ mô hình 1 bằng cách thêm các biến đặc điểm cá nhân (trình độ học vấn, thâm niên công tác, thu nhập hàng tháng, số người phụ thuộc) vào mô hình để xem xét mức độ tác động của các biến này đến lòng trung thành của nhân viên ngân hàng.

Kết quả phân tích 2 mô hình cho thấy, hệ số R2 hiệu chỉnh của mô hình 2 (86,1%) lớn hơn mô hình 1 (79,7%), điều này chứng tỏ khả năng giải thích sự biến thiên về lòng trung thành của nhân viên ngân hàng ở mô hình 2 tốt hơn. Hệ số Sig.F của 2 mô hình đều nhỏ hơn rất nhiều so với mức ý nghĩa $\alpha = 5\%$, nên 2 mô hình hồi quy đều có ý nghĩa. Hệ số Durbin-Watson của 2 mô hình trong khoảng từ 1,910 đến 2,006, điều này chứng tỏ 2 mô hình không có hiện tượng tự tương quan (Hoàng và học vấn, thâm niên công tác, thu nhập hàng tháng và số người phụ thuộc đều có ý nghĩa về mặt thống kê).

Trong đó, (X9) Trình độ học vấn và (X12) Số người phụ thuộc là các biến có ảnh hưởng nghịch chiều với lòng trung thành của nhân viên ngân hàng, điều này cho thấy những nhân viên có trình độ học vấn càng cao, nhiều người phụ thuộc trong gia đình thì lòng trung thành của nhân viên sẽ càng thấp. Ngược lại, biến (X10) Thâm niên công tác và (X11) Thu nhập hàng tháng có tác động cùng chiều với lòng trung thành của nhân viên ngân hàng, tức là khi thâm niên công tác của nhân viên càng cao và thu nhập hàng tháng của nhân viên càng tăng thì nhân viên càng có xu hướng trung thành với ngân hàng nhiều hơn. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với các nghiên cứu của Johnson và Cathy (2006), Rajesh (2004), điều này càng khẳng định các yếu tố cá nhân ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên ngân hàng.

4. Kết luận

Kết quả nghiên cứu đã đạt được mục tiêu đề ra là xác định các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên ngân hàng. Nghiên cứu đã chỉ ra các nhân tố động tích cực đến lòng trung thành của nhân viên ngân hàng là phong cách lãnh đạo, môi trường làm việc, đặc điểm công việc, lương thưởng, phúc lợi, cơ hội đào tạo, cơ hội thăng tiến, điều kiện làm việc, cơ hội học hỏi và nâng cao kỹ năng, thâm niên công tác và thu nhập hàng tháng, ngược lại các nhân tố tác động không tích cực đến lòng trung thành của nhân viên là trình độ học vấn và số người phụ thuộc.

Biến độc lập	Mô hình 1		Mô hình 2	
	B	VIF	B	VIF
Hằng số	-0,243* (-1,755)		1,931*** (7,248)	
X1: Phong cách lãnh đạo	0,103*** (3,407)	1,731	0,052** (2,042)	1,800
X2: Môi trường làm việc	0,217*** (7,301)	1,656	0,106*** (3,928)	2,001
X3: Đặc điểm công việc	0,106*** (5,039)	1,292	0,060*** (3,351)	1,373
X4: Lương thưởng, phúc lợi	0,152*** (7,030)	1,317	0,079*** (3,825)	1,766
X5: Cơ hội đào tạo	0,132*** (6,759)	1,272	0,071*** (4,049)	1,511
X6: Cơ hội thăng tiến	0,075*** (2,808)	1,269	0,067*** (3,024)	1,308
X7: Điều kiện làm việc	0,154*** (5,408)	1,260	0,118*** (4,915)	1,305
X8: Cơ hội học hỏi và nâng cao kỹ năng	0,154*** (5,409)	1,316	0,066*** (2,607)	1,508
X9: Trình độ học vấn			-0,214*** (-7,589)	1,804
X10: Thâm niên công tác			0,007*** (2,583)	2,842
X11: Thu nhập hàng tháng			0,043*** (4,883)	2,723
X12: Số người phụ thuộc			-0,029* (-1,829)	2,100
R ² hiệu chỉnh	0,797		0,861	
Hệ số Sig. F	0,000		0,000	
Hệ số Durbin - Watson	1,910		2,006	

Bảng 2. Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính đa biến

(Nguồn: Kết quả phân tích hồi qui tuyến tính từ số liệu điều tra năm 2011)
Ghi chú: *: Mức ý nghĩa 10%; **: Mức ý nghĩa 5%; ***: Mức ý nghĩa 1%

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Coughlan, R. (2005) "Employee loyalty as adherence to shared moral values", *Journal of Managerial Issues*, XVII(1), 43-57.
- [2] Johnson Wang và Cathy H.C. Hsu (2006). *Influencing factors of employee loyalty: A case study of hotels in Heifei, China, the Hong Kong polytechnic university*.
- [3] Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. NXB Hồng Đức.
- [4] Mai Văn Nam (2008). *Kinh tế lượng (Econometrics)*. NXB Văn hóa Thông tin.
- [5] Nguyễn Thị Mai Trang (2010). "Các yếu tố quyết định lòng trung thành của nhân viên Marketing", *Tạp chí Phát triển kinh tế*, số tháng 7 năm 2010, trang 26 -30.
- [6] Rahman Bin Abdullah, Mushaireen Musa, Hamizam Zahari, Razman Rahman, Khazainah Khalid (2011). "The study of employee satisfaction and its effects towards loyalty in hotel industry in Klang valley, Malaysia", *International journal of business and social science*, Vol 2. No3, special issue - January 2011, pp.147 -155.
- [7] Rajesh J Bhatt (2004). *A case study of job satisfaction among bank employee of leading Nationalised banks of Gujarat state, India, University of Central Arkansas*.
- [8] Sylvie St-Onge, Michel Audet, Victor Haines, Andre Petit (2004). *Rélever les défis de la gestion des ressources humaines*, 2e édition. Gaetan morin Edit.