

Đánh giá tác động của sự hài lòng trong công việc đến sự gắn kết của nhân viên đối với tổ chức: Trường hợp ngành ô tô

VŨ HỒNG ĐIẾP*

Tóm tắt

Nhằm đánh giá tác động của sự hài lòng trong công việc đến sự gắn kết của nhân viên đối với tổ chức: Trường hợp ngành ô tô, nghiên cứu phân tích dữ liệu thu thập từ 229 nhân viên từ các doanh nghiệp ô tô, như: Toyota, Mitsubishi, Isuzu, Mercedes-Benz, Ford, Samco. Kết quả cho thấy, có 4 nhân tố gồm: Lãnh đạo; Lương, thưởng; Cơ hội đào tạo và thăng tiến; Đồng nghiệp có tác động thuận chiều đến Sự gắn kết của nhân viên đối với tổ chức. Kết quả nghiên cứu góp phần vào thực tiễn, giúp các nhà quản trị của các doanh nghiệp ô tô nhìn nhận được nhu cầu và cảm nhận của nhân viên, từ đó giúp họ có những quyết định hiệu quả trong việc cải thiện các chính sách đối với nhân viên.

Từ khóa: sự hài lòng trong công việc, sự gắn kết của nhân viên đối với tổ chức, ngành ô tô

Summary

To assess the impact of job satisfaction on employee engagement - the case of the automotive industry, the study analyzes data collected from 229 employees of automotive firms such as Toyota, Mitsubishi, Isuzu, Mercedes-Benz, Ford, Samco. The result points out 4 factors having a positive impact on employee engagement, which are Leadership, Salary and bonus, Training and promotion opportunities, Colleagues. This finding assists managers of the aforementioned enterprises in acknowledging the needs and feelings of their employees, thereby making effective decisions to improve employee policies.

Keywords: job satisfaction, employee engagement, automobile industry

GIỚI THIỆU

Năm 2021, ngành ô tô Việt Nam sản xuất, lắp ráp đạt 299,800 xe, tăng 9,1% so với năm 2020 và tiếp tục tăng trưởng với tham vọng đạt quy mô 1,000,000 xe vào năm 2030, doanh thu dự kiến 12 tỷ USD/năm, tốc độ tăng trưởng trong 5 năm tới ở mức 10.5%/năm (Trần Thủy, 2022). Bên cạnh đó, nhiều năm nay, Việt Nam đã luôn duy trì được sự tăng trưởng GDP khá ấn tượng, khoảng 6%-7%/năm, trong đó ngành ô tô đóng góp 3% (Bộ Công Thương, 2021). Tuy nhiên, đối lập với khả năng phát triển của ngành, nguồn nhân lực ngành ô tô đang thiếu hụt trầm trọng, đặc biệt là nhân lực chất lượng cao, do đó áp lực công việc của nhân viên ngày càng tăng (Lâm Anh, 2017; T.D.V, 2020). Những áp lực cạnh tranh gay gắt cùng với chính sách thu hút và giữ nhân tài của các doanh nghiệp chưa hoàn thiện khiến cho các doanh nghiệp đang đối mặt với tình trạng nghỉ việc của hàng loạt kỹ sư ngành ô tô. Vì vậy, việc nghiên cứu để xác định mối quan hệ giữa thỏa mãn công việc và sự gắn kết với tổ chức, đặc biệt

là doanh nghiệp ngành ô tô, trở nên cấp thiết hơn.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

Sự hài lòng trong công việc được định nghĩa là mức độ mà nhân viên cảm nhận được sự vui vẻ, hạnh phúc, hài lòng đối với công việc, sự phản ứng về mặt tình cảm và cảm xúc đối với các khía cạnh khác nhau trong công việc và có thái độ tích cực khi làm việc trong tổ chức (James, 1997; Ellickson và Logsdon, 2001). Theo thang đo chỉ số mô tả công việc (JDI), 5 thành phần trong công việc bao gồm: (1) Bản chất công việc, (2) Cơ hội đào tạo và thăng tiến; (3) Lãnh đạo; (4) Đồng nghiệp; và (5) Lương (Smith và cộng sự, 1969).

* Trường Đại học Văn Lang | Email: diep.vh@vlu.edu.vn

Ngày nhận bài: 02/7/2022; Ngày phản biện: 17/7/2022; Ngày duyệt đăng: 22/7/2022

BẢNG 1: THỐNG KÊ MÔ TẢ MẪU NGHIÊN CỨU

Thu nhập (triệu đồng)	Độ tuổi							
	Từ 23-30 tuổi		Từ 31-45 tuổi		Trên 45 tuổi		Tổng cộng	
	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%	Số lượng	%
Dưới 15	86	37.55	18	7.86	0	0.00	104	57.10
15 - 25	32	13.97	27	11.79	4	1.75	63	26.90
> 25 - 35	6	2.62	15	6.55	12	5.24	33	9.10
> 35	0	0.00	12	5.24	17	7.42	29	6.80
Tổng cộng	124	54.15	72	31.44	33	14.41	229	100.00

BẢNG 2: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH THANG ĐO

Nhân tố	Cronbach's Alpha	Hệ số tương quan biến tổng
Lãnh đạo	0.806	0.619-0.696
Lương, thưởng	0.725	0.530-0.562
Cơ hội đào tạo và thăng tiến	0.817	0.616-0.693
Đồng nghiệp	0.741	0.537-0.613
Sự gắn kết	0.775	0.478-0.709

BẢNG 3: KẾT QUẢ MA TRẬN NHÂN TỐ XOAY

	Nhân tố			
	1	2	3	4
DT4	.825			
DT2	.790			
DT4	.782			
DT3	.782			
LD1		.869		
LD2		.856		
LD3		.826		
DN1			.848	
DN3			.785	
DN2			.732	
LT3				.789
LT2				.781
LT1				.770

BẢNG 4: KẾT QUẢ MA TRẬN TƯƠNG QUAN

	Lãnh đạo	Lương, thưởng	Cơ hội đào tạo và thăng tiến	Đồng nghiệp	Gắn kết
Lãnh đạo	1				
Lương, thưởng	.069	1			
Cơ hội đào tạo và thăng tiến	.013	.251**	1		
Đồng nghiệp	-.025	.380**	.254**	1	.561**
Gắn kết	.130	.554**	.593**	.561**	1

** dấu hiệu thống kê ở mức 0.01

Nguồn: Xử lý từ dữ liệu điều tra

Sự gắn kết với tổ chức được định nghĩa như là trạng thái tâm lý của thành viên trong tổ chức thể hiện sự kiên định mạnh mẽ của một cá nhân đối với tổ chức, chấp nhận những đặc điểm của tổ chức cũng như sự ràng buộc hay liên kết giữa các cá nhân và tổ chức; sẵn lòng dành hết sự nỗ lực cho tổ chức và tham gia tích cực trong tổ chức (Mowday và Steers, 1979; Mathieu và Zajac, 1990; Meyer và Allen, 1990). Các thành phần thể hiện sự gắn kết của cá nhân đối với tổ chức thể hiện rất đa dạng. Mowday và cộng sự (1979) cho rằng, sự gắn

kết bó của cá nhân đối với tổ chức thể hiện qua: (1) Sự gắn bó và nhất quán (cá nhân có niềm tin mạnh mẽ và chấp nhận mục tiêu, giá trị của tổ chức); (2) Lòng trung thành (cá nhân có mong muốn một cách mạnh mẽ duy trì vai trò thành viên của tổ chức) và (3) Sự dấn thân (cá nhân dấn thân vào các hoạt động của tổ chức, và luôn cố gắng tự nguyện vì tổ chức. Một mô hình khác đề xuất 3 thành phần gồm: (1) Sự gắn kết vì tình cảm (cá nhân yêu mến và cảm thấy mình thuộc về tổ chức); (2) Sự gắn kết để duy trì (cá nhân cảm thấy mất mát nếu rời bỏ tổ chức); (3) Sự gắn kết vì đạo đức (cá nhân cảm giác có nghĩa vụ tiếp tục công việc) (Meyer và Allen, 1991; Meyer và Herscovithe, 2001).

BẢNG 5: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH THAM SỐ

Model	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Tolerance	VIF
1 (Hằng số)	-.404	.247		-1.636	.103		
Lãnh đạo	.088	.032	.111	2.726	.007	.992	1.008
Lương, thưởng	.274	.039	.310	6.927	.000	.824	1.213
Cơ hội đào tạo và thăng tiến	.372	.037	.428	10.034	.000	.907	1.102
Đồng nghiệp	.300	.040	.337	7.522	.000	.826	1.211

a. Biến phụ thuộc: Sự gắn kết

Nguồn: Xử lý từ dữ liệu điều tra

Dựa trên các mô hình đo lường sự hài lòng của cá nhân đối với tổ chức, nhiều nghiên cứu đã vận dụng và thực hiện nghiên cứu và khẳng định tác động của nó đối với sự gắn kết của cá nhân đối với tổ chức (Đặng Thị Ngọc Hà, 2010; Syahrizal và cộng sự, 2019; Hà Nam Khánh Giao và Nguyễn Tô Trà My, 2020; Shoukun Chen và cộng sự, 2022).

Từ các mô hình đo lường và các kết quả nghiên cứu trước, các giả thuyết đặt ra như sau:

H1: Lãnh đạo có tác động đến mức độ gắn kết của nhân viên với tổ chức

H2: Lương, thưởng có tác động đến mức độ gắn kết của nhân viên với tổ chức

H3: Cơ hội đào tạo và thăng tiến có tác động đến mức độ gắn kết của nhân viên với tổ chức

H4: Đồng nghiệp có tác động đến mức độ gắn kết của nhân viên với tổ chức

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện trên bộ dữ liệu gồm 229 nhân viên từ các doanh nghiệp ô tô, như: Toyota, Mitsubishi, Isuzu, Mercedes-Benz, Ford, Samco. Dữ liệu được thu thập trực tuyến qua mạng xã hội thông qua bảng hỏi được thiết kế theo thang đo Likert-5. Thời gian tiến hành điều tra trong tháng 12/2021 (*Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế*).

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Thống kê mô tả

Các đáp viên tham gia khảo sát gồm độ tuổi từ 23-30 tuổi chiếm 54,15%; từ 31-45 tuổi chiếm 31,44%; trên 45 tuổi chiếm 14,41%; thu nhập dưới 15 triệu đồng chiếm 57,1%; từ 15-25 triệu đồng chiếm 26,9%; từ trên 25-35 triệu đồng, chiếm 9,1%; trên 35 triệu đồng chiếm 6,8%. Như vậy, dữ liệu bao quát hết các độ tuổi và thu nhập của nhân viên trong ngành ô tô.

Kiểm định thang đo

Phương pháp kiểm định thang đo (Bảng 2) cho thấy, tất cả các thang đo đề xuất đều có hệ số Cronbach's Alpha cao, các biến quan sát có hệ số tương quan biến tổng cao, chứng minh rằng, tất cả các thang đo có độ tin cậy cao và tính nhất quán nội tại cao, nên đều được chấp nhận.

Phương pháp phân tích nhân tố khám phá cho ra hệ số KMO = 0.758, Eigenvalue = 1.225 với tổng phương

sai trích là 67.306%, chứng minh rằng phương pháp phân tích nhân tố khám phá phù hợp với bộ dữ liệu. Kết quả ma trận xoay Varimax cho biết tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải lớn hơn 0.7; đồng thời 4 thang đo dự kiến đều được chấp nhận (Bảng 3).

Phân tích tương quan

Kết quả phân tích tương quan (Bảng 4) cho thấy, các nhân tố Lương, thưởng; Cơ hội đào tạo và thăng tiến, Đồng nghiệp có mối tương quan khá mạnh với Sự gắn kết của nhân viên đối với tổ chức. Riêng nhân tố Lãnh đạo có mức độ tương quan khá thấp. Ngoài ra, mức độ tương quan giữa các biến độc lập cũng khá thấp, nên dự báo mô hình hồi quy tuyến tính có thể phù hợp với bộ dữ liệu và không có hiện tượng tự tương quan hay đa cộng tuyến sẽ xảy ra.

Phương pháp ước lượng và phân tích mô hình hồi quy tuyến tính (Bảng 5) cho biết, mô hình có $R^2 = 0.623$ với Sig. = 0.000, đồng thời, kết quả kiểm định tham số cho thấy cả 4 biến độc lập là: Lãnh đạo; Lương, thưởng; Cơ hội đào tạo và phát triển; Đồng nghiệp đều có Sig. < 0.05. Như vậy, cả 4 biến độc lập đều được chấp nhận và giải thích được 62.3% sự biến thiên của biến Sự gắn kết của nhân viên đối với tổ chức. Ngoài ra, mô hình có hệ số Durbin-Watson là 2.146, nằm trong khoảng $dU = 1.809$ và $4-dU = 2.191$, các hệ số VIF đều < 2, do đó, có dấu hiệu thống kê cho biết, mô hình hồi quy tuyến tính không vi phạm hiện tượng tự tương quan và đa cộng tuyến.

KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Kết luận

Nghiên cứu đã xác định và đo lường mức độ tác động của sự hài lòng trong công việc đến sự gắn kết của nhân viên đối với tổ chức: Trường hợp ngành ô tô. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 4 nhân tố gồm: Lãnh đạo; Lương, thưởng; Cơ hội đào tạo và thăng tiến; Đồng nghiệp đều có tác động thuận chiều đến Sự gắn kết của nhân viên đối với tổ chức. Trong đó, Cơ hội đào tạo và thăng tiến có tác động mạnh nhất; còn Lãnh đạo có tác động yếu nhất.

Kết quả nghiên cứu góp phần vào thực tiễn, giúp các nhà quản trị của các doanh nghiệp ô tô nhìn nhận được nhu cầu và cảm nhận của nhân viên, từ đó giúp họ có những quyết định hiệu quả

trong việc cải thiện các chính sách đối với nhân viên.

Khuyến nghị

Để cải thiện sự gắn kết của nhân viên đối với tổ chức, các doanh nghiệp ngành ô tô cần chú ý các vấn đề sau:

- Tạo môi trường làm việc thân thiện, hiệu quả với những nhà lãnh đạo và đồng nghiệp biết chia sẻ, phối hợp và giúp đỡ lẫn nhau trong công việc.

- Chú trọng đến chính sách cũng như hoạt động đào tạo, phát triển cho nhân viên để họ an tâm làm việc. Hơn nữa,

trong bối cảnh nguồn nhân lực đang thiếu hụt, việc săn đón, đãi ngộ ở các doanh nghiệp trong ngành càng trở nên mạnh mẽ và cạnh tranh gay gắt, nên các doanh nghiệp càng cần chú ý để xây dựng và cải thiện chính sách đào tạo và phát triển để giữ chân nhân viên.

- Nhà lãnh đạo cần có phong cách lãnh đạo phù hợp, biết tạo môi trường làm việc thân thiện, hợp tác và có mục tiêu để thúc đẩy động lực của nhân viên. cũng như tạo tâm trạng vui vẻ, hứng khởi cho nhân viên khi làm việc.

- Chú ý đến việc phát huy tinh thần đồng đội, tăng cường kết nối hợp tác nhóm, song song với việc làm công tác tư tưởng nhóm. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương (2021). *Vai trò của ngành công nghiệp ô tô đối với nền kinh tế quốc dân*, truy cập từ <https://moit.gov.vn/tin-tuc/phat-trien-cong-nghiep/vai-tro-cua-nganh-cong-nghiep-o-to-doi-voi-nen-kinh-te-quoc-.html>
2. Đặng Thị Ngọc Hà (2010). *Ảnh hưởng của mức độ thỏa mãn công việc đến sự gắn kết của nhân viên với tổ chức tại các đơn vị vận tải đường bộ trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh
3. Hà Nam Khánh Giao, Nguyễn Tô Trà My (2020). *Sự hài lòng đối với công việc của người lao động tại Công ty TNHH Master English*, truy cập từ <https://tapchicongthuong.vn/bai-viet/su-hai-long-doi-voi-cong-viec-cua-nguoi-lao-dong-tai-cong-ty-tnhh-master-english-72736.htm>
4. Lâm Anh (2017). *Phát triển nguồn nhân lực cho ngành công nghiệp ô tô Việt Nam*, truy cập từ <https://laodong.vn/xe/phat-trien-nguon-nhan-luc-cho-nganh-cong-nghiep-oto-viet-570897.lido>
5. T.D.V (2020). *Ngành công nghiệp ô tô tại Việt Nam: Khan hiếm nhân lực*, truy cập từ <https://tuoitre.vn/nganh-cong-nghiep-o-to-tai-viet-nam-khan-hiem-nhan-luc-20200626100326717.htm>
6. Trần Thủy (2022). *Ô tô 5 năm dầm chân tại chỗ, công nghiệp mũi nhọn yếu thế*, truy cập từ <https://vietnamnet.vn/o-to-5-nam-dam-chan-tai-cho-cong-nghiep-mui-nhon-yeu-the-808423>
7. Dagger, T. S., David, M. E., Ng, S. (2011). Do relationship benefits and maintenance drive commitment and loyalty?, *Journal of Services Marketing*, 25(4), 273-281
8. Ellickson, M., Logsdon, K. (2001), Determinants of job satisfaction, *State and Local Government Review*, 33(3), 173-184
9. Hair et al (2009). *Multivariate Data Analysis*, 7th Edition, Hill, New York
10. James L. Price (1997). Handbook of Organization measurement, *International Journal of Manpower*, 18
11. Lady Nadia Frempong, Wonder Agbenyo, Peter Adjei Darko (2018), The Impact of Job Satisfaction on Employees' Loyalty and Commitment: A Comparative Study Among Some Selected Sectors in Ghana, *European Journal of Business and Management*, 10
12. Mathieu, J. E., Zajac, D. M (1990). A review and meta- analysis of the antecedents, correlates, and consequences of organizational commitment, *Psychology Bullentin*, 180
13. Meyer, J.P., Allen, N J. (1991). A threecomponent conceptualization commitment of organizational, *Human Resources Management Review*, 1
14. Meyer, J.P., Herscovithe, L. (2001), Commitment in the work place: Towards a general model, *Human Resources Management Review*, 1
15. Moore, D. S., Notz, W. I, Flinger, M. A. (2013). *The basic practice of statistics*, 6th ed., New York, NY: W. H. Freeman and Company
16. Mowday, R., Steers, R., Porter, L. (1979). The measurement of organizational commitment, *Journal of vocational Behavior*, 14
17. Shoukun Chen, Kaili Xu, Xiwen Yao (2022). Empirical study of employee loyalty and satisfaction in the mining industry using structural equation modeling, *Scientific Reports*, 12
18. Smith, P.C., Kendall, L. M, and Hulin, C.L. (1969). *The Measurement of Satisfaction in Work and Retirement*, Rand McNally, Chicago, IL, USA
19. Syahrizal Syahrizal, Dina Patrisia, Abror Abror (2019). Employee Engagement, Satisfaction and Loyalty: Preliminary Findings, *Advances in Economics, Business and Management Research*, 97