

Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của người lao động tại các doanh nghiệp lữ hành tỉnh Đồng Nai

PHAN VĂN HẢI*

Tóm tắt

Nguồn nhân lực chính là tài sản vô giá của các doanh nghiệp, nó quyết định thành bại hay vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp trên thương trường. Người lao động có gắn bó, có yêu mến doanh nghiệp, thì họ mới tạo ra hiệu quả công việc tốt, giúp doanh nghiệp ổn định và phát triển. Thông qua khảo sát những người lao động đang làm việc tại các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai, kết quả nghiên cứu cho thấy, có 7 nhân tố ảnh hưởng đến Sự gắn kết của người lao động tại các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Tỉnh là: Tiền lương; Phúc lợi; Môi trường làm việc; Quản lý cấp trên; Đồng nghiệp; Cơ hội đào tạo phát triển; Đặc điểm công việc. Từ đó, tác giả đề xuất các hàm ý quản trị nhằm tăng cường sự gắn kết của người lao động, góp phần cùng các doanh nghiệp lữ hành phát triển hơn trong thời gian tới.

Từ khóa: du lịch, người lao động, gắn kết của người lao động, tỉnh Đồng Nai

Summary

Human resource, an invaluable asset, plays a decisive role in the success/failure or the competitive position of enterprises. If employees engage and love their enterprises, then they will perform effectively and help their enterprises stabilize and grow. Through a survey of employees at travel businesses in Dong Nai province, the research reveals 7 factors affecting their engagement to these businesses, which are Salary; Benefits; Work environment; Superior management; Colleagues; Training and promotion; Job characteristics. From this finding, the author provides some schemes to strengthen employee engagement so as to contribute to the development of travel businesses in the future.

Keywords: tourism, employees, employee engagement, Dong Nai province

GIỚI THIỆU

Đồng Nai là một tỉnh công nghiệp, đời sống của người dân đang không ngừng được nâng cao. Chính vì vậy, mà trong thời gian qua, hoạt động kinh doanh du lịch nói chung và kinh doanh lữ hành nói riêng trên địa bàn Tỉnh diễn ra sôi động, rất nhiều doanh nghiệp được thành lập bao gồm các doanh nghiệp địa phương, cũng như các chi nhánh của nhiều doanh nghiệp lữ hành lớn trên cả nước.

Tuy nhiên, trong thời gian từ năm 2020 đến nay, khi đại dịch Covid-19 xuất hiện, đã làm cho nhiều doanh nghiệp phải tạm ngưng hoạt động, hay chuyển hướng kinh doanh, nhiều người lao động tại các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn tỉnh Đồng Nai phải nghỉ việc hay chuyển sang làm công việc khác. Vì vậy, làm thế

nào để người lao động gắn bó với doanh nghiệp, cùng chia sẻ khó khăn với doanh nghiệp là hết sức cấp thiết. Nghiên cứu này nhằm xác định và phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của người lao động tại các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai. Qua đó, cung cấp cơ sở thực tiễn cho các doanh nghiệp, các cấp quản lý trong việc thực thi những giải pháp nhằm nâng cao sự gắn kết của người lao động, góp phần đưa các doanh nghiệp, cũng như ngành du lịch tỉnh Đồng Nai ngày càng phát triển.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

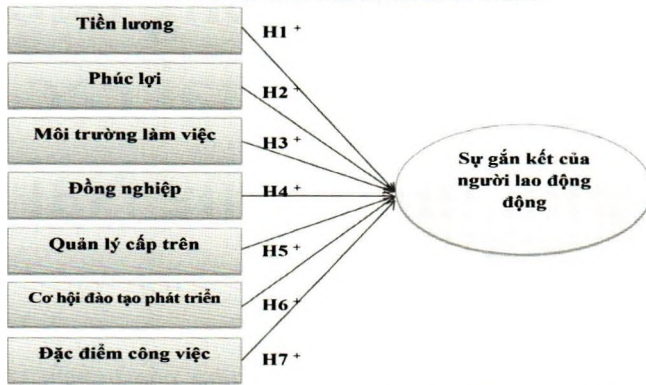
Cơ sở lý thuyết

Nhóm tác giả Barzoki và cộng sự (2012) nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến sự thỏa mãn đối với công việc. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 7 nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của người lao động, bao gồm: An toàn nghề nghiệp; Chính sách công ty; Mối quan hệ với đồng nghiệp; Mối quan hệ với cấp trên; Điều kiện làm

* ThS., Trường Đại học Lạc Hồng

Ngày nhận bài: 04/4/2022; Ngày phản biện: 04/5/2022; Ngày duyệt đăng: 16/5/2022

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



Nguồn: Đề xuất của tác giả

BẢNG 1: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH CHỈ SỐ CRONBACH'S ALPHA

STT	Biến quan sát	Kí hiệu	Hệ số Cronbach's Alpha
1	Tiền lương	TL	0.763
2	Phúc lợi	PL	0.844
3	Môi trường làm việc	MT	0.828
4	Đồng nghiệp	DN	0.763
5	Quản lý cấp trên	QL	0.768
6	Cơ hội đào tạo phát triển	DT	0.814
7	Đặc điểm công việc	CV	0.864
8	Đánh giá chung: Sự gắn kết của người lao động	GK	0.694

Nguồn: Tác giả tổng hợp và xử lý bằng SPSS 20.0

việc; Cuộc sống cá nhân; Tiền lương và thưởng. Trong đó, Tiền lương và thưởng có ảnh hưởng lớn nhất.

Nghiên cứu của Kumaran và cộng sự (2013) về sự gắn kết với tổ chức tại Công ty Neyveli Lignite. Kết quả cho thấy, có 3 nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của người lao động, đó là: Đào tạo và phát triển; Sự cân bằng cuộc sống và công việc; Sự trao quyền.

Theo nghiên cứu của Hồ Huy Tự và Phạm Hồng Liêm (2012), có 3 cách tiếp cận về sự gắn bó của của nhân viên đối với Công ty Du lịch Khánh Hòa, gồm: Nỗ lực; Tự hào; Trung thành. Còn Nguyễn Thị Phương Dung và cộng sự (2014) chỉ ra 5 nhân tố, gồm: Văn hóa tổ chức; Chia sẻ tri thức; Đặc điểm cá nhân; Quan hệ nhân viên và Cơ cấu tổ chức có ảnh hưởng đến sự gắn kết tổ chức của nhân viên khối văn phòng TP. Cần Thơ.

Theo Quan Minh Nhựt và Đặng Thị Đoàn Trang (2015), có 5 nhân tố có ảnh hưởng lớn đến quyết định gắn bó của người lao động, gồm: Lương; Phúc lợi và thăng tiến; Môi trường làm việc; Đặc điểm công việc; Phong cách lãnh đạo và sự hứng thú trong công việc.

Mô hình nghiên cứu

Dựa vào cơ sở lý thuyết kết hợp tham khảo các nghiên cứu trước đây về các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của người lao động, tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu như Hình.

Mô hình nghiên cứu đề xuất với các giả thuyết được kiểm định như sau:

H1: Tiền lương có tác động cùng chiều đến Sự gắn kết của người lao động tại các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai.

H2: Phúc lợi có tác động cùng chiều đến Sự gắn kết của người lao động tại các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai.

H3: Môi trường làm việc có tác động cùng chiều đến Sự gắn kết của người lao động tại các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai.

H4: Đồng nghiệp có tác động cùng chiều đến Sự gắn kết của người lao động tại các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai.

H5: Quản lý cấp trên có tác động cùng chiều đến Sự gắn kết của người lao động tại các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai.

H6: Cơ hội đào tạo phát triển có tác động cùng chiều đến Sự gắn kết của người lao động tại các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai.

H7: Đặc điểm công việc có tác động cùng chiều đến Sự gắn kết của người lao động tại các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng. Số liệu được thu thập từ việc khảo sát 230 mẫu quan sát từ những người lao động đang làm việc tại các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai. Tuy nhiên, có 9 mẫu điều tra bị lỗi, còn lại 221 mẫu chính thức. Với bảng câu hỏi được thiết kế sẵn theo 32 biến chi tiết. Thời gian khảo sát từ ngày 01/2/2022 đến 20/3/2022. Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5 mức từ 1 đến 5, theo quy ước: 1- Hoàn toàn không đồng ý... 3 - Bình thường... 5 - Hoàn toàn đồng ý. Mô hình sử dụng phương pháp ước lượng bình quân bé nhất và kiểm định các thông số ước lượng với mức ý nghĩa là 5%, cộng với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 20.0 để xử lý số liệu (*Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế*).

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Sau khi thực hiện kiểm định lần 1 cho thấy, biến DT5 (Nhu cầu đào tạo, nâng cao nghiệp vụ chuyên môn của Anh/Chị được đơn vị quan tâm) có hệ số tương quan biến tổng < 0.3, nên bị loại, mô hình nghiên cứu lúc này còn 31 biến quan sát tiếp tục được phân tích chỉ số Cronbach's

Alpha lần 2. Kết quả phân tích lần cuối cho thấy, tất cả 31 biến quan sát đều đạt chỉ số Cronbach's Alpha > 0.6, đạt yêu cầu (Bảng 1). Các biến quan sát của các thang đo này sẽ được tiếp tục đưa vào thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA).

Phân tích EFA

Kế tiếp tác giả sử dụng phương pháp phân tích EFA (Exploratory Factor Analysis), với 7 nhóm nhân tố là: Tiền lương; Phúc lợi; Môi trường làm việc; Đồng nghiệp; Quản lý cấp trên; Cơ hội đào tạo và phát triển; Đặc điểm công việc.

Kết quả (Bảng 2) cho thấy, hệ số KMO = 0.862 > 0.5 và hệ số Sig. = 0.000 < 0.05, phù hợp với dữ liệu khảo sát. Tổng phương sai trích là 66.472%, nghĩa là 7 nhân tố trên giải thích được 66.472% sự biến thiên của dữ liệu. Kết quả này là phù hợp với nghiên cứu điều tra xã hội học, vì vậy phân tích EFA được chấp nhận.

Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính đa biến

Kết quả phân tích (Bảng 3, 4) cho thấy, các thông số ước lượng có ý nghĩa thống kê và phản ánh cùng chiều với Sự gắn kết của người lao động tại các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai. Ngoài ra, các chỉ tiêu, như: hệ số xác định R² hiệu chỉnh = 0.815 là cao; chỉ tiêu F - statistic = 139.315 là rất lớn. Chỉ tiêu hệ số phóng đại phương sai (VIF: Variance Inflation factor) 0 ≤ VIF ≤ 10 (VIF đều < 2). Nếu VIF > 10, thì có hiện tượng đa cộng tuyến; ngược lại nếu VIF < 10, thì không có hiện tượng đa cộng tuyến. Điều này có nghĩa là giả định mối tương quan giữa các biến độc lập không bị vi phạm. Chỉ số Durbin - Watson star = 1.895, cho biết không có hiện tượng tự tương quan. Phương trình hồi quy được viết như sau:

$$Y = 1.029 + 0.147X1 + 0.121X2 + 0.095X3 + 0.455X4 + 0.100X5 + 0.087X6 + 0.139X7$$

Trong đó: X1: Tiền lương; X2: Phúc lợi; X3: Môi trường làm việc; X4: Quản lý cấp trên; X5: Đồng nghiệp; X6: Cơ hội đào tạo phát triển; X7: Đặc điểm công việc.

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 7 nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của người lao động tại các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai, gồm:

BẢNG 2: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH EFA

Biến quan sát	Nhân tố						
	KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) = 0.862; Sig. = 0.000						
DT3	.777						
DT4	.759						
DT2	.751						
DT1	.720						
CV1		.808					
CV4		.772					
CV3		.767					
CV2		.761					
PL2			.818				
PL1			.760				
PL4			.752				
PL3			.676				
TL4				.755			
TL2				.742			
TL3				.657			
TL1				.598			
MT3					.798		
MT2					.794		
MT1					.752		
MT4					.680		
DN2						.777	
DN3						.698	
DN1						.671	
DN4						.665	
QL1							.820
QL2							.798
QL3							.555
QL4							.537

BẢNG 3: KẾT QUẢ HỒI QUY TUYẾN TÍNH ĐA BIẾN

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số ước lượng	Hệ số Durbin-Watson
1	.906 ^a	.821	.815	.29933	1.895

BẢNG 4: HỆ SỐ HỒI QUY TUYẾN TÍNH ĐA BIẾN

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Hệ số t	Hệ số Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Hệ số Beta			Dung sai	Giá trị VIF
1	Hằng số	1.029	.166		6.197	.000	
	TL4	.147	.038	.135	3.835	.000	.675 1.482
	PL3	.121	.031	.138	3.905	.000	.672 1.488
	MT5	.095	.032	.101	2.973	.003	.727 1.376
	QL1	.455	.021	.454	21.572	.000	.915 1.092
	DN6	.100	.039	.088	2.588	.010	.729 1.371
	DT7	.087	.036	.082	2.394	.018	.715 1.399
	CV2	.139	.036	.139	3.900	.000	.658 1.519

Nguồn: Tác giả tổng hợp và xử lý bằng SPSS 20.0

Tiền lương; Phúc lợi; Môi trường làm việc; Quản lý cấp trên; Đồng nghiệp; Cơ hội đào tạo phát triển; Đặc điểm công việc. Dựa trên kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đưa ra một số hàm ý chính sách nhằm tăng sự gắn kết của người lao động tại các doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn tỉnh Đồng Nai. Cụ thể như sau:

Một là, về Quản lý cấp trên: Đây là nhân tố tác động mạnh nhất đến sự gắn kết của người lao động tại

các doanh nghiệp lữ hành. Trong đó, người lao động đánh giá cao sự quan tâm của người lãnh đạo, quản lý đối với họ. Để tạo sự gắn kết hơn nữa, đòi hỏi người lãnh đạo, quản lý ngoài chuyên môn quản lý khoa học, thì còn cần một trái tim ấm biết yêu thương, chia sẻ đối với người lao động.

Hai là, về Đặc điểm công việc: Các doanh nghiệp cần có nhiều hơn các hoạt động để tạo lòng yêu nghề, hứng thú công việc, như: các ngày lễ, chương trình kỷ niệm ngày phụ nữ, đoàn thanh niên... kết hợp với thi nấu ăn, hướng dẫn giới, trang trí, cắm hoa, các hoạt động văn nghệ thể thao, hay các hoạt động thiện nguyện khác để thu hút nhân viên.

Ba là, về Phúc lợi: Phúc lợi là nhân tố có ảnh hưởng thứ ba đến sự gắn kết của người lao động. Hiện nay, bảo hiểm là điều mà người lao động quan tâm đầu tiên, đặc biệt là những người làm trong nhóm công việc, như: hướng dẫn viên, nhân viên kinh doanh, điều hành, lái xe, tạp vụ hay bảo vệ. Bên cạnh đó, các dịch vụ, như: thăm hỏi ốm đau, bệnh tật hay hiếu hỷ cũng cần quan tâm hơn. Do đặc điểm nghề nghiệp trong du lịch, người lao động còn rất quan tâm đến việc tính tiền tăng ca, trực đêm hay công tác phí, vì vậy các doanh nghiệp lữ hành cần quan tâm hơn nữa trong thời gian tới.

Bốn là, về Tiền lương: Các nhà quản trị cần có những điều chỉnh nhất định trong chế độ lương làm cho nhân viên để họ có động lực làm việc tốt, gắn kết hơn với công ty, kết hợp tính lương theo hệ số và theo năng lực, điều này sẽ giúp cho những người cống hiến, có nhiều thành tích sẽ có thời gian tăng lương nhanh hơn, mức lương cao hơn.

Năm là, về Môi trường làm việc: Các doanh nghiệp lữ hành cần xây dựng thời gian làm việc hết sức linh hoạt, tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên có thể linh

động trong lịch làm việc của mình trong thời gian tới. Việc phân công phải căn cứ năng lực, sở trường của từng người. Bên cạnh đó, cần tạo ra môi trường làm việc thân thiện, hợp tác tạo một bầu không khí gia đình để mọi người có thể chia sẻ và giúp đỡ lẫn nhau, nên khuyến khích sự thân thiện giữa các nhân viên.

Sáu là, về Đồng nghiệp: Để nâng cao sự gắn kết của người lao động thông qua nhân tố đồng nghiệp, ban lãnh đạo các doanh nghiệp cần tổ chức các hoạt động tập thể, như: văn nghệ, thể thao và các hoạt động đội nhóm khác, teambuilding nhằm tăng cường mối thân tình, đoàn kết với nhau. Phát hiện và điều chỉnh kịp thời những mâu thuẫn, đổ kị giữa các nhân viên, tạo không khí làm việc thẳng thắn, hòa đồng, cởi mở và hợp tác giữa những người lao động trong các doanh nghiệp.

Bảy là, về Cơ hội đào tạo phát triển: Các doanh nghiệp lữ hành cũng cần có chính sách đào tạo tốt hơn để nhân viên có thể phát triển chuyên môn của bản thân, nội dung đào tạo đa dạng nhưng phù hợp, thời gian đào tạo linh hoạt. Đặc biệt là ban hành chính sách ưu đãi để khuyến khích người lao động cố gắng học tập, bố trí hoán đổi công việc, ca làm việc và chế độ nghỉ... để người lao động có thể tham gia các khóa đào tạo mong muốn, điều này là rất cần thiết trong nghề du lịch. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS (tập 1,2)*, Nxb Hồng Đức
2. Nguyễn Thị Phương Dung, Huỳnh Thị Cẩm Lý, Lê Thị Thu Trang (2014). Các yếu tố tác động đến sự gắn kết tổ chức của nhân viên khối văn phòng TP. Cần Thơ, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 30, 92-99
3. Quan Minh Nhựt, Đặng Thị Đoàn Trang (2015). Nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn bó của người lao động có trình độ từ đại học trở lên trong các doanh nghiệp ở TP. Cần Thơ, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 38, 1-9
4. Hồ Huy Tự và Phạm Hồng Liêm (2012). Sự gắn bó của nhân viên đối với Công ty Du lịch Khánh Hòa, *Tạp chí Phát triển kinh tế*, 264, 56-63
5. Barzoki, A.S., Attafar, A., and Jannati, A. R (2012). An analysis of Factors Affecting the Employees Motivation bases on Herzberg's Hygiene Factors Theory, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 6(8), 115-123
6. Macey, W. H., and Schneider, B. (2008). The Meaning of Employee Engagement, *Industrial and Organizational Psychology*, 1(1), 3-30
7. Herzberg, F., and Snyderman, B. (1959). *The Motivation to Work* (2nd ed.), New York: John Wiley and Sons
8. Kumaran, M., and Sivasubramanian, M. (2013). A Study on Organisational commitment with special reference to Neyveli Lignite Corporation, *IOSR Journal of Business and Management*, 13(4), 37-40