CÔNG THƯƠNG

TẠP CHÍ - CƠ QUAN THÔNG TIN LÝ LUẬN CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG ISSN: 0866-7756

VIET NAM TRADE AND INDUSTRY REVIEW

CÁC KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC VÀ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ

Số 7 - THÁNG 3/2021

8934602001078

Website: <http://tapchicongthuong.vn>

TRẦN NAM TRUNG

Nhân tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên ngành kế toán

Khoa Tài chính - Thương mại (HUTECH)

Factors affecting the start-up intentions of accounting students of the Faculty of Finance and Commerce,

Ho Chi Minh City University of Technology.....64

HÀ NAM KHÁNH GIAO - TRẦN QUỐC BÌNH

Ảnh hưởng của văn hóa doanh nghiệp đến sự gắn bó của nhân viên Công ty TNHH SX - TM Nhất Quang

The impacts of corporate culture on the employee engagement at Manufacturing and Trading Limited Company69

NGUYỄN BẢO NGỌC

Năng lực marketing của doanh nghiệp bán lẻ được tổ chức theo mô hình chuỗi cửa hàng:

Thực trạng và một số giải pháp phát triển

Marketing capacity of retail chains: Current situations and solutions78

ĐOÀN NGỌC NINH - NGUYỄN THỊ QUYÊN

Chuyển đổi số tại các doanh nghiệp giao nhận vận tải trên địa bàn Hà Nội: Thực trạng và giải pháp

The digital transformation in some freight forwarding enterprises in Hanoi: Current situation and solutions84

ĐỖ THỊ Ý NHI - NGUYỄN THỊ THƯƠNG

Quản lý nguồn nhân lực trong đại dịch Covid-19 tại thị trường Việt Nam theo hướng tiếp cận chiến lược

Human resource management in Vietnam during the Covid-19 pandemic under the strategic approach.....92

CTV CHỊ THÚY ??????????????????????

Kinh nghiệm về chu.,.....aaaaaaaaa xuất khẩu bền vững

của một số địa phương ở trbbbbbbbbbbbbbbà bài học cho tỉnh Thái Bình

Domestic and foreign experiences inaaaaaaaaaaaaaorting the agricultural restructure towards

the sustainable export-aaaaaaaaaaaaaessons for Thai Binh Province.....102

TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG - BẢO HIỂM

NGUYỄN THỊ KIỀU ANH - TRẦN HUY HOÀNG

Tác động của chính sách tiền tệ đến mức độ chấp nhận rủi ro của các ngân hàng thương mại Việt Nam

Monetary policy's impacts on the risk tolerance of Vietnamese commercial banks108

ĐỖ THỊ DIÊN

Tác động của quy mô doanh nghiệp đến hiệu quả tài chính của các doanh nghiệp nhựa

niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam

The impact of firm size on the financial performance of listed plastic companies in Vietnam116

KHOA HỌC - KỸ THUẬT

NGUYỄN TÂN XUÂN TÙNG

Đánh giá hiệu quả kinh tế đối với các loại cây trồng đặc trưng ứng với các loại hình sử dụng đất nông nghiệp

trên địa bàn xã Bạch Đằng và xã Thạnh Hội, thị xã Tân Uyên, tỉnh Bình Dương

Assessing the economic efficiency of specific crops corresponding to different types of agricultural land uses

in Bach Dang and Thanh Hoi communes (Tan Uyen town, Binh Duong Province)123

TRIỆU QUỐC HUY

Nghiên cứu đánh giá ảnh hưởng của Trung tâm Nhiệt điện Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh đến các chế độ

vận hành của hệ thống điện Việt Nam có xét đến năm 2030

Assessing the Duyen Hai Thermal Power Generation Complex's impacts on Vietnam's national electricity system

with vision to 2030128

NGUYỄN THỊ MỸ THỊNH

Bàn về bảo dưỡng bê tông tự lèn trong xây dựng ở Việt Nam

An introduction of the maintenance of self-compacting concrete structures in Vietnam135

ẢNH HƯỞNG CỦA VĂN HÓA DOANH NGHIỆP ĐẾN SỰ GẮN BÓ CỦA NHÂN VIÊN CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN SẢN XUẤT - THƯƠNG MẠI NHẤT QUANG

● HÀ NAM KHÁNH GIAO - TRẦN QUỐC BÌNH

TÓM TẮT:

Nghiên cứu kiểm định các yếu tố Văn hóa doanh nghiệp (VHDN) ảnh hưởng đến sự gắn bó của nhân viên Công ty Trách nhiệm hữu hạn TNHH Sản xuất - Thương mại Nhất Quang (NhatQuang Co), bằng việc khảo sát 185 nhân viên. Phương pháp phân tích Cronbachs Alpha, phân tích EFA cùng với phân tích hồi quy bội được sử dụng với phương tiện SPSS.

Kết quả cho thấy mức độ ảnh hưởng của các yếu tố VHDN - theo tầm quan trọng giảm dần - đến Sự gắn bó của nhân viên gồm: Sự sáng tạo trong công việc, Sự trao quyền, Giao tiếp trong tổ chức, Làm việc nhóm, Phần thưởng và sự công nhận, Đào tạo và phát triển. Nghiên cứu đề ra một số hàm ý quản trị đến các nhà quản lý NhatQuang Co nhằm tăng cường sự gắn bó của nhân viên.

Từ khóa: văn hóa doanh nghiệp, sự gắn bó của nhân viên, Công ty Trách nhiệm hữu hạn TNHH Sản xuất - Thương mại Nhất Quang (NhatQuang Co).

1. Đặt vấn đề

Trong vài thập niên gần đây, VHDN là một chủ đề quan trọng trong nghiên cứu quản trị kinh doanh, ảnh hưởng đến hàng loạt các khía cạnh tổ chức và cá nhân, như: sự cam kết, lòng trung thành, sự thỏa mãn công việc (Chow & cộng sự, 2001). VHDN được coi là một triết lý quản trị, cách thức quản trị của tổ chức để cải thiện hiệu quả thực hiện công việc cũng như khả năng tác động đến tư tưởng, tình cảm và hoạt động giao tiếp trong tổ chức.

Công ty Trách nhiệm hữu hạn TNHH Sản xuất - Thương mại Nhất Quang (NhatQuang Co) với có

lợi thế kinh doanh về tổ chức sự kiện, thiết kế và sản xuất những vật phẩm quảng cáo, quà tặng mọi chất liệu, gia công các sản phẩm mỹ nghệ, nội thất và trang trí khác. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, trong công ty phát sinh hiện tượng một số nhân viên thể hiện không chú tâm vào công việc, chất lượng công việc của họ dưới mức tiềm năng, làm việc trong tâm lý thụ động, không đóng góp và sáng tạo.. Vấn đề làm thế nào tận dụng VHDN để giữ chân và tăng sự gắn bó của nhân viên với tổ chức, đặc biệt là đối với những nhân sự có chất lượng đã trở nên cần thiết.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Văn hóa doanh nghiệp

VHDN có thể được mô tả như một tập hợp chung các tín ngưỡng, thông lệ, hệ thống giá trị, quy chuẩn hành vi ứng xử và cách kinh doanh riêng của từng doanh nghiệp, những mặt trên sẽ quy định mô hình hoạt động riêng của công ty và cách ứng xử của các thành viên trong tổ chức (Tunstall, 1983, trích bởi Trương Hoàng Lâm & Đỗ Thị Thanh Vinh, 2012, Hà Nam Khánh Giao, 2017). Luthans (1992) định nghĩa VHDN bao gồm các chuẩn mực đạo đức, hệ thống giá trị, niềm tin và bầu không khí tại môi trường làm việc của công ty. Theo Schein (2010) và Hà Nam Khánh Giao (2010), VHDN là mô hình về các ngầm định cơ bản chung mà các thành viên tích lũy được trong quá trình giải quyết các vấn đề thích ứng với bên ngoài và sự hòa hợp với bên trong; họ đủ khả năng nhận biết được sự phù hợp và họ sẽ hướng dẫn cho các thành viên mới cách phù hợp để nhận thức, để suy nghĩ và để cảm nhận mối liên quan đến các vấn đề này.

Thành phần văn hóa tổ chức đã được nhiều học giả nghiên cứu và đưa ra những yếu tố khác nhau. Theo Wallach (1983), có ba 3 loại văn hóa tổ chức là hành chính, sáng tạo và hỗ trợ để đo lường văn hóa tổ chức. Handy (1985) đã đưa ra bốn 4 loại văn hóa trong doanh nghiệp như sau: (1) Văn hóa quyền lực, (2) Văn hóa vai trò, (3) Văn hóa nhiệm vụ, (4) Văn hóa cá nhân. Denison (1990) đã chia văn hóa thành bốn 4 thành phần: (1) Văn hóa hòa nhập, (2) Văn hóa nhất quán, (3) Văn hóa thích ứng, (4) Văn hóa sứ mệnh. Lý thuyết về văn hóa công ty của Recardo & Jolly (1997) bao gồm 8 thành phần: (1) Sự trao đổi thông tin, (2) Đào tạo và Phát triển, (3) Phần thưởng và sự công nhận, (4) Ra quyết định, (5) Chấp nhận rủi ro bởi sáng tạo và cải tiến, (6) Định hướng kế hoạch, (7) Làm việc nhóm, (8) Các chính sách quản trị.

Dựa trên lý thuyết của Recardo & Jolly (1997), Lau & Iris (2001) đã đưa ra 04 thành phần: (1) Giao tiếp trong tổ chức: được xem là phương tiện mà nhờ đó cá nhân và tổ chức tiến hành công việc của mình theo những cách khác nhau trong phạm vi và quyền hạn khác nhau nhưng đều hướng đến mục tiêu chung là mang lại kết quả tốt đẹp, sự thành công

cho tổ chức, (2) Đào tạo và phát triển: là quá trình cung cấp cho nhân viên những kỹ năng cần thiết trong công việc hoặc giúp cho nhân viên điều chỉnh những kỹ năng còn sai sót trong quá trình thực hiện công việc, (3) Phần thưởng và sự công nhận: các hành vi nào thì được thưởng và các hình thức thưởng được sử dụng, các nhân viên được thưởng theo cá nhân hay theo nhóm, những tiêu chuẩn để thăng chức và mức độ mà tổ chức cung cấp phản hồi về mức độ hoàn thành công việc, (4) Làm việc nhóm: thành phần này liên quan đến các vấn đề đó là tầm quan trọng, hình thức, và sự hiệu quả của làm việc nhóm trong tổ chức. Nó bao gồm, tầm quan trọng của sự hợp tác giữa các phòng ban khác nhau, sự tin tưởng giữa các bộ phận chức năng hay các đơn vị khác nhau và mức độ hỗ trợ đối với quá trình thực hiện công việc. Nghiên cứu này dựa trên các thành phần văn hóa của Lau & Iris (2001).

2.2. Gắn bó với tổ chức

Theo Meyer & Allen (1991), gắn bó với tổ chức được xem như một trạng thái tâm lý là đặc điểm của mối quan hệ nhân viên với tổ chức này, và có ý nghĩa quyết định để tiếp tục hoặc chấm dứt thành viên trong tổ chức. Sự gắn bó của nhân viên với tổ chức được đánh giá dựa trên niềm tin của họ vào tổ chức, sự chấp nhận các mục tiêu và giá trị của tổ chức, sự sẵn sàng làm việc hết mình vì tổ chức, và mong muốn trở thành thành viên của tổ chức. Meyer & Allen (1991) đã đo lường sự gắn bó dựa trên ba 3 thành phần: (1) Cam kết tình cảm (Affective), (2) Cam kết duy trì (Continuance), (3) Cam kết đạo đức (Normative), trong đó, Cam kết tình cảm là thang đo phổ biến, được đánh giá cao và đề nghị sử dụng nhiều trong các nghiên cứu về sự gắn bó với tổ chức. Đây cũng là thang đo được sử dụng trong nghiên cứu này.

Có nhiều nghiên cứu quan tâm đến sự gắn bó của nhân viên với tổ chức (Giao & cộng sự, 2020a, 2020b, Hà Nam Khánh Giao & cộng sự, 2020, Hà Nam Khánh Giao & Nguyễn Đặng Huyền Trân, 2017, Hà Nam Khánh Giao & Lê Trần Tấn Tài, 2016). Nghiên cứu của Tariq & cộng sự (2011) khám phá rằng cho thấy các công ty có văn hóa trong công việc có lực lượng nhân sự gắn bó hơn. Theo Meyer & Allen (1991), VHDN như là một

tiền đề của sự gắn bó tổ chức. VHDN tác động trực tiếp và gián tiếp đến sự gắn bó tổ chức thông qua các giá trị và niềm tin của các chính sách tổ chức (Manetje & Martins, 2009). Sự ảnh hưởng này xuất hiện khi các thành viên tổ chức tìm thấy giá trị và niềm tin của tổ chức tương đồng với giá trị và niềm tin của cá nhân (Meyer & Allen, 1997). Sự phù hợp giữa VHDN và nhân viên sẽ làm tăng sự gắn bó của nhân viên đối với tổ chức (Lee & Joyce, 2014).

2.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Mô hình được đề nghị nghiên cứu trong đề tài này được chọn từ mô hình VHDN văn hóa doanh nghiệp của Lau & Iris (2001) được phát triển từ mô hình của Recardo & Jolly (1997), có tham khảo kết quả nghiên cứu của Giao (2019), Hà Nam Khánh Giao & Bùi Thúy An (2017), Hà Nam Khánh Giao & Hồ Thị Thu Trang, (2016), Hà Nam Khánh Giao & Bùi Nhất Vương (2016) với 06 yếu tố tác động như sau:

Gắn bó của nhân viên với NhatQuang Co = f{Giao tiếp trong tổ chức, Đào tạo và phát triển, Phần thưởng và sự công nhận, Làm việc nhóm, Sự trao quyền, Sự sáng tạo trong công việc}

Giả thuyết H1 (+): Giao tiếp trong tổ chức ảnh hưởng tích cực đến sự gắn bó của nhân viên với NhatQuang Co.

Giả thuyết H2 (+): Đào tạo và phát triển ảnh hưởng tích cực đến sự gắn bó của nhân viên với NhatQuang Co.

Giả thuyết H3 (+): Phần thưởng và công nhận ảnh hưởng tích cực đến sự gắn bó của nhân viên với NhatQuang Co.

Giả thuyết H4 (+): Làm việc nhóm ảnh hưởng tích cực đến sự gắn bó của nhân viên với NhatQuang Co.

Giả thuyết H5 (+): Sự sáng tạo trong công việc ảnh hưởng tích cực đến sự gắn bó của nhân viên với NhatQuang Co.

Giả thuyết H6 (+): Sự trao quyền ảnh hưởng tích cực đến sự gắn bó của nhân viên với NhatQuang Co.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Mẫu nghiên cứu

Khảo sát nhân viên đang làm việc tại NhatQuang Co được thực hiện bằng cách gửi bảng

câu hỏi trực tiếp đến toàn bộ nhân viên công ty. Tổng số bảng câu hỏi phát ra là 205 bảng, thu về 205, sau khi sàng lọc, có 185 bảng khảo sát hợp lệ được sử dụng để làm dữ liệu cho nghiên cứu, đạt tỷ lệ 90,24%. (Bảng 1).

Bảng 1. Mô tả khảo sát

Chỉ tiêu	N	Tỷ lệ (%)
Độ tuổi		
Từ 18 — 25	87	47,0
Từ 26 — 35	54	29,2
Từ 36 — 45	38	20,6
Trên 45	6	3,2
Trình độ học vấn		
Từ trung cấp trở xuống	64	34,6
Cao đẳng	79	42,7
Đại học	42	22,7
Thu nhập		
< 5 triệu đồng	28	15,0
5 - < 10 triệu đồng	112	60,6
10 - < 15 triệu đồng	27	14,6
> 15 triệu đồng	18	9,8
Thâm niên		
< 1 năm	48	26,0
1 – 2 năm	82	44,3
2 – 5 năm	43	23,2
> 5 năm	12	6,5
Vị trí công tác		
Nhân viên	163	88,0
Quản lý	22	12,0
Giới tính		
Nữ	32	17,3
Nam	153	82,7

Nguồn: Kết quả truy xuất từ SPSS

3.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo

Kết quả kiểm định thang đo Cronbachs Alpha cho thấy các thang đo đều đạt độ tin cậy (Bảng 2). Các hệ số tương quan biến - tổng đều đạt yêu cầu ($> 0,3$) và Cronbachs Alpha thấp nhất là 0,770 (Hà Nam Khánh Giao & Bùi Nhất Vương, 2019). Có 25 biến quan sát còn lại (sau khi loại COMMUNI3, TEAM6, TRAIN1, TRAIN6, REWARD2, INNOV3, INNOV5) sẽ được sử dụng trong phân tích nhân tố khám phá EFA.

3.3. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Phương pháp EFA được sử dụng cho 25 biến quan sát thuộc các biến độc lập, sử dụng phương pháp Principal Component Analysis với phép quay Varimax và điểm dừng khi trích các yếu tố có Eigenvalues là 1. Kết quả cho thấy KMO = 0,799 đạt yêu cầu $> 0,5$ và hệ số Barlett có mức ý nghĩa Sig = 0,000 $< 0,5$ đã khẳng định rằng phương pháp phân tích trên là phù hợp. Tổng phương sai trích là 70,101%, tức là 25 biến rút trích ra góp phần giải

Bảng 2.: Thống kê Cronbachs Alpha

Thang đo	Ký hiệu	Số biến quan sát	Cronbachs Alpha	Tương quan biến tổng nhỏ nhất
Giao tiếp trong tổ chức	COMMUNI	4	0,889	0,688
Đào tạo và phát triển	TRAIN	4	0,844	0,460
Phần thưởng và sự công nhận	REWARD	4	0,858	0,546
Làm việc nhóm	TEAM	5	0,888	0,703
Sự sáng tạo trong công việc	INNOV	4	0,837	0,450
Sự trao quyền	EMPOWER	4	0,784	0,498
Gắn bó với NhatQuang Co	COMMIT	5	0,879	0,631

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Bảng 3.: Kết quả phép xoay nhân tố các biến độc lập

Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
TEAM ₅	0,876					
TEAM ₂	0,857					
TEAM ₃	0,825					
TEAM ₁	0,790					
TEAM ₄	0,733					
COMMUNI ₁		0,847				
COMMUNI ₄		0,838				
COMMUNI ₂		0,838				
COMMUNI ₅		0,784				
REWARD ₁			0,906			
REWARD ₄			0,786			
REWARD ₃			0,785			
REWARD ₅			0,683			

Biến quan sát	Hệ số tải nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
INNOV ₄				0,805		
INNOV ₂				0,801		
INNOV ₆				0,797		
INNOV ₁				0,784		
TRAIN ₂					0,870	
TRAIN ₃					0,841	
TRAIN ₄					0,785	
TRAIN ₅					0,735	
EMPOWER ₃						0,846
EMPOWER ₂						0,810
EMPOWER ₁						0,701
EMPOWER ₄						0,685
Eigenvalue	6.238	3.189	2.620	2.024	1.878	1.576
Phương sai trích (%)	24.953	12.757	10.478	8.096	7.512	6.306
Phương sai trích tích lũy (%)	24.953	37.710	48.188	56.284	63.796	70.101
Cronbachs Alpha	0,888	0,889	0,858	0,837	0,844	0,784

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

thích được khoảng 70,101% sự biến thiên của 06 biến độc lập, và hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0,5 nên đạt yêu cầu. (Bảng 3)

Kết quả EFA biến phụ thuộc (Bảng 4) cho thấy KMO = 0,870, và hệ số Barlett có mức ý nghĩa Sig = 0,000 < 0,5, phương sai trích 67,595% và các biến quan sát đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0,5, vậy nên biến phụ thuộc bao gồm 5 biến quan sát.

3.4. Phân tích hồi quy tuyến tính

Kết quả phân tích tương quan Pearsons chỉ ra rằng các hệ số tương quan đều có ý nghĩa thống kê (Sig < 0,05) nên tất cả các biến sẽ được sử dụng trong phân tích hồi quy ở bước tiếp theo. Kết quả phân tích hồi quy bội như trong Bảng 4.

Phân tích ANOVA (Bảng 5) cho thấy kiểm định F = 48,521, Sig. < 0,05, mô hình hồi quy tuyến tính bội đã xây dựng phù hợp với tập dữ liệu ở độ tin cậy 95%. Biểu đồ phân tán Scatterplot cho thấy phần dư phân tán ngẫu nhiên, giả thuyết về liên hệ tuyến tính không bị vi phạm. Biểu đồ Histogram cho thấy phần dư có phân phối chuẩn

với giá trị trung bình rất nhỏ gần bằng 0 (Mean = 1,30E-15) và độ lệch chuẩn gần bằng 1 (SD = 0,984). Đồ thị P-P plot biểu diễn các điểm quan sát thực tế tập trung khá sát đường chéo những giá trị kỳ vọng, dữ liệu phần dư có phân phối chuẩn. Giá trị Durbin-Watson (d) = 2,064 (Bảng 4), không có tương quan giữa các phần dư. Đồng thời, VIF < 10 (Bảng 5), không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Như vậy, mô hình hồi quy tuyến tính không vi phạm các giả định cần thiết (Hà Nam Khánh Giao & Bùi Nhất Vương, 2019).

Phương trình hồi qui tuyến tính bội chưa chuẩn hóa:

$$Y = -0,763 + 0,168* \text{COMMUN} + 0,160* \text{TEAM} + 0,196* \text{TRAIN} + 0,232* \text{REWARD} + 0,245* \text{INNOV} + 0,230* \text{EMPOWER}.$$

Cả 6 giả thuyết của mô hình nghiên cứu được chấp nhận. Kết quả sau khi kiểm định cho thấy có 06 yếu tố tác động tích cực đến sự gắn bó của nhân viên với NhatQuang Co.

Bảng 4.: Tóm tắt mô hình hồi quy tuyến tính

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Dung sai	VIF
1	(Hằng số)	-0,763	0,254	-3,005	0,003		
	COMMUNI	0,168	0,039	0,228	4,291	0,758	1,320
	TEAM	0,160	0,035	0,225	4,517	0,857	1,167
	TRAIN	0,196	0,054	0,180	3,603	0,858	1,166
	REWARD	0,232	0,057	0,219	4,071	0,737	1,357
	INNOV	0,245	0,052	0,238	4,727	0,841	1,189
	EMPOWER	0,230	0,048	0,238	4,800	0,865	1,156
Biến phụ thuộc: COMMIT R ² hiệu chỉnh: 0,608 F: 48,521 Sig: 0,000 Durban- Watson: 2,064							

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

4. Kết luận và hàm ý quản trị

4.1. Kết luận

Sau khi tiến hành kiểm định thang đo bằng Cronbachs Alpha và phân tích EFA, mô hình nghiên cứu có 30 biến quan sát, trong đó các thang đo biến độc lập có 25 biến gồm 6 thành phần. Kết quả hồi qui đã tìm ra mối quan hệ cùng chiều giữa 06 yếu tố tác động đến sự gắn bó với tổ chức, sắp theo thứ tự độ mạnh giảm dần: Sự sáng tạo trong công việc ($\beta = +0,238$) và Sự trao quyền ($\beta = +0,238$) có tác động mạnh nhất, tiếp theo là Giao tiếp trong tổ chức ($\beta = +0,228$), Làm việc nhóm ($\beta = +0,225$), Phần thưởng và sự công nhận ($\beta = +0,219$), Đào tạo và phát triển ($\beta = +0,180$)

4.2. Hàm ý quản trị

Sự sáng tạo trong công việc

Công ty cần chú trọng việc khuyến khích nhân viên cải tiến, sáng tạo. Tại Công ty, phần lớn công việc được thực hiện theo quy trình với những bước công việc cụ thể; do đó, để nâng cao sự sáng tạo trong công việc, Công ty không chỉ dừng lại ở mức độ động viên khuyến khích nhân viên phát triển ý tưởng mới, mà cần nghiên cứu thực hiện cải tiến

quy trình tạo ra môi trường để nhân viên có thể tiếp cận với việc đề xuất ý tưởng sáng tạo.

Sự trao quyền

Sự trao quyền cần được xem xét và thúc đẩy một cách nghiêm túc, phù hợp, làm cho nhân viên cảm thấy rằng vai trò của họ hoàn toàn có thể to lớn và quan trọng hơn; Tạo điều kiện cho nhân viên hiểu được sứ mệnh, tầm nhìn và các kế hoạch chiến lược, những mục tiêu quan trọng nhất của doanh nghiệp; Cần tạo ra một môi trường để nhân viên có thể giao tiếp hai chiều với lãnh đạo, nhân viên sẽ có cơ hội để thể hiện sự hiểu biết của mình, phát triển bản thân và sự trao quyền mới mang lại hiệu quả.

Giao tiếp trong tổ chức

Giao tiếp trong tổ chức là một phương thức kích thích lao động ảnh hưởng tích cực đối với năng suất lao động của mỗi cá nhân. Người lãnh đạo phải tạo được các kênh giao tiếp có hiệu quả tích cực giữa cá nhân - cá nhân và cá nhân - lãnh đạo. Cấp lãnh đạo công ty cần thường xuyên gần gũi, theo dõi nhân viên trong quá trình thực hiện công việc. Đồng thời, nên khuyến khích nhân viên cung cấp

các thông tin đầy đủ, chính xác để cấp trên có cơ sở để giải quyết những khó khăn, vướng mắc trong công việc một cách kịp thời và nhanh chóng. Cũng cần tổ chức cuộc trao đổi giữa lãnh đạo và nhân viên về kết quả đánh giá hiệu quả công việc.

Làm việc nhóm

Làm việc nhóm có tác động mạnh nhất đến sự gắn bó của nhân viên. Lãnh đạo công ty cần xác định mô hình làm việc nhóm đã trở thành một phần tất yếu, nên duy trì mô hình nhóm hiệu quả thông qua việc định hướng đội nhóm của nhân viên không chỉ trong cùng phòng ban, mà mở rộng sự hợp tác giữa các phòng ban trong công ty. Công ty cần chú trọng tổ chức các hoạt động xây dựng, phát triển đội nhóm (team building) ở trong và ngoài công ty. Xây dựng mối quan hệ trong nhóm không chỉ là giữa các nhân viên mà còn giữa nhân viên với cấp trên. Ngoài ra, để tăng cường tinh thần làm việc nhóm, hướng đến mục tiêu chung của nhóm, của phòng ban, tổ chức, công ty nên thực hiện chính sách đánh giá nhân viên gắn kết quả cá nhân với kết quả tập thể.

Phần thưởng và công nhận

Khi nhân viên thực hiện tốt công việc thì cấp

quản lý trực tiếp cần động viên, khích lệ nhân viên ngay lúc đó. Các hình thức có thể thực hiện như: khen thưởng đột xuất, một bản nhận xét cá nhân được người quản lý gửi trực tiếp đến nhân viên; tuyên dương nhân viên này trước các đồng nghiệp, có tác động tích cực đến tổ chức...

Đào tạo và phát triển

Lãnh đạo công ty cần quan tâm tổ chức các khóa đào tạo các kỹ năng cơ bản thông qua chương trình đào tạo việc tại chỗ, và xây dựng thêm những khóa học thông dụng khác nhằm giúp nhân viên bộ phận có được các kiến thức và kỹ năng bổ sung. Bên cạnh đó, cần bổ sung thêm các chương trình đào tạo và phát triển từ bên ngoài như phần mềm/công cụ thiết kế ứng dụng kiến thức tiên tiến, khóa học về nâng cao nghiệp vụ... tạo bước chuẩn bị đội ngũ quản lý kế cận.

4.3. Hạn chế của đề tài

Đề tài nghiên cứu vẫn có những hạn chế: (1) Chỉ tập trung nghiên cứu các yếu tố của VHDN ảnh hưởng đến sự gắn bó của nhân viên, (2) Chỉ đề cập tác động từ VHDN, trong khi vẫn còn nhiều tác nhân khác chưa được xem xét đến. Đó cũng chính là đề xuất cho những nghiên cứu tiếp theo ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chow C.W., Harrison G.L., McKinnon J.L., & Wu A. (2001). *Organizational Culture: Association with Affective Commitment, Job Satisfaction, Propensity to Remain and Information Sharing in a Chinese Cultural Context*. CIBER Working paper. San Diego State University.
2. Denison D.R. (1990), *Corporate culture and organizational effectiveness*, New York, NY: John Wiley & Sons, Inc.
3. Giao H.N.K. (2019). The effect of corporate culture on the staff's commitment in CMC Telecom Vietnam. *Science Journal of Business and Management*, 7(1): 23-32. doi: 10.11648/j.sjbm.20190701.14.
4. Giao H.N.K., Vuong B.N., & Tung D.D. (2020a). A model of Organizational Culture to Enhancing Organizational Commitment in The Telecom Industry: An Evidence from Vietnam. *World Scientific and Engineering Academy and Society (WSEAS) Transactions on Business and Economics*, 17: 215-224. DOI: 10.37394/23207.2020.17.23.
5. Giao H.N.K., Vuong B.N., Huan D.D., Tushar H. & Quan T.N. (2020b). The Effect of Emotional Intelligence on Turnover Intention and the Moderating Role of Perceived Organizational Support: Evidence from the Banking Industry of Vietnam. *Sustainability, MDPI*, 12(5): 1857-1882. doi:10.3390/su12051857.

6. Hà Nam Khánh Giao & Bùi Nhất Vương (2016). Ảnh hưởng của các yếu tố văn hóa doanh nghiệp đến sự gắn bó của nhân viên với tổ chức tại Công ty CP CMC Telecom TP. Hồ Chí Minh. *Tạp chí Kinh tế- Kỹ thuật Bình Dương*, 13(3): 87-101.
7. Hà Nam Khánh Giao & Bùi Nhất Vương (2019). *Giáo trình Cao học Phương pháp Nghiên cứu Khoa học trong Kinh doanh- Cập nhật SmartPLS*. Nhà xuất bản Tài chính. Hà Nội. ISBN: 978-604-79-2154-6
8. Hà Nam Khánh Giao & Bùi Thị Thúy An (2017). Ảnh hưởng của văn hóa doanh nghiệp đến sự gắn bó của nhân viên Công ty cổ phần Thủy sản Sóc Trăng. *Tạp chí Khoa học- Trường Đại học Đồng Tháp*, 24(2): 36-40. DOI: 10.31219/osf.io/qdgsdp.
9. Hà Nam Khánh Giao & Hồ Thị Thu Trang (2016). Ảnh hưởng của văn hóa tổ chức đến sự gắn kết của nhân viên văn phòng tại tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu. *Tạp chí Kinh tế - Kỹ thuật Bình Dương*, 14(6): 39-49. DOI: 10.31219/osf.io/mc3ka.
10. Hà Nam Khánh Giao & Lê Trần Tấn Tài (2016). Các nhân tố tác động đến gắn kết của nhân viên với tổ chức tại UFM. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính - Marketing*, 34(8): 61-67. DOI: 10.31219/osf.io/9pm2v.
11. Hà Nam Khánh Giao & Nguyễn Đăng Huyền Trân (2017). Các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết nhân viên với Trường Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh. *Tạp chí Công Thương*, 10(9): 246-251. DOI: 10.31219/osf.io/nswz6.
12. Hà Nam Khánh Giao (2010). Mạn đàm thước đo Văn hóa Doanh nghiệp trong các ngân hàng thương mại. *Tạp chí Ngân hàng*, 22(11): 25-27.
13. Hà Nam Khánh Giao (2017). *Giáo trình Cao học Quản trị Kinh doanh Quốc tế*. Nhà xuất bản Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh. ISBN: 978-604-922-474-4
14. Hà Nam Khánh Giao, Huỳnh Diệp Trâm Anh, Nguyễn Thị Kim Ngân, Đoàn Quang Đồng, Nguyễn Phạm Hạnh Phúc, & Bùi Nhất Vương (2020). Ảnh hưởng của vốn tâm lý, tính cách cá nhân đến sự gắn kết công việc của nhân viên khách sạn tại Thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Trà Vinh*, 37(3): 12-23. DOI: 10.31219/osf.io/3vgsb
15. Handy C.B. (1985). *Understanding Organizations, 3rd Edn*. Harmondsworth, Penguin Books.
16. Lau H.C. & Iris M.A. (2001). Research and concepts: The soft foundation of the critical success factors on TQM implementation in Malaysia. *The TQM Magazine*, 13(1): 51-60.
17. Lee X.L. & Joyce L.F.Y. (2014). Organizational commitment of white collar employees in damansara heights, Kuala Lumpur. *Journal of Social Economics Research*, 1(7): 156-168.
18. Luthans F. (1992). *Organizational behavior*. McGraw-Hill, New York:
19. Manetje O.M., & Martins N. (2009). The relationship between organisational culture and organisational Commitment. *Southern African Business Review*, 13(1): 87-111.
20. Meyer J, & Allen N. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1): 61-89.
21. Recardo R., & Jolly J. (1997). Organizational Culture and Teams. *SAM Advanced Management Journal*, 62(2): 4-7.
22. Schein H. (2010). *Organizational culture and leadership*. Jossey-bass, USA.
23. Tariq I.K., Farooq A.J, Aisha A., Muhammad B.K. & Syed T.H. (2011). Job Involvement as Predictor of Employee Commitment: Evidence from Pakistan. *International Journal of Business and Management*, 6(4): 252-262.
24. Trương Hoàng Lâm & Đỗ Thị Thanh Vinh (2012), Ảnh hưởng của văn hóa doanh nghiệp đến mức độ cam kết của nhân viên: Trường hợp công ty hệ thống thông tin FPT. *Tạp chí Kinh tế & Phát triển*, 185 (11): 120 - 127.
25. Wallach E. (1983). Individuals and organization: the cultural match. *Training and Development Journal*, 12: 28-36.

Ngày nhận bài: 2/2/2021

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 19/2/2021

Ngày chấp nhận đăng bài: 2/3/2021

Thông tin tác giả:

1. PGS.TS. HÀ NAM KHÁNH GIAO

Trưởng khoa Vận tải Hàng không, Học viện Hàng không Việt Nam

2. TRẦN QUỐC BÌNH

Ban Chiến lược

Công ty TNHH TM DV XNK Thương mại - Dịch vụ Xuất nhập khẩu Tổng Lộc.

THE IMPACTS OF CORPORATE CULTURE ON THE EMPLOYEE ENGAGEMENT AT MANUFACTURING AND TRADING LIMITED COMPANY

● Assoc.Prof. Ph.D **HA NAM KHANH GIAO**

Dean, Faculty of Air Transport, Vietnam Aviation Academy

● **TRAN QUOC BINH**

Department of Strategy,

Tong Loc Impot - Export, Trading and Services Limited Company

ABSTRACT:

This research examines the effect of corporate culture factors on the employee engagement at Nhat Quang Manufacturing and Trading Limited Company (Nhat Quang Co.) by surveying 185 company employees. The research methods of Cronbach's alpha, Exploratory factor analysis (EFA) and lineard regression were used with the use of SPSS Statistics.

The research's results show that there are 5 corporate culture factors affecting the employee engagement. These factors, which are listed in the descending order of influencing magnitude, are Innovation in work, Empowerment, Communication, Teamwork, Reward and Recognition, Training and development. Based on the research's findings, some solutions are proposed to help Nhat Quang Co., enhance its staff management.

Keywords: corporate culture, employee engagement, Nhat Quang Manufacturing and Trading Limited Company (Nhat Quang Co.).