

Trang chủ/Diễn đàn khoa học/Nghiên cứu - Trao đổi

Ảnh hưởng của văn hóa doanh nghiệp đến sự gắn kết của người lao động tại Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long[1]

08:00 | 17/06/2024

EFR Bài viết đánh giá các nhân tố của văn hóa doanh nghiệp ảnh hưởng đến sự gắn kết của người lao động tại Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long, từ đó, đưa ra một số hàm ý cho Công ty trong thời gian tới.

ThS. Bùi Thị Việt Hà

ThS. Tạ Vũ Lực

Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Hưng Yên

Tóm tắt

Văn hóa doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng, ảnh hưởng đến sự gắn kết của người lao động đối với tổ chức, doanh nghiệp. Bài viết đã phân tích được 6 nhân tố của văn hóa doanh nghiệp ảnh hưởng đến sự gắn kết của người lao động tại Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long, gồm: Giao tiếp trong tổ chức; Đào tạo và phát triển; Phần thưởng và sự công nhận; Môi trường làm việc trong doanh nghiệp; Trao quyền cho nhân viên; Khuyến khích làm việc nhóm; trong đó, nhân tố Khuyến khích làm việc nhóm tác động mạnh nhất.

Từ khóa: gắn kết, văn hóa doanh nghiệp, làm việc nhóm

Summary

Corporate culture plays an important role and affects the attachment of employees to organizations and businesses. The article analyzes 6 factors of corporate culture impacting employee engagement in Hung Long Garment and Services Joint Stock Company, including Communication within the organization; Training and promotion; Rewards and recognition; Working environment; Employee empowerment; Encouragement of teamwork. Specially, Encouragement of teamwork has the strongest impact.

Keywords: engagement, corporate culture, teamwork

ĐẶT VẤN ĐỀ

Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long sau gần 30 năm xây dựng và phát triển, hiện công ty đang có gần 3.000 cán bộ, công nhân viên đang làm việc để hoàn thành các đơn hàng xuất sang các khu vực châu Âu, Mỹ... Để đội ngũ cán bộ nhân viên gắn bó lâu dài với doanh nghiệp, ngoài chế độ chính sách đãi ngộ đối với người lao động, công ty đã xây dựng văn hóa doanh nghiệp mang bản sắc riêng của mình. Văn hóa doanh nghiệp là một công cụ quan trọng và không thể thiếu trong quản lý điều hành, bất kể đó là quản lý điều hành một quốc gia, một xã hội, một doanh nghiệp hay một cơ quan... (Chính và Hoàng, 2009). Trong các tổ chức, việc thực hiện văn hóa được nhân viên thể hiện như một hành vi mà cuối cùng có tác dụng nâng cao hiệu suất của nhân viên. Văn hóa tổ chức ảnh hưởng rất lớn đến hầu hết các khía cạnh hoạt động của tổ chức, bên cạnh đó văn hóa tổ chức có thể làm giảm những thay đổi có thể xảy ra với tổ chức.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết

Văn hóa tổ chức có thể được xem là kiến thức, thói quen, hành vi, giá trị và thái độ được tổ chức tạo ra để mọi thành viên trong tổ chức tuân theo và thực hiện nhằm đạt được mục tiêu của tổ chức. Văn hóa là một hành vi được lặp đi lặp lại nhiều lần để trở thành thói quen và cũng có thể là nhân tố quan trọng trong việc hình thành tính cách của một người trong việc xác định và có thái độ tốt trong gia đình, cộng đồng và môi trường tổ chức. Văn hóa tổ chức là kiến thức được hình thành từ kinh nghiệm và sau đó phát triển thành hành vi xã hội. Học tập văn hóa được sử dụng để giúp con người trong nỗ lực tương tác với những người khác trong xã hội. Văn hóa tổ chức là một dạng giá trị xã hội trong một tổ chức, là kim chỉ nam cho cách ứng xử trong tổ chức và là kim chỉ nam giải quyết các vấn đề có thể xảy ra bên trong và bên ngoài tổ chức. Sự hiện diện của văn hóa tổ chức có thể ảnh hưởng đến suy nghĩ, cảm xúc, sự tương tác và hiệu suất trong tổ chức.

Theo Kreitner và cộng sự (2007), chức năng của văn hóa tổ chức là cung cấp bản sắc nhân viên trong tổ chức, mang lại sự thuận tiện cho tập thể, thúc đẩy sự ổn định của hệ thống xã hội và định hình hành vi của nhân viên. Văn hóa tổ chức ảnh hưởng rất lớn đến hầu hết các khía cạnh hoạt động của tổ chức, bên cạnh đó văn hóa tổ chức có thể làm giảm những thay đổi có thể xảy ra với tổ chức. Các nhân tố của văn hóa tổ chức bao gồm kiến thức, tín ngưỡng, nghệ thuật, đạo đức, luật pháp, kinh tế, phong tục, hành vi hoặc thói quen và khoa học môi trường. Văn hóa tổ chức là sự hiểu biết về cách ứng xử của nhân viên, trong đó quá trình hình thành thói quen của một người trong việc áp dụng văn hóa vào tổ chức đòi hỏi phải có thời gian dài để thích nghi. Nghiên cứu của Ndraha (2014) khẳng định, văn hóa không thể được hình thành trong thời gian ngắn và không thể bị ép buộc. Việc hình thành văn hóa trong tổ chức mất nhiều thời gian. Denison và cộng sự (2003) giải thích rằng, có 4 khía cạnh trong việc đo lường văn hóa tổ chức, đó là sự tham gia, tính nhất quán, khả năng thích ứng và sự mệnh. Khía cạnh đo lường văn hóa tổ chức này là một hình thức thực hành quản lý được định nghĩa là sự tham gia thể hiện mức độ tham gia của nhân viên hoặc thành viên tổ chức vào việc ra quyết định của tổ chức với các chỉ số về trao quyền, định hướng nhóm và phát triển năng lực, tính nhất quán biểu thị thái độ, về sự phù hợp giữa hành vi hay cách thức hành động với các quy tắc do tổ chức đặt ra, thể hiện mức độ hiểu biết của các thành viên trong tổ chức đối với các giá trị của tổ chức bằng các chỉ số đo lường là giá trị cốt lõi, sự hiểu biết và sự phối hợp, hòa nhập, khả năng thích ứng là khả năng tổ chức phản ứng và thích ứng với mọi thay đổi và áp lực đến từ bên ngoài tổ chức cũng như từ bên trong tổ chức, bao gồm các chỉ số, cụ thể là thực hiện thay đổi, tập trung vào người tiêu dùng và học tập, sứ mệnh của tổ chức, chỉ ra các mục tiêu của tổ chức có thể thực hiện

Mowday và cộng sự (1982) định nghĩa, cam kết tổ chức là một niềm tin mạnh mẽ, chấp nhận những mục tiêu và các giá trị của tổ chức, một sự sẵn sàng phát huy, nỗ lực đối với tổ chức và là một mong muốn nhất định để duy trì thành viên tổ chức. Sự gắn kết của nhân viên là một khái niệm được phát triển từ tâm lý tích cực và hành vi tổ chức tích cực. Nghiên cứu của Collings và cộng sự (2009) xem sự gắn kết của nhân viên là mức độ mà một người có cam kết với tổ chức để tổ chức có thể xác định cách hành xử của một người và người đó sẽ đảm nhiệm vị trí đó trong bao lâu.

Sự gắn kết của nhân viên là trạng thái tinh thần tích cực của một cá nhân liên quan đến công việc của họ và có động lực cao liên quan đến công việc của họ. Sự gắn kết của nhân viên cũng được đặc trưng bởi mức năng lượng cao và sự gắn kết chặt chẽ với công việc của một người. Sự gắn kết của nhân viên rất quan trọng đối với các công ty, bởi vì sự gắn kết của nhân viên với công việc ảnh hưởng đến hiệu suất làm việc của một người (Leiter và cộng sự, 2009). Sự gắn kết của nhân viên là sự cam kết về mặt cảm xúc của nhân viên đối với tổ chức và các mục tiêu của tổ chức. Cam kết tình cảm này có nghĩa là nhân viên thực sự quan tâm đến công việc và công ty của họ. Ý thức gắn bó của nhân viên với công ty càng cao thì hiệu quả công việc sẽ càng tốt. Nhân viên gắn bó có niềm tin và ủng hộ các mục tiêu của tổ chức, có cảm giác thân thuộc, cảm thấy tự hào về tổ chức nơi họ làm việc và có mong muốn phát triển và tồn tại trong tổ chức (Leiter và cộng sự, 2009)

Theo Allen và Meyer (1997), cam kết gắn bó với tổ chức là trạng thái tâm lý biểu thị mối quan hệ của nhân viên với tổ chức, thể hiện sự gắn bó chặt chẽ với tổ chức và mong muốn góp phần vào việc hoàn thành các mục tiêu của tổ chức. Nghiên cứu đã đưa ra mô hình 3 nhân tố của sự cam kết gắn bó với tổ chức, cụ thể là: Cam kết tình cảm; Cam kết tiếp tục và Cam kết nghĩa vụ. Trong đó, Cam kết tình cảm được định nghĩa là: nhân viên có thể trung thành với tổ chức xuất phát từ tình cảm thật sự của họ... Trong trường hợp họ rời khỏi tổ chức, họ sẽ cảm thấy bản thân mất đi những lợi ích này. Cuối cùng, Cam kết nghĩa vụ tức là họ có thể trung thành với tổ chức chỉ vì họ không có cơ hội kiếm được công việc tốt hơn và họ có thể trung thành với tổ chức vì những chuẩn mực đạo đức mà họ theo đuổi (Varsha Dixit và cộng sự, 2012).

Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Allen và cộng sự (1990) đã lập luận và kiểm chứng thực tiễn văn hóa doanh nghiệp ảnh hưởng đến sự cam kết gắn bó của nhân viên, được mô hình hóa bởi 8 nhân tố cụ thể như sau: Giao tiếp trong tổ chức; Đào tạo và phát triển; Phần thưởng và sự công nhận; Hiệu quả của việc ra quyết định; Chấp nhận rủi ro do bởi sáng tạo và cải tiến; Định hướng và kế hoạch tương lai; Làm việc nhóm; Sự công bằng và nhất quán trong các chính sách quản trị. Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước, kết hợp với nghiên cứu thực nghiệm, nhóm tác giả đề xuất các nhân tố văn hóa doanh nghiệp ảnh hưởng đến sự gắn kết của người lao động tại Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long như sau:

Giao tiếp trong tổ chức: Giao tiếp trong tổ chức có thể hiểu là sự giao tiếp giữa cấp trên và cấp dưới, giữa đồng nghiệp trong cùng công ty với nhau. Có thể hiểu đây là một quá trình trong đó con người tương tác theo những cách khác nhau và trong các lĩnh vực khác nhau để đạt được các mục tiêu của tổ chức. Việc truyền đạt các mục tiêu của tổ chức đến nhân viên sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy nhân viên làm việc hiệu quả và làm gia tăng mạnh mẽ sự cam kết gắn bó. Do đó, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết sau:

H1: Giao tiếp trong tổ chức có ảnh hưởng tích cực đến Sự gắn kết của người lao động tại Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long.

Đào tạo và phát triển: Cơ hội đào tạo giúp cho nhân viên được tham gia các khóa đào tạo nâng cao trình độ, cập nhật các kỹ năng, kiến thức mới, giúp họ có thể áp dụng thành công các thay đổi công nghệ, kỹ thuật trong doanh nghiệp. Đồng thời, giúp cho nhân viên có được những kỹ năng cần thiết để thực hiện công việc tốt hơn, có cơ hội phát triển cá nhân. Thành công của tổ chức phụ thuộc rất lớn vào việc học hỏi, tiếp thu những kỹ năng mới. Chỉ số quan trọng để đánh giá nhân tố này là cam kết của ban lãnh đạo tổ chức về việc cung cấp các cơ hội phát triển cho nhân viên, cũng là cách mà tổ chức áp dụng các kỹ năng, cho phép các kỹ năng hoặc hoạt động mới để áp dụng vào công việc. Do đó, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết sau:

H2: Đào tạo và phát triển có tác động tích cực đến Sự gắn kết của người lao động tại Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long.

Phần thưởng và sự công nhận: Lương, thưởng và các chế độ đãi ngộ tại Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long rất rõ ràng, được thể hiện trong quy chế tiền lương và quy chế chi tiêu nội bộ của Công ty. Lương thưởng và những đại ngộ phi tài chính được xem xét như một nhân tố quan trọng thúc đẩy người lao động nỗ lực nhiều hơn và gắn bó hơn với công việc. Văn hóa doanh nghiệp phản ánh sự công bằng trong việc công nhận và khen thưởng đối với các cá nhân trong tổ chức, có sự trả công xứng đáng giữa các cá nhân sẽ khiến người lao động cảm thấy yên tâm, an toàn về mặt tinh thần, từ đó muốn tiếp tục gắn bó với tổ chức (Kahn, 1990). Ngoài tiền lương, hàng tháng công ty đều có các phần thưởng, như: thưởng tiết kiệm, thưởng sáng kiến, thưởng chuyên cần..., để người lao động có thêm động lực làm việc và gắn bó lâu dài với công ty. Do đó, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết sau:

H3: Phần thưởng và sự công nhận có ảnh hưởng tích cực tới Sự gắn kết của người lao động tại Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long.

Môi trường làm việc trong doanh nghiệp. Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long luôn chú trọng tới môi trường làm việc cho cán bộ, công nhân viên. Đối với cán bộ, lãnh đạo được bố trí không gian làm việc, được trang bị các trang thiết bị cần thiết phục vụ cho công việc; đối với công nhân môi trường làm việc luôn đảm bảo vệ sinh sạch sẽ, có máy hút bụi vải và công nhân luôn phải đảm bảo nghiêm ngặt an toàn lao động trong sản xuất. Bên cạnh đó, sự hỗ trợ của mọi người trong doanh nghiệp cũng giúp người lao động cảm thấy thoải mái, hài lòng khi làm việc. Do đó, tác giả đưa ra giả thuyết sau:

H4: Môi trường làm việc trong doanh nghiệp có ảnh hưởng tích cực tới Sự gắn kết của người lao động tại Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long.

Trao quyền cho nhân viên: Văn hóa trao quyền khuyến khích người lao động chủ động tham gia vào quá trình ra quyết định trong cả ngắn hạn và dài hạn, ghi nhận những ý kiến, đề xuất và mở rộng các cơ hội cho nhân viên trong việc đóng góp vào các quyết định chung của tập thể. Văn hóa ủng hộ sự dân chủ, trao quyền nhiều hơn cho nhân viên, thúc đẩy họ tham gia vào quá trình ra quyết định của doanh nghiệp sẽ khiến người lao động cảm thấy được tôn trọng và có giá trị trong tổ chức, từ đó họ sẽ làm việc có trách nhiệm hơn và muốn gắn bó nhiều hơn với tổ chức (Bùi Thị Minh Thu, 2018). Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long là một công ty có quy mô lớn, nên Ban lãnh đạo công ty đã thực hiện văn hóa trao quyền cho bộ phận lãnh đạo cấp trung, các trưởng/phó phòng; quản đốc phân xưởng và tổ trưởng để phát huy năng lực của mình trong quản lý điều hành công việc. Do đó, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết sau:

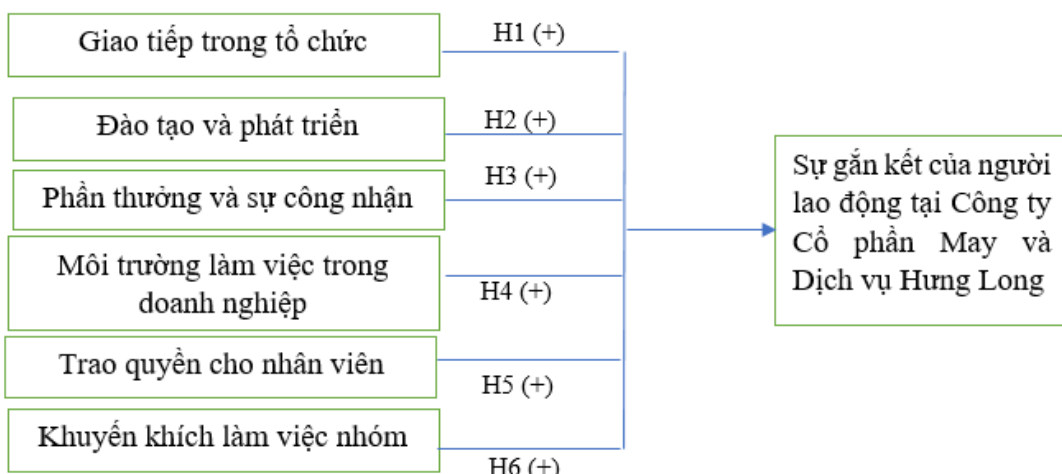
H5: Trao quyền cho nhân viên có ảnh hưởng tích cực tới Sự gắn kết của người lao động tại Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long.

Khuyến khích làm việc nhóm. Đặc thù của ngành may, mỗi sản phẩm tạo ra đòi hỏi sự kết hợp của nhiều lao động trên chuyền mới hoàn thành được sản phẩm. Văn hóa khuyến khích làm việc nhóm tạo ra một môi trường cởi mở, thân thiện, cho phép người lao động dễ dàng và nhanh chóng kết nối với các thành viên trong nhóm, thúc đẩy họ làm việc theo nhóm để đạt được hiệu quả vượt trội hơn so với thực hiện công việc độc lập (Nguyễn Nam Hải, 2019). Sự hòa hợp và mối quan hệ hỗ trợ và tin cậy giữa các cá nhân trong nhóm và giữa các đồng nghiệp được cho là có tác động tích cực tới sự gắn bó của người lao động. Do đó, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết sau:

H6: Khuyến khích làm việc nhóm có ảnh hưởng tích cực tới sự gắn kết của người lao động tại Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long

Từ các giả thuyết trên, mô hình được xây dựng như Hình:

Hình: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

Phương pháp nghiên cứu

Tác giả tiến hành khảo sát 280 cán bộ nhân viên, công nhân tại các nhà máy, phân xưởng sản xuất của Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long, kết quả thu về có 250 phiếu đạt yêu cầu, tác giả tiến hành làm sạch, mã hóa dữ liệu và đưa vào phân tích dưới sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 24. Thời gian thực hiện khảo sát từ tháng 3/2024 đến tháng 4/2024 (*Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế*).

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU**Kết quả kiểm định hệ số Cronbach's Alpha****Bảng 1: Kết quả kiểm định thang đo**

Biến đo lường	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến này
Giao tiếp trong tổ chức: Cronbach's Alpha = 0.847				
GT1	9.40	9.085	.654	.820
GT2	9.27	8.703	.757	.775
GT3	9.28	9.245	.707	.798
GT4	9.11	9.534	.627	.831
Đào tạo và phát triển: Cronbach's Alpha = 0.772				
DT1	15.34	8.051	0.713	0.787
DT2	15.25	7.815	0.755	0.775
DT3	15.23	8.650	0.544	0.832
DT4	15.34	8.602	0.552	0.830
DT5	15.31	7.988	0.655	0.802
Phần thưởng và sự công nhận: Cronbach's Alpha = 0.735				
PT1	10.20	7.259	.444	.720
PT2	10.85	6.078	.466	.713
PT3	10.79	5.314	.619	.616
PT4	10.84	5.779	.597	.633
Môi trường làm việc: Cronbach's Alpha = 0.772				
MT1	14.23	9.976	.532	.735
MT2	13.94	11.659	.461	.758
MT3	14.59	9.785	.555	.727
MT4	14.53	9.503	.581	.717
MT5	14.58	9.850	.601	.710
Trao quyền nhân viên: Cronbach's Alpha = 0.860				
TQ1	11.37	7.359	.733	.811
TQ2	11.12	8.454	.592	.866
TQ3	11.31	7.033	.773	.793
TQ4	11.36	7.389	.732	.811
Khuyến khích làm việc nhóm: Cronbach's Alpha = 0.941				
LVN1	12.51	23.367	.821	.931
LVN2	12.45	23.043	.855	.925
LVN3	12.61	23.886	.835	.929
LVN4	12.60	24.096	.825	.930

LVN5	12.46	23.446	.871	.922
Gắn kết của người lao động: Cronbach's Alpha = 0.886				
GK1	11.81	21.446	.694	.869
GK2	11.89	21.007	.761	.852
GK3	11.94	22.085	.692	.868
GK4	12.04	21.030	.795	.845
GK5	12.10	22.431	.681	.871

Nguồn: Xử lý dữ liệu của nhóm tác giả

Kết quả phân tích (Bảng 1) cho thấy, hệ số Cronbach's Alpha của các biến độc lập và biến phụ thuộc đều > 0.7 và hệ số tương quan biến tổng đều > 0.3. Do vậy, các biến số đều thỏa mãn điều kiện đưa vào phân tích bước tiếp theo.

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Bảng 2: Hệ số KMO

Hệ số KMO		0.870
Đại lượng thống kê (Bartlett's Test)	Approx. Chi-Square	4065.301
	Df	496
	Sig.	.000

Nguồn: Xử lý dữ liệu của nhóm tác giả

Kết quả kiểm định (Bảng 2) cho thấy, hệ số KMO = 0.870 (> 0.5). Đồng thời, mức ý nghĩa Sig. của kiểm định Bartlett = 0.000 (< 0.05), nên các biến quan sát có sự tương quan với nhau. Vì vậy, nghiên cứu có thể thực hiện phân tích EFA.

Bảng 3: Kết quả phân tích EFA

Biến quan sát	1	2	3	4	5	6	7
GT1	0.807						
GT2	0.788						
GT3	0.760						
GT4	0.735						
DT1		0.768					
DT2		0.761					
DT3		0.728					
DT4		0.726					
DT5		0.712					
PT1			0.779				
PT2			0.765				
PT4			0.728				
PT3			0.711				
MT1				0.786			
MT2				0.754			
MT5				0.720			
MT3				0.697			
MT4				0.675			
TQa					0.856		
TQ2					0.822		

TQ3					0.724		
TQ4					0.597		
LVN1						0.786	
LVN2						0.745	
LVN4						0.734	
LVN3						0.712	
LVN5						0.701	
GK1							0.768
GK3							0.752
GK2							0.746
GK4							0.724
GK5							0.702

Nguồn: Xử lý dữ liệu của nhóm tác giả

Kết quả phân tích EFA (Bảng 3) cho thấy, các nhân tố ảnh hưởng đến Sự gắn kết của nhân viên được đo bằng 22 biến quan sát và đều thỏa mãn yêu cầu để tiếp tục phân tích.

Phân tích hồi quy

Mô hình hồi quy được xây dựng gồm biến phụ thuộc Sự gắn kết của người lao động (GK) và 6 biến độc lập được rút trích từ phân tích EFA gồm: Giao tiếp trong tổ chức (GT); Đào tạo và phát triển (DT); Phần thưởng và sự công nhận (PT); Môi trường làm việc trong doanh nghiệp (MT); Trao quyền cho nhân viên (TQ) và Khuyến khích làm việc nhóm (LVN). Mô hình hồi quy có dạng:

$$GK = \beta_0 + GT\beta_1 + DT\beta_2 + PT\beta_3 + MT\beta_4 + TQ\beta_5 + LVN\beta_6 + e_i$$

Trong đó: e_i là biến độc lập ngẫu nhiên có phân phối chuẩn với trung bình là 0 và phương sai không thay đổi

Bảng 4: Bảng hệ số hồi quy

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Kiểm tra đa cộng tuyến		
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	VIF	
1	(Hằng số)	1.064	.255		4.170	.000		
	GT	.060	.046	.051	1.297	.006	.841	1.190
	DT	.174	.042	.214	2.139	.000	.034	1.610
	PT	.411	.218	.283	1.882	.041	.058	17.102
	MT	.387	.221	.262	1.756	.040	.059	16.831
	TQ	.160	.053	.125	2.985	.003	.758	1.320
	LVN	.769	.036	.809	21.535	.000	.937	1.067

Nguồn: Xử lý dữ liệu của nhóm tác giả

Kết quả phân tích hồi quy (Bảng 4) cho thấy, trong 6 nhân tố văn hóa ảnh hưởng đến mức độ gắn kết của người lao động tại Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long, thì nhân tố Khuyến khích làm việc nhóm có ảnh hưởng lớn nhất với hệ số là 0.7809; nhân tố ảnh hưởng thứ 2 là Phần thưởng và sự công nhận với hệ số là 0.283; nhân tố ảnh hưởng thấp nhất là Giao tiếp trong tổ chức có hệ số 0.051. Mô hình hồi quy có dạng:

$$GK = 1.064 + 0.0510GT + 0.214DT + 0.283PT + 0.262MT + 0.125TQ + 0.809$$

$$GK = 1.064 + 0.06\beta_1 + .174\beta_2 + .411\beta_3 + .387\beta_4 + .160\beta_5 + .769\beta_6$$

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH CHÍNH

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 6 nhân tố của văn hóa doanh nghiệp có ý nghĩa ảnh hưởng đến Sự cam kết gắn bó của nhân viên tại Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long, bao gồm: Giao tiếp trong tổ chức (GT); Đào tạo và phát triển (DT);

Phần thưởng và sự công nhận (PT); Môi trường làm việc trong doanh nghiệp (MT); Trao quyền cho nhân viên (TQ) và Khuyến khích làm việc nhóm (LVN). Trong đó, nhân tố Khuyến khích làm việc nhóm đóng vai trò quan trọng nhất, đã giúp người lao động hoàn thành được các khối lượng công việc được giao.

Dựa trên kết quả phân tích, nhóm tác giả đưa ra một số khuyến nghị sau:

Đối với nhân tố Khuyến khích làm việc nhóm. Làm việc nhóm có tác động mạnh nhất đến sự gắn bó của công nhân, cán bộ, nhân viên tại Công ty. Lãnh đạo Công ty, quản đốc phân xưởng 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.

Đối với nhân tố Phần thưởng và công nhận. Khi cán bộ, nhân viên thực hiện tốt công việc, thì cấp quản lý trực tiếp cần động viên, khích lệ nhân viên ngay lúc đó. Tại Công ty Cổ phần May và Dịch vụ Hưng Long có các hình thức thưởng, như: thưởng chuyên cần, thưởng sáng kiến, thưởng năng suất, thưởng tiết kiệm nhiên liệu. Do đó, để khuyến khích người lao động, Công ty cần thay đổi chính sách đánh giá và chương trình khen thưởng theo tháng, quý và năm.

Đối với nhân tố 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 cho công nhân mới tuyển vào 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 như thiết kế 3D; kỹ năng giám sát quản lý sản xuất, Lean. 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./.

[1] Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Sư phạm Kỹ thuật Hưng Yên thông qua đề tài mã số UTEHY.L.2024.13.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Allen, N. J., and Meyer, J. P. (1990), The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization, *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
2. Bùi Thị Minh Thu(2019), *Tác động của văn hóa doanh nghiệp và quản trị chất lượng đến hiệu quả dự án tại các công ty lắp máy ở khu vực miền Trung*, *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ*, số 55, 80-87.
3. Chính, P. M., & Hoàng, V. Q. (2009), *Kinh tế Việt Nam: Thăng trầm và đột phá*, Nxb Chính trị Quốc gia.
4. Denison, D. R., and Haaland, S. (2003), Corporate Culture and Organizational Effectiveness, *The Academy of Management Review*, 3, 205-227.
5. Kahn, W. A. (1990), Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work, *Academy of Management Journal*, 33, 692-724.
6. Kreitner, R., Kinicki, A., and Cole, N. (2007), *Fundamentals of organizational behaviour: Key concept, skills, & best practices*, Toronto, Canada: McGraw-Hill. McGraw-Hill Ryerson, 360.
7. Leiter, M. P., and Bakker, A. B. (2009), *Work engagement: A handbook of essential theory and research*, Psychology Press.
8. Mowday, R., Porter, L. and Steers, R. (1982), *Employee-Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover*, Academic Press, New York.
9. Ndraha, T. (2014), *Metodologi Ilmu Pemerintahan (Rineka Cip)*, Bogor.
10. Nguyễn Nam Hải (2019), *Mối quan hệ giữa văn hóa tổ chức, sự gắn kết với công việc và kết quả thực hiện công việc của người lao động trong các doanh nghiệp công nghệ thông tin Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.
11. Varsha D., and Monika B. (2012), A Study about Employee Commitment and its impact on Sustained Productivity in Indian Auto-Component Industry, *European Journal of Business and Social Sciences*, 1, 34-51.

Ngày nhận bài: 30/5/2024; Ngày phản biện: 07/6/2024; Ngày duyệt đăng: 17/6/2024

URL: <https://kinhtevedubao.vn/anh-huong-cua-van-hoa-doanh-nghiep-den-su-gan-ket-cua-nguoi-lao-dong-tai-cong-ty-co-phan-may-va-dich-vu-hung-long-1-28980.html>

© Kinh tế và Dự báo - Bộ Kế hoạch và Đầu tư