

ẢNH HƯỞNG CỦA VĂN HÓA DOANH NGHIỆP ĐẾN LÒNG TRUNG THÀNH CỦA KỸ SƯ CÔNG NGHỆ TRONG THỜI KỲ CHUYỂN ĐỔI SỐ

Nguyễn Thị Thanh Hương¹

Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông - Cơ sở TP. Hồ Chí Minh

Tóm tắt:

Văn hóa doanh nghiệp ngày càng sử dụng phổ biến và được nhắc đến như một tiêu chí phát triển của các doanh nghiệp, nơi tập hợp nhiều người khác nhau về trình độ văn hóa, trình độ chuyên môn, mức độ nhận thức, quan hệ xã hội, tư tưởng văn hóa,... Chính sự khác nhau này tạo ra một môi trường làm việc đa dạng và phức tạp. Bên cạnh sự cạnh tranh ngày càng gay gắt, doanh nghiệp cần phải duy trì được nguồn nhân lực ổn định, hạn chế tối đa việc rời bỏ tổ chức của đội ngũ kỹ sư công nghệ, đặc biệt là những kỹ sư công nghệ giỏi, tài năng. Điều này phù hợp với xu thế hiện nay khi mà chúng ta đang ở thời đại chuyển đổi số thì việc cạnh tranh dựa vào vốn tiền tệ, khoa học kỹ thuật công nghệ, tài nguyên thiên nhiên không còn là cạnh tranh năng lực cốt lõi mà cạnh tranh bằng nguồn vốn tri thức, tài nguyên con người. Vì vậy, có thể nói việc cạnh tranh bằng nguồn nhân lực rất quan trọng và là nhân tố tất yếu để đánh giá năng lực của một tổ chức, doanh nghiệp.

Từ khóa: Văn hóa doanh nghiệp; Lòng trung thành; Kỹ sư công nghệ; Chuyển đổi số.

Mã số: 23062101

THE EFFECT OF CORPORATION CULTURE ON TECHNOLOGY ENGINEER'S LOYALTY IN DIGITAL TRANSFORMATION ERA

Summary:

Nowadays the terms corporation culture is increasingly used and mentioned as a development criterion of enterprises where many people are gathered with different cultural backgrounds, professional qualifications, awareness levels, social relations, cultural ideology. It is this difference that creates a diverse and complex working environment. In addition to the increasingly fierce competition, enterprises need to maintain stable human resources, minimize leaving the organization of technology engineers, especially good power and talented technology engineers. This is consistent with the current trend when we are in the era of digital transformation, competition based on monetary capital, science and technology, and natural resources is no longer a core competency competition. compete with intellectual capital and human resources. Therefore, it can be said that competing with

¹ Liên hệ tác giả: huong0312@ptithcm.edu.vn

human resources is very important and an indispensable factor to evaluate the capacity of an organization or enterprise.

Keywords: *Corporation culture; Loyalty; Technology engineers; Digital transformation.*

1. Văn hóa doanh nghiệp

Theo các nhà nghiên cứu văn hóa ở phương Tây, khái niệm văn hóa có nguồn gốc từ tiếng Latinh “Cultus” mà nghĩa gốc là gieo trồng, được dùng theo nghĩa Cultus Agri là “gieo trồng ruộng đất” và Cultus Animi là “gieo trồng tinh thần” tức là “sự giáo dục bồi dưỡng tâm hồn con người” (Phạm Khiêm Ích, 2001). Nhà xã hội học Melville J.Herskovist (1948) cho rằng: “văn hóa là lối sống của một tập đoàn người và xã hội là tập thể được tổ chức bởi các cá nhân tuân theo lối sống đó. Nói rõ hơn thì xã hội là tổ chức của con người, còn những hoạt động của họ là văn hóa”.

Trong “Tuyên bố chung của UNESCO về tính đa dạng văn hóa” (2002) đã đưa ra định nghĩa về văn hóa như sau: “Văn hóa nên được đề cập đến như là một tập hợp của những đặc trưng về tâm hồn, vật chất, tri thức và xúc cảm của một xã hội hay một nhóm người trong xã hội mà nó chứa đựng, ngoài văn học và nghệ thuật, cả cách sống, phương thức chung sống, hệ thống giá trị, truyền thống và đức tin”. Ngoài ra, văn hóa trong cuộc sống hàng ngày còn được hiểu là văn học, nghệ thuật như thơ ca, mỹ thuật, sân khấu, điện ảnh và văn hóa còn thể hiện qua cách sống gồm phong cách ẩm thực, trang phục, cư xử và cả đức tin, tri thức được tiếp nhận.

Văn hóa doanh nghiệp là văn hóa của một tổ chức, vì vậy, nó không đơn thuần là văn hóa giao tiếp hay văn hóa kinh doanh, nó cũng không phải là những khẩu hiệu của ban lãnh đạo được treo trước cổng hay trong phòng họp, nó bao gồm sự tổng hợp của các yếu tố trên. Nó là giá trị, niềm tin, chuẩn mực được thể hiện trong thực tế và trong các hành vi mỗi thành viên doanh nghiệp. Văn hóa doanh nghiệp thường được định nghĩa theo nhiều cách khác nhau bởi nhiều tác giả và các nhà nghiên cứu khác nhau. Tuy nhiên, có nhiều lập luận cho rằng “văn hóa doanh nghiệp có thể được xem như là một hệ thống các giá trị, niềm tin và khuôn mẫu hành vi ứng xử mà hình thành nên các đặc tính cốt lõi của các tổ chức và giúp định hình hành vi ứng xử của nhân viên” (Lund, 2003; Pool, 2000). Luthans (1992) định nghĩa: “văn hóa doanh nghiệp 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”. Schein (1992) đưa ra một quan điểm khác: “văn hóa doanh nghiệp là một hình thức của các giả thiết cơ bản được phát minh, khám phá, phát triển bởi một nhóm khi họ học cách đối phó với các vấn đề liên quan đến việc thích nghi với bên ngoài và

hội nhập với bên trong đã phát huy tác dụng và được coi như có hiệu lực, do đó, được truyền đạt cho các thành viên mới nơi theo”, hay nói ngắn gọn hơn “Văn hóa doanh nghiệp là phẩm chất riêng biệt của tổ chức được nhận thức phân biệt nó với các tổ chức khác trong lĩnh vực”. Trong một nghiên cứu của Kotter và cộng sự (1992) thì “văn hóa doanh nghiệp là phẩm chất riêng biệt của tổ chức được nhận thức phân biệt nó với các tổ chức khác trong lĩnh vực. “Văn hóa thể hiện tổng hợp các giá trị và cách hành xử phụ thuộc lẫn nhau phổ biến trong doanh nghiệp và có xu hướng tự lưu truyền, thường trong thời gian dài”, “văn hóa là sâu, rộng và phức tạp” (Schein, 1992) và có thể hiểu rằng văn hóa doanh nghiệp chính là nền tảng cho các hành vi và hoạt động của mỗi cá nhân trong tổ chức, là sản phẩm và tài sản của mỗi doanh nghiệp.

Như vậy, văn hóa doanh nghiệp được hầu hết các học giả chấp nhận là các giá trị và thói quen được phát triển trong quá trình hình thành và lịch sử phát triển của tổ chức, được thể hiện qua cách điều hành và hành vi ứng xử của các thành viên tạo nên bản sắc riêng của doanh nghiệp.

2. Lòng trung thành

Theo Allen and Mayer (1990), chú trọng ba trạng thái tâm lý của kỹ sư công nghệ khi gắn kết với tổ chức. Một là, có thể trung thành với tổ chức xuất phát từ tình cảm thật sự của họ, họ sẽ ở lại với tổ chức dù có nơi khác trả lương cao hơn, điều kiện làm việc tốt hơn. Hai là, họ có thể trung thành với tổ chức chỉ vì họ không có cơ hội kiếm được công việc tốt hơn. Ba là, họ có thể trung thành với tổ chức vì các chuẩn mực đạo đức mà họ theo đuổi. Định nghĩa nổi tiếng của Mowday về lòng trung thành tương tự như khái niệm “duy trì” trong các nghiên cứu ở phạm vi quốc gia trong nhiều năm liền của Viện Aon Consulting: nhân viên muốn gắn bó lâu dài cùng tổ chức/doanh nghiệp mặc dù có lời đề nghị lương bổng hấp dẫn hơn từ các công ty khác (Stum 1999, 2001).

Lòng trung thành của kỹ sư công nghệ cần xem xét đến các yếu tố tác động từ phía doanh nghiệp và các yếu tố xuất phát từ lý do cá nhân nhân viên. Việc cân bằng qua lại lợi ích của doanh nghiệp và đáp ứng nhu cầu của nhân viên để nâng cao lòng trung thành của nhân viên trong bối cảnh công nghệ phát triển, nhu cầu nhân lực ngày càng tăng. Trung thành có thể là một yếu tố thành phần của cam kết tổ chức, cũng có thể là một khái niệm độc lập. Cook và Wall (1980) quan tâm đến các khía cạnh hành vi của nhân viên. Hiện nay, không chỉ tại Việt Nam mà các nước trên thế giới, các nghiên cứu về lòng trung thành của kỹ sư công nghệ luôn thể hiện được vai trò của nó trong việc hỗ trợ quản trị nhân sự không chỉ cho các doanh nghiệp mà còn trong các tổ chức công quyền, phi chính phủ,... Có nhiều khái niệm liên quan đến sự trung thành. Theo Niehoff, Moorman và Fuller (2001) thì lòng trung thành là

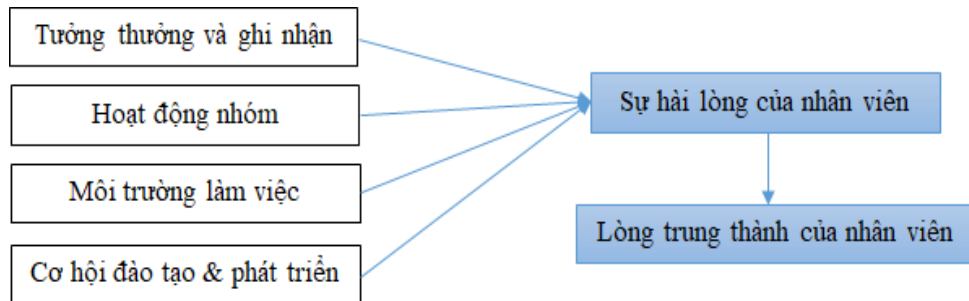
những biểu hiện mang tính chủ động về lòng tự hào và sự tận tâm với tổ chức. Bên cạnh đó, theo Allen and Meyer (1991), điều kiện tâm lý phản ánh mối quan hệ của cá nhân với tổ chức. Theo Porter, et al (1979) thì sự trung thành là sự tương quan giữa mỗi cá nhân với tổ chức và nó có sự tin tưởng mạnh đối với mục tiêu, giá trị của tổ chức và sẵn sàng nỗ lực có thể để phục vụ tổ chức và có mong muốn lớn lao để tiếp tục được làm việc tại tổ chức.

3. Ảnh hưởng của văn hóa doanh nghiệp đến lòng trung thành của kỹ sư công nghệ trong thời kỳ chuyển đổi số

Các nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng, đặc tính của các giá trị văn hóa công ty và những hành động đóng góp vào sự phát triển của doanh nghiệp là các giá trị văn hóa tích cực, phản ánh một hình ảnh tốt đẹp của doanh nghiệp và môi trường làm việc hấp dẫn với mục đích duy trì nguồn nhân lực nhất là những kỹ sư công nghệ giỏi, tài năng vì văn hóa cũng là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến khuynh hướng rời bỏ tổ chức của kỹ sư công nghệ; đồng thời, thu hút lực lượng lao động đặc biệt là những người có năng lực. Văn hóa tổ chức tích cực sẽ làm gia tăng sự cam kết và hợp tác của đội ngũ kỹ sư công nghệ, kết quả là sự hiệu quả hoạt động của tổ chức được nâng cao, sự nhất trí quan tâm cao đến các định hướng chiến lược, năng suất lao động tăng, việc ra quyết định tốt hơn, sự cam kết gắn bó cao ở mọi cấp bậc nhân viên (*Thompson & Luthans, 1990*) và tạo ra lợi thế cạnh tranh của tổ chức (*Saeed và Hassan, 2000*). Theo nghiên cứu của Shinichi Hirota và các đồng sự (2007) đã nhận định rằng, văn hóa và các giá trị của nó gia tăng mức độ hoàn thành của các công ty Nhật Bản và họ đã đạt được lợi thế cạnh tranh nhờ phát triển văn hóa.

Kết quả nghiên cứu của một số tác giả cho thấy, các yếu tố tác động mạnh nhất đến lòng trung thành của kỹ sư công nghệ là yếu tố môi trường tác nghiệp. Hai yếu tố lãnh đạo và công việc đều có tác động cùng chiều đối với sự thỏa mãn chung của người lao động cũng như lòng trung thành của họ đối với doanh nghiệp. Do đó, những biện pháp làm tăng sự hài lòng của kỹ sư công nghệ trong công ty thông qua việc tác động vào hai yếu tố trên cũng như làm tăng yếu tố trung thành của họ trong doanh nghiệp.

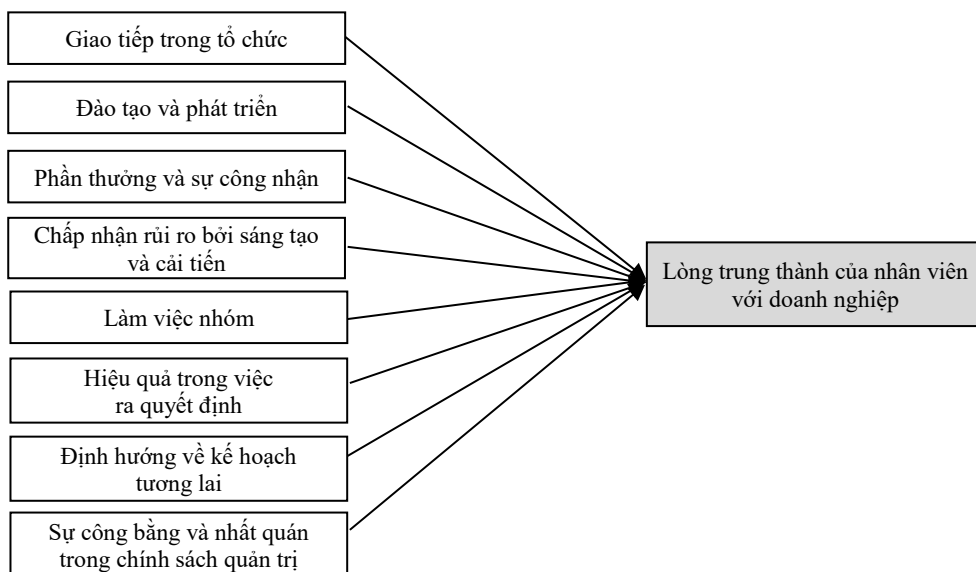
Nghiên cứu của Turkyilmaz, Akman, Coskunozkan và Pastuszak (2011) đã đánh giá ảnh hưởng của văn hóa đến lòng trung thành của nhân viên trong doanh nghiệp tại Pakistan theo mô hình các yếu tố tác động.



Nguồn: Turkyilmaz, Akman, Coskunozkan và Pastuszak (2011)

Hình 1. Mô hình hiệu chỉnh trong nghiên cứu của Turkyilmaz, Akman, Coskunozkan và Pastuszak

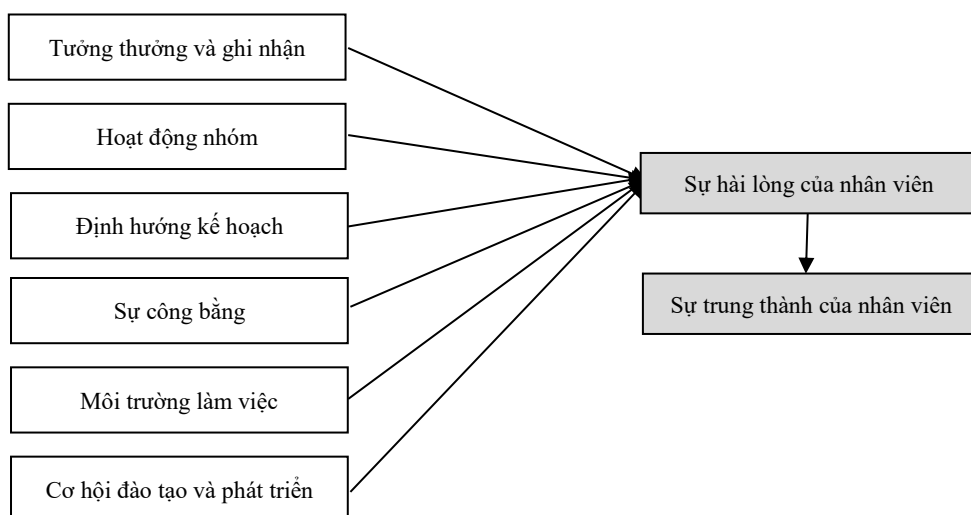
Theo nghiên cứu của Recardo và Jolly (1997) đã xác định tám (08) khía cạnh trong văn hóa công ty phù hợp với các đặc thù của doanh nghiệp, bao gồm: (1) Giao tiếp trong tổ chức; (2) Đào tạo và phát triển; (3) Phần thưởng và sự công nhận; (4) Hiệu quả trong việc ra quyết định; (5) Chấp nhận rủi ro bởi sáng tạo và cải tiến; (6) Định hướng về kế hoạch tương lai; (7) Làm việc nhóm; (8) Sự công bằng và nhất quán trong các chính sách quản trị. Nghiên cứu này được thực hiện dựa trên tám khía cạnh của văn hóa công ty được phát triển bởi hai nhà nghiên cứu Recardo và Jolly (1997) và được mô hình hóa dưới dạng sau:



Nguồn: Recardo và Jolly, 1997

Hình 2. Mô hình hiệu chỉnh trong nghiên cứu của Recardo và Jolly

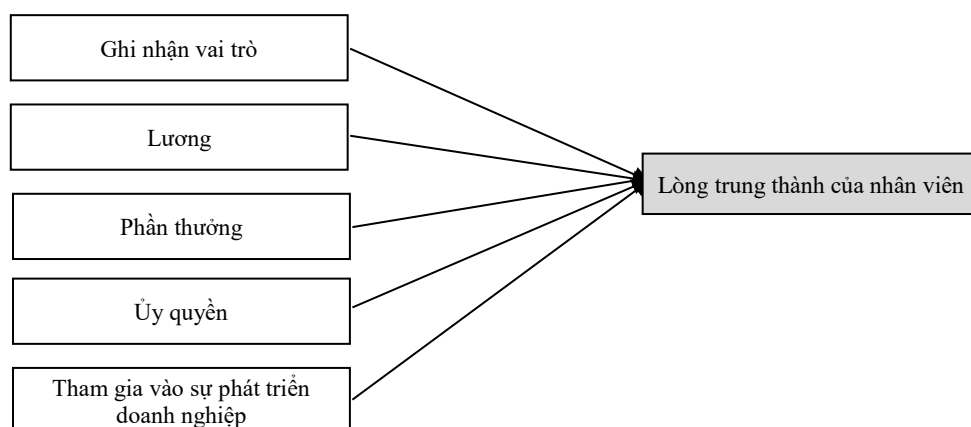
Theo nghiên cứu của Nguyễn Thị Thu Hằng và Nguyễn Khánh Trang (2013) đã đánh giá tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của kỹ sư công nghệ làm việc trong các doanh nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh.



Nguồn: Nguyễn Thị Thu Hằng và Nguyễn Khánh Trang (2013)

Hình 3. Mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành

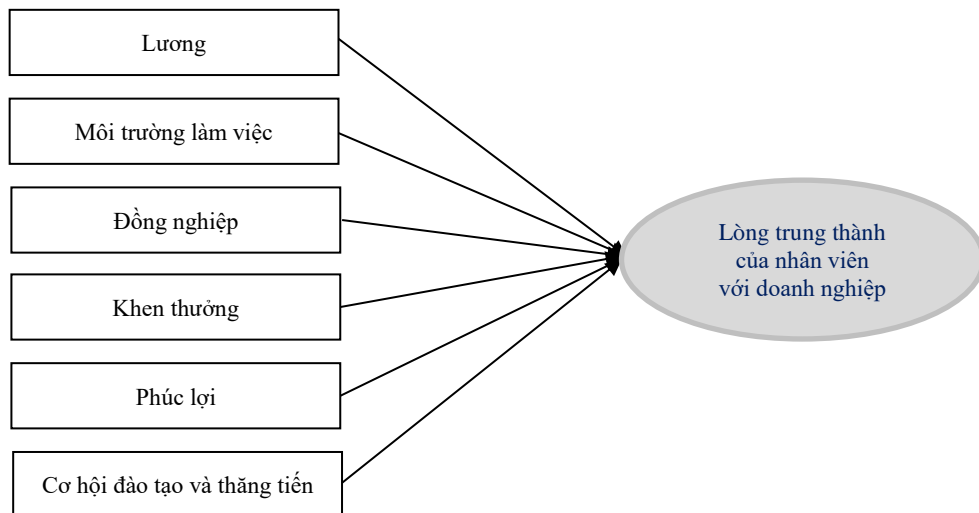
Theo nghiên cứu của Kumar và Skekhar (2012) đã đánh giá tác động trực tiếp của các yếu tố văn hóa doanh nghiệp ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên trong các Công ty tại Ấn Độ.



Nguồn: Kumar và Skekhar (2012)

Hình 4. Mô hình hiệu chỉnh trong nghiên cứu của Kumar và Skekhar

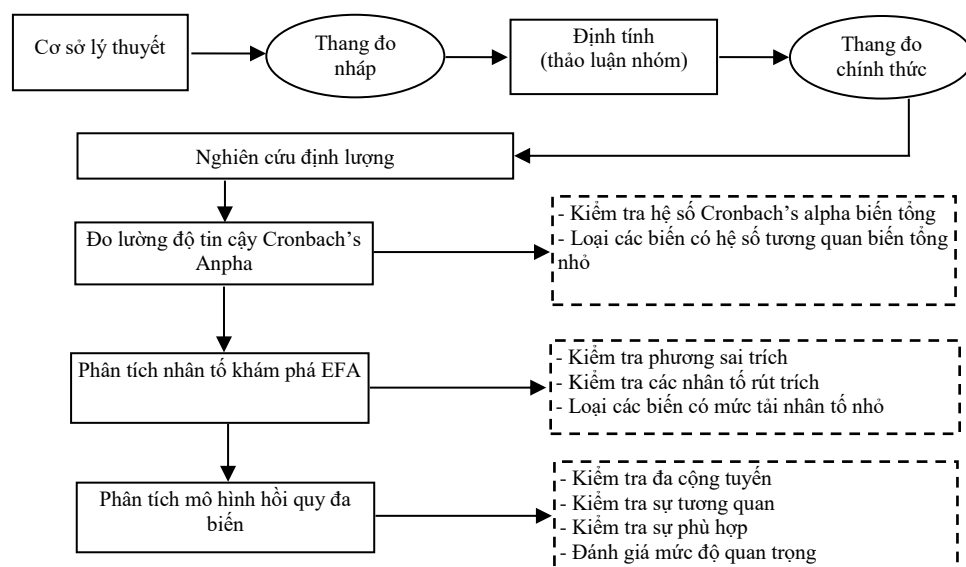
Từ kết quả nghiên cứu của các nhà nghiên cứu trước đây kết hợp với các kết quả phân tích từ cuộc khảo sát một số chuyên gia độc lập đã nói lên rằng yếu tố “lương”, “môi trường làm việc”, “đồng nghiệp”, “khen thưởng”, “phúc lợi”, “cơ hội đào tạo thăng tiến” là những yếu tố có mối quan hệ với lòng trung thành của kỹ sư công nghệ trong doanh nghiệp.



Vì vậy, đề xuất mô hình nghiên cứu gồm một biến phụ thuộc là lòng trung thành của kỹ sư công nghệ với doanh nghiệp và 6 biến độc lập là: “lương”, “môi trường làm việc”, “đồng nghiệp”, “khen thưởng”, “phúc lợi”, “cơ hội đào tạo và thăng tiến”.

Hình 5. Mô hình đề xuất nghiên cứu các yếu tố văn hóa ảnh hưởng đến lòng trung thành

Sau quá trình nghiên cứu định tính và định lượng, với số liệu khảo sát khoảng 200 kỹ sư công nghệ đang làm việc trong các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực viễn thông, phần mềm và công nghệ thông tin. Sau khi thu thập thông tin từ bảng câu hỏi khảo sát trực tuyến và trực tiếp, các số liệu thu thập được xử lý bằng phần mềm SPSS dựa trên kết quả của hệ số Cronbach Alpha, phân tích nhân tố, phân tích hồi quy đa biến và kiểm định sự phù hợp của mô hình để đưa ra kết quả nghiên cứu.



Hình 6. Quy trình thực hiện

Quy trình nghiên cứu được thực hiện thông qua hai giai đoạn chính gồm:

Thứ nhất, nghiên cứu định tính để xây dựng mô hình nghiên cứu cũng như khám phá các thành phần và xây dựng thang đo thông qua phỏng vấn chuyên gia và thảo luận nhóm.

Thứ hai, nghiên cứu chính thức bằng phương pháp định lượng qua khảo sát phỏng vấn thử nhằm đưa ra thang đo chính thức; sau đó, khảo sát bảng hỏi các đối tượng khảo sát, sử dụng các công cụ Cronbach's Alpha để kiểm định thang đo, phân tích nhân tố EFA để kiểm định sự phù hợp của mô hình.

Sau khi đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach alpha và phân tích nhân tố EFA kết quả cho thấy, có 6 nhân tố được trích ra. Các nhân tố được trích ra phù hợp với 6 yếu tố đưa ra trong mô hình.

Kết quả phân tích hồi quy đa biến đã xác định được lòng trung thành của kỹ sư công nghệ công ty chịu sự ảnh hưởng của 4 yếu tố gồm: cơ hội đào tạo và thăng tiến, lương, đồng nghiệp và phúc lợi. Trong đó, lương là yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến lòng trung thành của kỹ sư công nghệ, kế đến là yếu tố đồng nghiệp, cơ hội đào tạo và thăng tiến và cuối cùng là phúc lợi.

Kết quả kiểm định các giả thuyết của mô hình cho kết quả như sau: nếu doanh nghiệp trả lương cao sẽ làm cho kỹ sư công nghệ trung thành với công ty hơn, nếu được đồng nghiệp ủng hộ trong công việc sẽ làm cho kỹ sư công nghệ trung thành với công ty hơn, nếu có nhiều cơ hội đào tạo và thăng tiến

sẽ làm cho kỹ sư công nghệ trung thành với công ty hơn và vấn đề tăng phúc lợi sẽ làm cho nhân viên trung thành với công ty hơn.

Bằng kiểm định T-test và phân tích ANOVA, ta có các kết quả sau: không có sự khác biệt giữa phái nam và phái nữ về lòng trung thành; có sự khác biệt về lòng trung thành giữa các nhóm tuổi, cụ thể là giữa nhóm có độ tuổi dưới 25 với nhóm có độ tuổi từ 25 đến 35 tuổi; không có sự khác biệt về lòng trung thành giữa các nhóm thâm niên công tác.

4. Kết luận

Một môi trường văn hóa doanh nghiệp có tác dụng thu hút và gìn giữ nhân tài cho doanh nghiệp. Địa vị, tiền lương, cơ hội thăng tiến,... chỉ thực sự có tác dụng lâu dài khi đi liền với nó là một môi trường làm việc tạo được hứng thú, kỹ sư công nghệ nhận được bầu không khí thân thiện và có cơ hội khẳng định mình. Một tổ chức xây dựng được một nền văn hóa mạnh sẽ quy tụ được sự nhất trí cao giữa các thành viên về những gì mà tổ chức đề ra. Sự nhất trí đó sẽ tạo ra sự liên kết, củng cố lòng trung thành và sự cam kết bền vững với tổ chức. Văn hóa là chất keo gắn kết các thành viên thống nhất cách nhìn nhận vấn đề, đánh giá, lựa chọn giải pháp giải quyết vấn đề. Điều này giúp mọi người hiểu nhau hơn và khi có xung đột thì đây là yếu tố giúp mọi người hòa hợp và gắn kết. Điều đó góp phần tạo sự phát triển trong thế ổn định và bền vững cho doanh nghiệp. Văn hóa doanh nghiệp giúp kỹ sư công nghệ thấy được mục tiêu, định hướng phát triển và bản chất của công việc họ làm, tạo ra mối quan hệ tốt đẹp giữa các thành viên và một môi trường làm việc lành mạnh.

Trong môi trường chuyển đổi số các yếu tố tác động như thù lao, phúc lợi, điều kiện lao động,... thì văn hóa doanh nghiệp là một tiêu chí để người lao động quyết định vào làm việc và gắn bó lâu dài với doanh nghiệp. Văn hóa là nguồn động lực to lớn với nhân viên, các kỹ sư công nghệ sẽ tự có ý thức khi cảm thấy công việc họ đang làm có ý nghĩa, thành tích của họ được đề cao và họ cảm thấy được tôn trọng. Văn hóa doanh nghiệp có vai trò quan trọng giúp nhân viên củng cố niềm tin, đoàn kết và nâng cao lòng trung thành với tổ chức./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Thị Kim Dung, Nguyễn Thị Mai Trang (2007). Ảnh hưởng của văn hóa tổ chức và phong cách lãnh đạo đến kết quả làm việc của nhân viên và lòng trung thành của họ đối với tổ chức. Đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ, Trường Đại học kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

2. Nguyễn Thị Thu Hằng, Nguyễn Khánh Trang (2013). “Các yếu tố ảnh hưởng đến sự trung thành và sự hài lòng của giảng viên viên chức tại các trường cao đẳng, đại học tại Lâm Đồng”. *Tạp chí Phát triển Khoa học và Kỹ thuật*, số 16 (3), 2013.
3. Vũ Khắc Đạt (2008). Các yếu tố tác động đến lòng trung thành của nhân viên tại văn phòng khu vực miền Nam Vietnam Airline. Luận văn Thạc sỹ Kinh tế, Đại học kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
4. Phan Quốc Việt, Nguyễn Lê Anh, Nguyễn Huy Hoàng (2017). “Văn hóa doanh nghiệp và năng lực cạnh tranh”, trích trong cuốn Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trong hội nhập WTO. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam.
5. Allen, N. and J Meyer (2013). “The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization”. *Journal of Occupational Psychology* 63: 1-18.
6. Meyer, J. P. and Allen, N. J. (1991). “A three - component conceptualization of organizational commitment”. *Human resource management review*, Vol.1, No.1.
7. Natalie J. Allen, John P. Meyer. (1996). “Affective, continuance and normative commitment: an examination of construct validity”. *Journal of vocational behavior*, Volume 49, Issue 3, December 1996, Pages 252-276.
8. Chow, C.W., Harrison,G.L., McKinnon,J.L., and Wu, A. (2011). “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.
9. Heye, Dennie (2016). “Creativity and Innovation: Two key characteristics of successful 21st century information professional”. *Business Information Review*. SAGE Publications, London