

PHẦN I. MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài.

Nhiều nghiên cứu liên quan đến hành vi của người lao động trong tổ chức đã được thực hiện như nghiên cứu về động lực làm việc (Maslow, 1943; McClelland, 1965; Herzberg, 1968; Ryan & Deci, 2000; Kruse K., 2013), sự hài lòng của người lao động với môi trường làm việc (Locke E. A., 1976); Kalleberg A. L., 1977; Macdonald S. & MacIntyre P., 1997), hay mối quan hệ giữa sự hài lòng trong công việc, sự gắn kết và lòng trung thành của người lao động (Smith và cộng sự, 1969; Harter và cs., 2002; Berry M. L., 2010), có những nghiên cứu liên quan đến sự gắn kết của người lao động nhưng tập trung vào tìm hiểu mối quan hệ giữa sự gắn kết và ý định rời bỏ tổ chức, doanh thu, lợi nhuận của doanh nghiệp (Perrin T., 2003; Hewitt Associates, 2004; The Segal Group Inc., 2006d; Ellis C. M. & Sorensen A., 2007; Koonmee K. & Virakul B., 2007; Kumar V. & Pansari A., 2015).

Những nghiên cứu điển hình về sự gắn kết của người lao động với tổ chức có thể nói đến như Kahn (1990), Perrin T. (2003), Lookwood (2007), Macey W.H. và Schneider B. (2008), Berry M. L. (2010) The Aon Hewitt (2016). Đánh giá chung về các nghiên cứu này có thể nhận thấy có nhiều yếu tố tác động đến sự gắn kết nhưng các nghiên cứu hầu hết tập trung vào nghiên cứu các yếu tố trong doanh nghiệp như quản lý trực tiếp, bản chất công việc, điều kiện làm việc, ... (Macey W.H. và Schneider B., 2008; Berry M. L., 2010; The Aon Hewitt, 2016). Các nghiên cứu đề cập đến các yếu tố ngoài công việc như môi trường ngoài công việc, các yếu tố đặc điểm cá nhân và các yếu tố nhân khẩu học còn hạn chế. Ngoài ra, nhiều nghiên cứu nước ngoài tập trung vào ba thành phần của sự gắn kết: gắn kết cảm xúc, gắn kết nhận thức và gắn kết hành vi (Lockwood N. R., 2007; Macey W.H. và Schneider B., 2008; Sundaray K. B., 2011; Soni Agrawal, 2016) nhưng rất ít nghiên cứu trong nước đề cập đến tác động của các yếu tố đến 3 thành phần gắn kết cảm xúc, gắn kết nhận thức và gắn kết hành vi (Thu và cộng sự, 2016; Hằng và cộng sự, 2015; Phong, 2011). Hơn nữa, các nghiên cứu trong nước thường tập trung xem xét ảnh hưởng của các yếu tố môi trường công việc nhưng chưa quan tâm nhiều đến các nhân tố thuộc quan hệ xã hội trong môi trường làm việc (sự phân biệt đối xử, hòa nhập xã hội, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp) như nghiên cứu của Anh và cộng sự (2013), Hằng và cộng sự (2015), Thu và cộng sự (2016).

Làm sao để xây dựng được một đội ngũ nhân sự nòng cốt thật sự gắn kết với doanh nghiệp: yêu mến công việc, có niềm tin và sẵn sàng nỗ lực làm việc vì các mục tiêu của doanh nghiệp, đó luôn là vấn đề trăn trở của các nhà quản trị trong các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ. Vì vậy, nghiên cứu sự gắn

kết của người lao động với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ là vấn đề hết sức cấp thiết trong giai đoạn hiện nay.

2. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài luận án

2.1. Ý nghĩa khoa học

Thứ nhất, kết quả xây dựng thang đo góp phần phát triển mô hình lý thuyết sự gắn kết và các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết đã được đề xuất và kiểm định ở bối cảnh khác trong các nghiên cứu trước.

Thứ hai, đối với phương pháp định tính, có sự kết hợp giữa thảo luận nhóm, tham khảo ý kiến chuyên gia, phỏng vấn thử nên thang đo về các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết được thiết lập phản ánh khá toàn diện và khách quan đối với địa bàn nghiên cứu, đồng thời khắc phục nhược điểm trong các thang đo mà các nghiên cứu đã chỉ ra trước đó.

Thứ ba, sự gắn kết được xem xét đa diện gồm các thành phần gắn kết nhận thức, gắn kết cảm xúc và gắn kết hành vi.

2.2. Ý nghĩa thực tiễn

Thứ nhất, nghiên cứu có ý nghĩa thực tiễn lớn đối với các nhà quản trị vì kết quả đã phản ánh khá toàn diện và khách quan về mức độ gắn kết người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ.

Thứ hai, nghiên cứu ảnh hưởng của các nhân tố đến sự gắn kết trong bối cảnh khác nhau với cách tiếp cận mô hình nghiên cứu khác nhau sẽ giúp cho các nhà quản trị nhân lực có cái nhìn toàn diện hơn trong việc hoạch định chính sách về nhân lực.

Thứ ba, từ kết quả nghiên cứu, các hàm ý quản trị nâng cao mức độ gắn kết được đề xuất là tài liệu tham khảo không chỉ cho các cơ quan quản lý lao động và doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống ở địa bàn nghiên cứu mà cho các địa phương trong và ngoài nước đang cần nâng cao sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp.

3. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu chung:

Nghiên cứu sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ, trên cơ sở đó đề xuất các hàm ý chính sách nhằm nâng cao sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp.

Mục tiêu nghiên cứu cụ thể:

- Hệ thống hóa lý luận về sự gắn kết và các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp.

- Xác định các thành phần của sự gắn kết, nhân tố ảnh hưởng và mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố môi trường công việc đến các thành phần sự gắn kết của người lao động đối với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ.

- Tìm hiểu có hay không sự khác nhau về ảnh hưởng của các nhân tố môi trường công việc đến các thành phần sự gắn kết theo đặc điểm nhân khẩu học và theo cảm nhận đối với môi trường ngoài công việc của người lao động đối với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ.

- Tìm hiểu có hay không sự khác nhau về mức độ gắn kết theo đặc điểm nhân khẩu học và theo cảm nhận đối với môi trường ngoài công việc của người lao động đối với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ.

- Đề xuất hàm ý chính sách nâng cao sự gắn kết người lao động đối với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ.

4. Đối tượng nghiên cứu

Sự gắn kết và những nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của người lao động đối với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ. Đối tượng khảo sát là những người lao động đang làm việc tại các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú (được xếp hạng 3 sao trở lên) và doanh nghiệp kinh doanh ăn uống (nhà hàng) vùng Duyên hải Nam Trung Bộ.

5. Phạm vi nghiên cứu

Nghiên cứu tiến hành khảo sát người lao động làm việc trong các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ ở Việt Nam. Dữ liệu thứ cấp được thu thập để phân tích từ năm 2013 đến năm 2017. Dữ liệu sơ cấp được thu thập bằng cách thảo luận nhóm, hỏi ý kiến chuyên gia và khảo sát người lao động được tiến hành trong năm 2018.

6. Kết cấu của luận án

Phần I. Mở đầu

Phần II. Tổng quan nghiên cứu về sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp

Phần III. Nội dung và kết quả nghiên cứu

Chương 1. Cơ sở lý luận về sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống

Chương 2. Đặc điểm địa bàn và phương pháp nghiên cứu

Chương 3. Kết quả nghiên cứu

Chương 4. Bàn luận kết quả nghiên cứu và hàm ý chính sách

Phần IV. Kết luận

PHẦN II. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VỀ SỰ GẮN KẾT CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG VỚI DOANH NGHIỆP

1. Tổng quan các nghiên cứu trên thế giới

1.1. Quan điểm nghiên cứu về sự gắn kết

Gần đây, các nghiên cứu quan niệm sự gắn kết là thái độ tích cực của người lao động đối với công việc, giá trị và hoạt động của doanh nghiệp. Người lao động nhận thức bối cảnh kinh doanh và làm việc với các đồng nghiệp để cải thiện hiệu quả công việc vì lợi ích của doanh nghiệp. Ngược lại, các doanh nghiệp phải nuôi dưỡng, duy trì và phát triển sự gắn kết người lao động vì sự gắn kết đòi hỏi một mối quan hệ hai chiều giữa doanh nghiệp và người lao động (Lockwood N. R., 2007; Macey W.H. và Schneider B., 2008; Sundaray K. B., 2011; Soni Agrawal, 2016).

1.2. Các hướng tiếp cận sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp

Có hai hướng tiếp cận về sự gắn kết trong các nghiên cứu trên thế giới được xác định: (1) sự gắn kết người lao động là một cấu trúc đơn nhất: gắn kết cảm xúc hoặc gắn kết nhận thức hoặc gắn kết hành vi; và (2) sự gắn kết người lao động là một cấu trúc đa diện gồm 3 cả thành phần: gắn kết nhận thức, gắn kết cảm xúc và gắn kết hành vi.

1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của người lao động với tổ chức trong các nghiên cứu trên thế giới

Các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết của người lao động trong các nghiên cứu được chia thành 4 nhóm nhân tố: (1) nhân tố thuộc môi trường công việc, (2) nhân tố cá nhân, (3) nhân tố nhân khẩu học và (4) nhân tố môi trường ngoài công việc.

1.4. Một số mô hình nghiên cứu sự gắn kết người lao động với tổ chức

Nghiên cứu sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp trong các nghiên cứu trước thường tập trung vào ba nội dung: (1) các thành phần sự gắn kết; (2) các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết và (3) ảnh hưởng của sự gắn kết đến các kết quả đầu ra của doanh nghiệp.

1.4.1. Mô hình nghiên cứu của Macey W.H. và Schneider B. (2008).

Mô hình nghiên cứu của Macey W.H. và Schneider B. (2008) theo hướng đa diện với 3 thành phần của sự gắn kết: gắn kết nhận thức, gắn kết cảm xúc, gắn kết hành vi.

1.4.2. Mô hình nghiên cứu của Berry M. L. (2010)

Trong mô hình nghiên cứu của Berry M. L. (2010) xem sự hài lòng của người lao động như là một biến trung gian trong mối quan hệ giữa sự gắn kết người lao động và ý định rời bỏ tổ chức.

1.4.3. Mô hình nghiên cứu của Sundaray K. B. (2011)

Mô hình nghiên cứu của Sundaray K. B. (2011) có 12 nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết. Những nhân tố này được dùng chung cho tất cả các doanh nghiệp, không phân biệt ngành nghề, tuy nhiên, mức độ tác động của mỗi nhân tố là khác nhau.

1.4.4. Mô hình nghiên cứu của The Aon Hewitt (2016)

Để đo lường mức độ gắn kết của người lao động, The Aon Hewitt (2016) sử dụng cấu trúc gắn kết của Macey W. H. & Schneider B. (2008) bao gồm những trạng thái cảm xúc, nhận thức và hành vi dẫn đến hiệu suất thực hiện công việc tốt hơn của người lao động thông qua việc người lao động nói gì về doanh nghiệp; người lao động ở lại bao lâu với doanh nghiệp; và người lao động phấn đấu như thế nào để mang lại hiệu suất cao.

2. Tổng quan các nghiên cứu trong nước

Một số nghiên cứu về sự gắn kết được tiếp cận theo hướng đơn nhất như các nghiên cứu của Hằng và cộng sự (2015), Thu và cộng sự (2016). Một số nghiên cứu khác tiếp cận theo hướng đa diện với sự gắn kết gồm 2 hoặc 3 thành phần gắn kết nhận thức, gắn kết cảm xúc và gắn kết hành vi như nghiên cứu của Phong (2011), Anh và cộng sự (2013).

Các nghiên cứu trong nước nghiên cứu sự gắn kết người lao động trong phạm vi một doanh nghiệp (Anh và cs, 2013), một địa phương (Phong, 2011) hoặc một lĩnh vực kinh doanh (Khải và cs, 2015). Các nghiên cứu tập trung xác định và đo lường ảnh hưởng của các nhân tố đến sự gắn kết. Các nhân tố được đề cập chủ yếu trong các nghiên cứu trong nước là các nhân tố môi trường công việc. Các tác giả đã sử dụng kỹ thuật phân tích nhân tố (EFA) để xác định các nhân tố ảnh hưởng và dùng hàm hồi quy để đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến sự gắn kết.

3. Nhận diện cơ hội nghiên cứu của luận án

3.1. Nhận diện các thành phần sự gắn kết

Quá trình tổng quan cho thấy các hướng nghiên cứu thường được sử dụng để xác định các thành phần của sự gắn kết, các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết và đo lường mức độ gắn kết của người lao động với doanh nghiệp. Hướng nghiên cứu thứ hai (đa diện) đã tích hợp được cả ba thành phần của sự gắn kết vì vậy sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp được xem xét một cách toàn diện hơn. Do đó, nghiên cứu này sẽ tiếp cận sự gắn kết theo hướng đa diện với ba thành phần: gắn kết nhận thức, gắn kết cảm xúc và gắn kết hành vi.

3.2. Nhận diện các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ

Trên cơ sở kế thừa hệ thống lý thuyết và kết quả nghiên cứu trước, nghiên cứu này xác định được phạm vi nghiên cứu: lĩnh vực kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ. Kết quả nghiên cứu tổng quan cho thấy khi xem xét các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết, các nghiên cứu trước chỉ dừng lại ở các nhân tố thuộc môi trường công việc (yếu tố tổ chức và yếu tố công việc) và các nhân tố cá nhân (tâm lý, văn hóa, tính cách, ...) mà chưa có nhiều nghiên cứu xem xét đến các nhân tố nhân khẩu học (độ tuổi, giới tính, ...) và các nhân tố thuộc môi trường ngoài công việc. Vì vậy, trong nghiên cứu này sẽ xem xét 3 nhóm nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết gồm: (1) các nhân tố thuộc môi trường công việc (gồm nhân tố tổ chức và nhân tố công việc), (2) các nhân tố thuộc môi trường ngoài công việc (y tế, giáo dục, ...) và (3) các nhân tố thuộc nhân khẩu học (giới tính, độ tuổi, ...).

3.3. Nhận diện đối tượng, nội dung và phương pháp đo lường sự gắn kết và ảnh hưởng của các nhân tố đến sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp

Đối tượng nghiên cứu là sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp, trong đó xem xét sự gắn kết với 3 thành phần: gắn kết nhận thức, gắn kết cảm xúc và gắn kết hành vi. Đồng thời, ngoài xác định và đo lường các nhân tố thuộc môi trường công việc ảnh hưởng đến sự gắn kết, nghiên cứu xem xét ảnh hưởng của các nhân tố thuộc môi trường ngoài công việc và đặc điểm nhân khẩu học người lao động.

PHẦN III. NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ SỰ GẮN KẾT CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG VỚI DOANH NGHIỆP KINH DOANH LƯU TRÚ, ĂN UỐNG

1.1. Sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp

1.1.1. Khái niệm

Có nhiều quan điểm khác nhau về sự gắn kết. Legge K. (1995) cho rằng sự gắn kết của người lao động hoàn toàn khác biệt với hành vi phục tùng một cách nhẫn nhục được xem là đặc trưng của quản trị nhân sự truyền thống. Sự phục tùng được duy trì bởi hệ thống kiểm soát áp đặt dẫn tới sự phản ứng hơn là các hành vi phản hồi tích cực và chủ động trong công việc. Ngược lại, sự gắn kết được xây dựng trên niềm tin vào một môi trường làm việc tin cậy lẫn nhau.

Perrin T. (2003) định nghĩa sự gắn kết là sự sẵn lòng và có khả năng giúp doanh nghiệp thành công ở mức độ cao bằng những nỗ lực tự do trên một cơ sở bền vững. Sự gắn kết này được tác động bởi các yếu tố tình cảm và nhận thức liên quan đến công việc và những kinh nghiệm làm việc tổng thể. Theo Robinson D., Perryman S. & Hayday S. (2004), sự gắn kết của người lao động là thái độ tích cực của nhân viên hướng về doanh nghiệp và các giá trị của doanh nghiệp. Một nhân viên gắn kết nhận thức được bối cảnh kinh doanh, làm việc với các đồng nghiệp để cải thiện hiệu quả trong công việc vì lợi ích của doanh nghiệp. The Segal Group Inc. (2006d) định nghĩa sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp là người lao động biết phải làm gì và muốn làm công việc đó. The Segal Group Inc. (2006d) giải thích rằng biết phải làm gì nghĩa là có mong muốn để làm việc, hiểu biết tầm nhìn của doanh nghiệp cũng như sự hiểu biết về những kỳ vọng công việc. Còn muốn làm việc bao gồm sự hài lòng từ công việc và được truyền cảm hứng để thực hiện công việc.

Trên cơ sở phân tích khái niệm sự gắn kết các tác giả trên, quan điểm sự gắn kết trong nghiên cứu này là thái độ tích cực của người lao động đối với công việc ở doanh nghiệp. Thái độ tích cực đó được thể hiện qua cảm xúc tích cực trong môi trường công việc; nhận thức tích cực về công việc và doanh nghiệp; sự tự hào, tin tưởng và khao khát nỗ lực hết mình vì mục tiêu của doanh nghiệp.

1.1.2. Các thành phần của sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp

Thành phần thứ nhất là gắn kết cảm xúc.

Thành phần thứ hai là gắn kết nhận thức.

Thành phần thứ ba là gắn kết hành vi.

1.1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp

Khung hệ thống lý thuyết của Patton W. & McMahon M. (1999) về các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình làm việc và phát triển của người lao động được chia làm 3 nhóm: (1) Đặc điểm nhân khẩu học: độ tuổi, giới tính, trình độ, thu nhập, tình trạng hôn nhân, ...; (2) Các nhân tố môi trường công việc: lương thưởng, điều kiện làm việc, cơ hội đào tạo, phát triển nghề nghiệp, hòa nhập xã hội, vai trò cá nhân, ...; (3) Các nhân tố môi trường ngoài công việc: các dịch vụ y tế địa phương, tệ nạn xã hội, môi trường sống tự nhiên, điều kiện giao thông, ...

Zaniboni và cộng sự (2016) cho rằng tuổi tác có tác động đến sự gắn kết của người lao động và người lớn tuổi có mức gắn kết cao hơn những người trẻ tuổi. Nghiên cứu của Soni Agrawal (2016) cũng cho thấy có sự ảnh hưởng của yếu tố tuổi tác đến sự gắn kết của

người lao động. Ngoài ra, sự khác biệt về mức độ gắn kết theo giới tính và tình trạng hôn nhân cũng được tìm thấy trong nghiên cứu của Rothbard (1999).

Nghiên cứu của Kahn (1990) đã đề cập đến nhân tố môi trường ngoài công việc gọi là cuộc sống bên ngoài (outside life). Kahn (1990) cho rằng các yếu tố của cuộc sống bên ngoài công việc của mọi người có khả năng ảnh hưởng đến tâm lý trong quá trình thực hiện công việc của họ. Khi người lao động quá bận tâm đến các vấn đề trong cuộc sống sẽ khiến họ không tập trung trong công việc và không thể đầu tư toàn lực cho công việc ở tổ chức. Hall & Richter (1989) cũng đã chứng thực sự mất tập trung này khi nghiên cứu về ranh giới giữa công việc và gia đình.

1.2. Doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống

1.2.1. Doanh nghiệp kinh doanh lưu trú

Kinh doanh lưu trú là hoạt động kinh doanh cung cấp các cơ sở lưu trú ngắn hạn cho những người có nhu cầu (công tác, du lịch...). Ngoài ra, kinh doanh dịch vụ lưu trú còn bao gồm cả các loại hình dài hạn dành cho sinh viên, công nhân. Trong phạm vi nghiên cứu này, kinh doanh lưu trú được giới hạn trong phạm vi cung cấp các cơ sở lưu trú ngắn hạn, còn gọi là cơ sở lưu trú du lịch.

1.2.2. Doanh nghiệp kinh doanh ăn uống

Theo luật An toàn thực phẩm (2010): “Cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống là cơ sở chế biến thức ăn bao gồm cửa hàng, quầy hàng kinh doanh thức ăn ngay, thực phẩm chín, nhà hàng ăn uống, cơ sở chế biến suất ăn sẵn, căng-tin và bếp ăn tập thể”. Trong phạm vi nghiên cứu này, chỉ khảo sát đối với lao động trong các nhà hàng.

1.2.3. Đặc điểm lao động trong lĩnh vực lưu trú, ăn uống

Lao động trong ngành kinh doanh lưu trú, ăn uống có các đặc điểm sau:

- Lao động bao gồm lao động sản xuất vật chất và lao động sản xuất phi vật chất, trong đó lao động sản xuất phi vật chất chiếm tỷ trọng lớn.
- Lao động có tính chuyên môn hoá cao.
- Thời gian làm việc phụ thuộc vào thời gian, đặc điểm tiêu dùng của khách.
- Tỷ lệ lao động trẻ, lao động nữ, lao động thời vụ cao hơn các ngành công nghiệp, nông nghiệp.
- Cường độ lao động ở một số bộ phận có thể không cao nhưng thường phải chịu áp lực tâm lý lớn.

1.3. Sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống

Sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống được hiểu là thái độ tích cực của người lao động đối với công việc ở doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống. Thái độ tích cực được thể hiện qua cảm xúc tích cực, nhận thức tích cực và hành vi nỗ lực hết mình vì mục tiêu của doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống mà người lao động làm việc. Sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống được tiếp cận theo hướng đa diện với ba thành phần: gắn kết nhận thức, gắn kết cảm xúc và gắn kết hành vi sẽ giúp nghiên cứu có cái nhìn toàn diện hơn về các khía cạnh gắn kết của người lao động. Ngoài nhân tố môi trường công việc thường được xem xét trong các nghiên cứu trước, khi nghiên cứu các nhân tố tác động đến sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống cần xem xét các nhân tố môi trường ngoài công việc và các đặc điểm nhân khẩu học của người lao động.

CHƯƠNG 2. ĐẶC ĐIỂM ĐỊA BÀN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Đặc điểm địa bàn nghiên cứu

2.1.1. Khái quát về doanh nghiệp và lao động trong các doanh nghiệp vùng Duyên hải Nam Trung Bộ

Tính đến 31/12/2016, toàn vùng có 37.700 doanh nghiệp đang hoạt động chiếm 7,46% tổng số doanh nghiệp của cả nước. Số lượng lao động trong các doanh nghiệp vùng Duyên hải Nam Trung bộ cũng có sự phân bố không đồng đều giữa các tỉnh thành (Bảng 2.2). Tính đến 31/12/2016 toàn vùng có 958.110 lao động làm việc trong các doanh nghiệp, chiếm 6,8% tổng số lao động trong các doanh nghiệp của cả nước. Lao động tập trung đông nhất ở Đà Nẵng với 320.249 lao động, kế đến là Khánh Hòa 168.898 lao động và Quảng Nam 124.357 lao động.

2.1.2. Khái quát doanh nghiệp và lao động trong các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ

2.1.2.1. Khái quát doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng duyên hải Nam Trung Bộ

Duyên hải Nam Trung bộ là vùng kinh tế lớn của khu vực miền Trung. Tính đến 31/12/2016, nơi đây có 2.814 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú, ăn uống, chiếm 14,23% cả nước. Trong 8 tỉnh vùng Duyên hải Nam Trung bộ, tính đến 31/12/2016 thì Đà Nẵng và Khánh Hòa có số doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống đang hoạt động nhiều

nhất với 961 và 802 doanh nghiệp, tương ứng chiếm 34,5% và 28,2% tổng số doanh nghiệp cùng lĩnh vực của vùng. Thấp nhất là Ninh Thuận với 75 doanh nghiệp chiếm 2,7% (Niên giám thống kê Việt Nam, 2017).

2.1.2.2. *Khái quát lao động và sử dụng lao động trong các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú, ăn uống vùng duyên hải Nam Trung Bộ*

Tổng số lao động đang làm việc trong các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống ở vùng này tính đến ngày 31/12/2016 là 62.853 lao động, chiếm 18,6% lao động trong các doanh nghiệp kinh doanh ở lĩnh vực này của cả nước. Tỷ lệ lao động nữ làm việc trong các doanh nghiệp này đều lớn hơn 50%. Mức thu nhập bình quân mỗi tháng của lao động làm việc trong các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống của các tỉnh vùng Duyên hải Nam Trung bộ thấp hơn mức bình quân của cả nước và có sự chênh lệch lớn giữa các tỉnh. Cao nhất là Đà Nẵng: 5,772 triệu đồng/người/tháng và thấp nhất là Quảng Ngãi: 2,832 triệu đồng/người/tháng.

2.1.3. *Những khó khăn trong sử dụng lao động ở các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ*

- Chất lượng lao động chưa đáp ứng yêu cầu công việc
- Tỷ lệ nhảy việc cao
- Thiếu lao động ở các vị trí quản lý

2.2. Phương pháp nghiên cứu

2.2.1. Quá trình nghiên cứu

2.2.2. Nghiên cứu định tính

2.2.2.1. *Xây dựng mô hình nghiên cứu và các giả thuyết nghiên cứu*

Tổng hợp tài liệu, thảo luận nhóm, phỏng vấn chuyên gia, tổng hợp và đề xuất mô hình nghiên cứu.

2.2.2.2. *Xây dựng thang đo*

Nghiên cứu định tính trong thiết kế thang đo các nhân tố môi trường công việc ảnh hưởng đến sự gắn kết cần có sự kết hợp giữa tổng hợp tài liệu với phương pháp thảo luận nhóm và khảo sát thử.

- Đối với 10 nhân tố thuộc môi trường công việc: (1) mối quan hệ với người quản lý trực tiếp, (2) cơ hội phát triển, (3) hỗ trợ trong công việc, (4) bản chất công việc, (5) sự ghi nhận, (6) điều kiện làm việc, (7) hòa nhập xã hội, (8) vai trò cá nhân, (9) trách nhiệm xã hội và (10) tiền lương.

- Đối với các đặc điểm nhân khẩu học: *giới tính, độ tuổi, trình độ, thu nhập và tình trạng hôn nhân.*

- Đối với các yếu tố môi trường ngoài công việc: *tình trạng ô nhiễm môi trường, tình trạng tệ nạn xã hội, điều kiện đi lại và khả năng tiếp cận các dịch vụ y tế địa phương.*

- Đối với thang đo các thành phần sự gắn kết: *Gắn kết cảm xúc, gắn kết nhận thức và gắn kết hành vi.*

2.2.3. Nghiên cứu định lượng

2.2.3.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

- *Dữ liệu thứ cấp:* dữ liệu thứ cấp được thu thập thông qua các nguồn như: niên giám thống kê; thư viện; sách; tạp chí chuyên ngành; ...

- *Dữ liệu sơ cấp:* dữ liệu sơ cấp thu thập thông qua phiếu khảo sát người lao động trong các doanh nghiệp lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ.

2.2.3.2. Phương pháp chọn mẫu

- *Kích thước mẫu:* Áp dụng công thức của Cochran W. G. (1977), kích thước mẫu cần thiết là n phải lớn hơn 384. Để dự phòng cho những phiếu khảo sát không đạt yêu cầu, nghiên cứu chọn kích thước mẫu là 440.

- *Phương pháp chọn mẫu:*

Bảng 2.13. Số lượng khảo sát thực hiện ở mỗi tỉnh thành được chọn

Lĩnh vực	Số DN (DN)	Nam (người)	Nữ (người)	Tổng (người)
1. Lao động lĩnh vực lưu trú	3	33	41	74
Lưu trú 3 sao	1	11	14	25
Lưu trú 4 sao	1	11	14	25
Lưu trú 5 sao	1	11	13	24
2. Lao động lĩnh vực ăn uống	2	14	22	36
Tổng	5	47	63	110

(Nguồn: Tác giả phân phối, 2018)

- *Thiết kế phiếu khảo sát:*

2.2.3.3. Phương pháp phân tích

- Phương pháp thống kê mô tả, phương pháp so sánh, đánh giá độ tin cậy thang đo, phân tích nhân tố, kiểm định các giả thuyết nghiên cứu: sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM), phân tích đa nhóm, phân tích phương sai một yếu tố (One way Anova), phân tích Independent-samples T-test.

CHƯƠNG 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Mô tả mẫu

Tổng số phiếu khảo sát phát ra là 440 phiếu. Tổng số phiếu khảo sát thu về là 440 phiếu. Số phiếu có thể sử dụng là 427 phiếu. Có 13 phiếu không đầy đủ phần thông tin bắt buộc.

Đặc điểm lao động trong doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung bộ là trẻ, có tỷ lệ lao động nữ cao hơn lao động nam, vì vậy số lao động được khảo sát trong nghiên cứu này chủ yếu có độ tuổi dưới 35, chiếm 79,9%, đồng thời có tỷ lệ nữ cao hơn, chiếm 57,6% trong tổng số. Xét về cơ cấu theo trình độ, khảo sát được thực hiện với nhiều lao động ở các nhóm trình độ khác nhau, trong đó tỷ lệ lao động có trình độ đại học trở lên chiếm tỷ lệ cao nhất, 39,8%. Các lao động này làm việc trong các bộ phận khác nhau: nhân viên hành chính, phục vụ lưu trú, phục vụ ăn uống và cả các lao động làm quản lý trong các đơn vị kinh doanh lưu trú, ăn uống. Mức thu nhập phổ biến của các lao động được khảo sát trong nghiên cứu này là từ 3 đến 6 triệu đồng/tháng (42,2%) và đa phần là còn độc thân (68,8%).

3.2. Độ tin cậy của thang đo

3.2.1. Độ tin cậy của thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ

Thang đo đảm bảo độ tin cậy

3.2.2. Độ tin cậy của thang đo các thành phần của sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ

Thang đo đảm bảo độ tin cậy

3.3. Các thành phần của sự gắn kết và các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ

3.3.1. Khám phá các thành phần sự gắn kết và các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết

Với 58 biến quan sát ở 10 nhân tố và 3 thành phần đề xuất từ mô hình nghiên cứu, sau khi phân tích EFA qua 2 bước, chỉ có 54 quan sát có hệ số chuyển tải đạt yêu cầu (lớn hơn 0,5 và có khoảng cách hệ số chuyển tải lên 2 nhân tố là lớn hơn 0,3) và hội tụ về 11 nhóm.

3.3.2. Khẳng định các thành phần sự gắn kết và các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết

Kết quả kiểm định lại thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết và các thành phần sự gắn kết theo độ tin cậy tổng hợp (Composite Reliability-CR) và phương sai trích

(Average Variance Extracted-AVE) đều có giá trị lớn hơn 0,5. Phương sai lớn nhất (MSV) nhỏ hơn AVE. Vì vậy thang đo là đáng tin cậy. Các hệ số đánh giá sự phù hợp của mô hình được trình bày ở bảng 3.10. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định có các hệ số CFI bằng 0,946 (lớn hơn 0,9), CMIN/DF bằng 1,615 (bé hơn 3), RMSEA bằng 0,038 (bé hơn 0,05), P bằng 0,000. Ngoài ra, phương sai phần dư của các biến và tương quan phần dư giữa các biến (SRMR) bằng 0,0424 (nhỏ hơn 0,05). Vì vậy mô hình được xem là phù hợp với dữ liệu khảo sát.

3.4. Ảnh hưởng của các nhân tố đến các thành phần của sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung bộ

3.4.1. Sự phù hợp của mô hình đo lường

Kết quả phân tích mô hình cấu trúc có các hệ số CFI bằng 0,944 (lớn hơn 0,9), GFI bằng 0,841 (lớn hơn 0,8), CMIN/DF bằng 1,642 (bé hơn 3), RMSEA bằng 0,039 (bé hơn 0,05), p bằng 0. Ngoài ra, phương sai phần dư của các biến và tương quan phần dư giữa các biến (SRMR) bằng 0,0484 (nhỏ hơn 0,05) Vì vậy mô hình được xem là phù hợp với dữ liệu khảo sát.

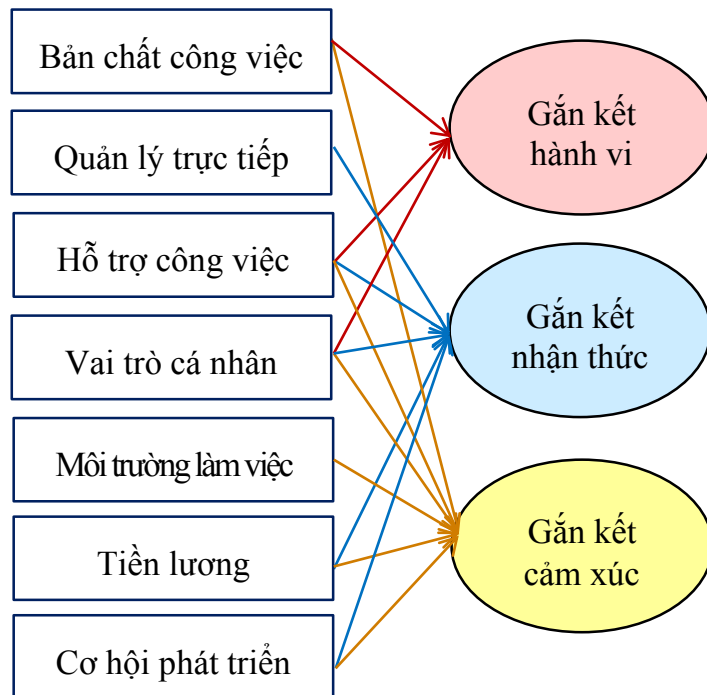
3.4.2. Mức độ ảnh hưởng của các nhân tố đến các thành phần của sự gắn kết

Bảng 3.12. Mức độ ảnh hưởng của các nhân tố lên các thành phần sự gắn kết

Mối quan hệ	HSUL chưa chuẩn hóa	HSUL chuẩn hóa	Giá trị p	Độ lệch chuẩn
Gắn kết cảm xúc <--- Môi trường làm việc	0,200	0,182	0,015	0,004
Gắn kết nhận thức <--- Quản lý trực tiếp	-0,185	-0,165	0,007	0,003
Gắn kết hành vi <--- Bản chất công việc	0,232	0,234	0,002	0,004
Gắn kết cảm xúc <--- Bản chất công việc	0,175	0,173	0,007	0,003
Gắn kết hành vi <--- Vai trò cá nhân	0,369	0,319	***	0,005
Gắn kết nhận thức <--- Vai trò cá nhân	0,453	0,347	***	0,005
Gắn kết cảm xúc <--- Vai trò cá nhân	0,179	0,151	0,047	0,004
Gắn kết nhận thức <--- Tiền lương	0,228	0,181	0,006	0,004
Gắn kết hành vi <--- Hỗ trợ công việc	0,281	0,275	***	0,004
Gắn kết nhận thức <--- Hỗ trợ công việc	0,182	0,158	0,028	0,004
Gắn kết cảm xúc <--- Hỗ trợ công việc	0,192	0,183	0,006	0,003
Gắn kết nhận thức <--- Cơ hội phát triển	0,310	0,249	0,003	0,005
Gắn kết cảm xúc <--- Cơ hội phát triển	0,221	0,196	0,010	0,004

(Nguồn: Trích từ kết quả xử lý dữ liệu, 2018)

3.4.3. Mô hình kết quả các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết



(Nguồn: Tác giả rút ra từ kết quả phân tích dữ liệu, 2018)

Hình 3.3. Mô hình kết quả các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết

3.5. Kiểm định sự khác biệt về mức độ ảnh hưởng theo các đặc điểm nhân khẩu học

Nghiên cứu đã tiến hành phân tích cấu trúc đa nhóm cho mô hình bất biến và mô hình khả biến theo đặc điểm nhân khẩu học của người lao động, kết quả kiểm định Chi bình phương (Chi Sq) như sau:

Bảng 3.13. Kiểm định sự khác biệt Chi bình phương của mô hình khả biến và bất biến theo đặc điểm nhân khẩu học

Tiêu chí	Mô hình khả biến (MHKB)		Mô hình bất biến (MHBB)		Sai biệt (MHBB-MHKB)			Lựa chọn
	Chi Sq	đf	Chi Sq	đf	Chi Sq	đf	p	
1. Giới tính	3.908	2.640	3.933	2.654	25	14	0,034	MHKB
2. Độ tuổi	3.900	2.640	3.936	2.654	36	14	0,001	MHKB
3. Trình độ	3.942	2.640	3.985	2.654	43	14	0,000	MHKB
4. Thu nhập	3.905	2.640	3.928	2.654	13	14	0,060	MHBB
5. Tình trạng hôn nhân	4.235	2.640	4.252	2.654	17	14	0,256	MHBB

(Nguồn: Trích từ kết quả phân tích dữ liệu khảo sát, 2018)

3.6. Kiểm định sự khác biệt về mức độ ảnh hưởng theo yếu tố môi trường ngoài công việc

Bảng 3.17. Kiểm định sự khác biệt Chi bình phương của mô hình khả biến và bất biến theo các yếu tố môi trường ngoài công việc

Tiêu chí	Mô hình khả biến (MHKB)		Mô hình bất biến (MHBB)		Sai biệt (MHBB-MHKB)			Lựa chọn
	ChiSq	df	ChiSq	df	ChiSq	df	p	
1. Tình trạng môi trường	4.075	2.640	4.100	2.654	25	14	0,034	MHKB
2. Tệ nạn xã hội	4.018	2.640	4.054	2.654	36	14	0,001	MHKB
3. Điều kiện di chuyển	4.022	2.640	4.046	2.654	24	14	0,046	MHKB
4. Khả năng tiếp cận dịch vụ y tế địa phương	4.023	2.640	4.041	2.654	18	14	0,206	MHBB

(Nguồn: Trích từ kết quả phân tích dữ liệu khảo sát, 2018)

3.7. Mức độ gắn kết của người lao động trong các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ

3.7.1. Mức độ gắn kết chung và sự khác nhau về mức độ gắn kết theo nhóm lao động

Mức độ “Gắn kết cảm xúc” cao hơn nhưng không nhiều so với hai thành phần còn lại. Ngoài ra, miền giá trị của ước lượng là rất lớn. Với thang đo 5 mức độ nhưng miền giá trị cũng là từ 1 đến 5. Điều này thể hiện mức độ gắn kết của những người lao động trong các doanh nghiệp có sự khác nhau.

Có sự khác nhau về mức độ gắn kết ở cả 3 thành phần đối với các đặc điểm nhân khẩu học: giới tính, độ tuổi, thu nhập và tình trạng hôn nhân. Riêng yếu tố trình độ, chỉ có sự khác nhau về mức độ gắn kết cảm xúc theo các nhóm lao động có trình độ khác nhau. Đối với các yếu tố môi trường ngoài công việc, có sự khác nhau về mức độ gắn kết hành vi đối với các nhóm lao động khác nhau theo các yếu tố *tệ nạn xã hội* và *khả năng tiếp cận dịch vụ y tế địa phương*. Riêng các nhóm lao động theo yếu tố *điều kiện đi lại*, có sự khác nhau về cả về mức độ gắn kết cảm xúc và mức độ gắn kết hành vi.

3.7.2. Mức độ gắn kết theo các đặc điểm nhân khẩu học

- *Đối với thành phần gắn kết cảm xúc*: Có sự khác nhau về mức độ gắn kết cảm xúc của các nhóm lao động có độ tuổi, giới tính và trình độ khác nhau. Lao động có độ tuổi và trình độ càng cao thì mức độ gắn kết càng cao, và lao động nam gắn kết cảm xúc cao hơn lao động nữ.

- *Đối với thành phần gắn kết nhận thức*: Có sự khác nhau về mức độ gắn kết nhận thức của các nhóm lao động có giới tính, lao động nam gắn kết nhận thức hơn lao động nữ.

- *Đối với thành phần gắn kết hành vi*: Có sự khác nhau về mức độ gắn kết hành vi của các nhóm lao động có giới tính, trình độ khác nhau. Lao động nam gắn kết hơn lao động nữ và lao động có trình độ càng cao thì mức độ gắn kết cũng cao hơn.

3.7.3. Mức độ gắn kết giữa các nhóm lao động theo các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài công việc

Lao động có cảm nhận tích cực về các yếu tố môi trường ngoài công việc thì có mức độ gắn kết cao hơn những lao động có cảm nhận tiêu cực.

3.7.4. Mức độ gắn kết giữa các nhóm lao động theo một số yếu tố khác

CHƯƠNG 4. BÀN LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

4.1. Bàn luận kết quả nghiên cứu

4.1.1. Bàn luận về các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết

Thang đo nghiên cứu đề nghị ban đầu có 46 quan sát của 10 nhân tố thuộc môi trường công việc ảnh hưởng đến 3 thành phần của sự gắn kết. Qua phân tích nhân tố, kết quả có 42 quan sát thỏa mãn điều kiện và hội tụ về 8 nhân tố gồm: *quản lý trực tiếp, cơ hội thăng tiến, bản chất công việc, hỗ trợ công việc, môi trường làm việc* (gồm điều kiện làm việc và hòa nhập xã hội), *vai trò cá nhân, trách nhiệm xã hội và tiền lương*. Kết quả phân tích này phù hợp với một số nghiên cứu khác trong và ngoài nước như Perrin T.(2003), Thái Kim Phong (2011), Aon Hewitt (2015),

4.1.2. Bàn luận về các yếu tố tác động đến mức độ ảnh hưởng của các nhân tố môi trường công việc đến sự gắn kết

- *Các đặc điểm nhân khẩu học*:

Quan niệm nam giới là trụ cột gia đình ở Việt Nam vẫn còn tồn tại trong xã hội ngày nay, vì vậy, trong công việc, đối với nam giới, tiền lương là yếu tố rất quan trọng để họ có thể khẳng định vị thế của mình trong gia đình và xã hội. Cũng theo quan niệm này, nam giới thường được cho là quyết đoán và mạnh mẽ, lòng tự tôn và nhu cầu thể hiện bản thân cao hơn nữ giới, vì vậy họ quan tâm nhiều đến vai trò cá nhân trong công việc.

Xét về độ tuổi, đối với lao động dưới 25 tuổi, các nhân tố *Vai trò cá nhân* và *Hỗ trợ công việc* ảnh hưởng nhiều đến các thành phần sự gắn kết. Những lao động ở độ tuổi này thường mới trải qua quá trình đào tạo, ít kinh nghiệm và chưa có nhiều trải nghiệm trong cuộc sống và công việc. Hơn nữa, công việc của ngành lưu trú và ăn uống thường là các nghiệp vụ đòi hỏi kỹ năng. Vì vậy, họ cần hỗ trợ công việc từ cấp trên và đồng nghiệp. Ngoài ra, tuổi trẻ thường muốn thể hiện, một môi trường công việc đề cao vai trò cá nhân,

cho họ cơ hội để được thể hiện bản thân cũng là động lực khiến họ gắn kết hơn với doanh nghiệp. Đối với lao động 25 tuổi trở lên, các nhân tố *Môi trường làm việc*, *Tiền lương* và *Cơ hội phát triển* ảnh hưởng đến các thành phần sự gắn kết nhiều hơn so với các nhân tố khác. Ở độ tuổi này, người lao động thường muốn tìm một nơi làm việc ổn định, vì vậy họ quan tâm nhiều đến môi trường làm việc – nơi mà họ có thể dành nhiều thời gian và sự quan tâm bên cạnh gia đình. Cùng với đó, mức tiền lương công bằng và phù hợp cũng như cơ hội được phát triển bản thân trong quá trình làm việc sẽ là những yếu tố hàng đầu để họ quyết tâm gắn kết với doanh nghiệp.

- *Các yếu tố môi trường ngoài công việc:*

Hai nhân tố Vai trò cá nhân và Hỗ trợ công việc có sự khác biệt lớn giữa nhóm lao động có cảm nhận tích cực và nhóm lao động có cảm nhận tiêu cực đối với môi trường ngoài công việc. Thống kê cho thấy chỉ có 35% người lao động được khảo sát cảm nhận môi trường sống tiêu cực nhưng 67,3% trong số đó làm việc ở bộ phận lao động trực tiếp. Gắn kết quả nghiên cứu này với điều kiện thực tế, có thể hiểu rằng: (1) lao động trực tiếp trong các doanh nghiệp lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ rất cần sự hỗ trợ trong công việc từ những người quản lý trực tiếp và những đồng nghiệp. Sự hỗ trợ này không chỉ là mặt chuyên môn nghiệp vụ mà còn là sự cảm thông và sẵn lòng mỗi khi họ cần đến vì áp lực thời gian làm việc theo ca và điều kiện gia đình. Chính môi trường làm việc đó sẽ giúp họ gắn kết hơn với doanh nghiệp. (2) Mặc dù quan niệm xã hội đã có nhiều sự thay đổi nhưng lao động phục vụ trong các nhà hàng, khách sạn lâu nay vẫn ít nhiều chịu áp lực và dư luận xã hội, vì vậy việc doanh nghiệp tạo điều kiện để họ được thể hiện bản thân, khẳng định vị thế công việc của mình là yếu tố cần thiết để nâng cao sự gắn kết.

Như vậy, có sự khác nhau về các mối quan hệ trong mô hình nghiên cứu theo các đặc điểm nhân khẩu học và theo các yếu tố môi trường ngoài công việc. Kết quả nghiên cứu này tương đồng với các nghiên cứu của Zaniboni & cs. (2016), Soni Agrawal (2016) và Rothbard (1999), tuy nhiên, kết quả các nghiên cứu trên không có sự khác biệt theo đặc điểm về *Trình độ* như nghiên cứu này mà thay vào đó là *Tình trạng hôn nhân*.

4.1.3. Bàn luận về mức độ gắn kết của người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ

Tương đồng với một số nghiên cứu trước (Zaniboni và cộng sự, 2016; Soni Agrawal, 2016; Rothbard, 1999), kết quả nghiên cứu này cho thấy có sự khác nhau về mức độ gắn kết của người lao động theo các đặc điểm nhân khẩu học: Giới tính, độ tuổi, trình độ, thu nhập

và tình trạng hôn nhân. Những đòi hỏi khắt khe trong ngành như ngoại hình, sức khỏe, thời gian làm việc thường nam giới có lợi thế hơn nữ giới, vì vậy mức độ gắn kết cũng cao hơn.

Xét về thu nhập, thống kê chương 2 cho thấy thu nhập bình quân của lao động làm việc trong các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ là thấp. Đây là thực trạng chung của các doanh nghiệp nơi đây vì mức sống thấp và năng lực làm việc còn nhiều hạn chế. Với mức thu nhập bình quân của các lao động trong doanh nghiệp nói chung và thu nhập của lao động trong lĩnh vực kinh doanh lưu trú, ăn uống nói riêng của các doanh nghiệp trong vùng là 4-6 triệu đồng/tháng thì mức thu nhập trên 9 triệu đồng/tháng của một bộ phận lao động trong doanh nghiệp ở lĩnh vực này là khá cao. Hơn nữa, kết quả hồi quy cũng cho thấy “Tiền lương” là một trong các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết. Vì vậy, thu nhập cao là động lực để họ nỗ lực và cống hiến vì sự ghi nhận và mức thù lao xứng đáng mà doanh nghiệp trả cho họ nên thu nhập càng cao, mức độ gắn kết cũng càng cao.

4.2. Hàm ý chính sách để nâng cao sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ

4.2.1. Hàm ý chính sách đối với các yếu tố thuộc môi trường công việc

Tăng cường hỗ trợ công việc và đề cao vai trò cá nhân của người lao động.

Thường xuyên rà soát phân công công việc và thiết kế lại công việc phù hợp với chuyên môn và năng lực của người lao động, đồng thời xây dựng chính sách phát triển và định hướng nghề nghiệp rõ ràng.

Xây dựng chính sách tiền lương đảm bảo công bằng và thỏa đáng.

Cải thiện môi trường làm việc

4.2.2. Hàm ý chính sách đối với các yếu tố ngoài công việc

Đối với các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ, muốn xây dựng một đội ngũ lao động chất lượng, có năng lực và sự gắn kết cao, cần thiết phải có chính sách đãi ngộ thích hợp để người lao động không chỉ có cảm nhận tốt về môi trường bên trong công việc mà kể cả môi trường sống cũng được doanh nghiệp chú trọng để họ yên tâm hơn trong công tác và gắn kết hơn với công việc ở doanh nghiệp.

PHẦN IV. KẾT LUẬN

1. Điểm mới của luận án

Nghiên cứu sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp không phải là vấn đề mới ở Việt Nam và thế giới. Tuy nhiên, khi gắn với vùng Duyên hải Nam Trung Bộ và trong phạm vi các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống, luận án đã đạt được một số điểm mới:

- Luận án đã tổng quan những nghiên cứu nổi bật của thế giới và Việt Nam về sự gắn kết giữa người lao động với doanh nghiệp, làm rõ những mô hình nghiên cứu mà các học giả nước ngoài đề xuất, trên cơ sở đó xác định mô hình nghiên cứu của luận án. Luận án đã thiết lập được mô hình nghiên cứu riêng cho luận án với 10 nhân tố thuộc môi trường công việc. Ngoài ra, nghiên cứu xem xét sự tác động của các yếu tố môi trường ngoài công việc và đặc điểm nhân khẩu học người lao động đến mối quan hệ của các nhân tố môi trường công việc với 3 thành phần của sự gắn kết: gắn kết cảm xúc, gắn kết nhận thức và gắn kết hành vi. Trong đó:

+ Đối với 10 nhân tố môi trường công việc: có 8 nhân tố thường được đưa vào trong nhiều nghiên cứu trước và 2 nhân tố được đưa vào sau khi xem xét thực trạng lao động trong các doanh nghiệp vùng Duyên hải Nam Trung Bộ, thảo luận nhóm và hỏi ý kiến chuyên gia, đó là nhân tố “Tiền lương” và “Trách nhiệm xã hội”.

+ Đối với 4 yếu tố môi trường ngoài công việc: đây là các nhân tố được đưa vào xem xét dựa trên ý kiến người lao động và điều kiện thực tế mặc dù chỉ là các biến định danh, bao gồm: dịch vụ y tế địa phương, điều kiện đi lại, tệ nạn xã hội, môi trường sống tự nhiên.

- Luận án thực hiện nghiên cứu sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp, vấn đề nghiên cứu không mới nhưng cách tiếp cận đa diện về sự gắn kết, phương pháp phân tích sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính về 10 nhân tố môi trường công việc ảnh hưởng đến ba thành phần sự gắn kết ở một phạm vi nghiên cứu chưa được thực hiện trong các nghiên cứu trước là điểm mới ở nghiên cứu này.

- Luận án đã xây dựng thang đo sự gắn kết và thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp trên cơ sở kế thừa và phát triển phù hợp với bối cảnh người lao động làm việc trong các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ.

- Luận án đã xác định được 8 nhân tố môi trường công việc ảnh hưởng đến 3 thành phần sự gắn kết là: Mối quan hệ với người quản lý trực tiếp, Bản chất công việc, Hỗ trợ công việc, Vai trò cá nhân, Trách nhiệm xã hội, Môi trường làm việc, Tiền lương và Cơ hội phát triển.

- Luận án xác định mức độ ảnh hưởng của 7 nhân tố thuộc môi trường công việc đến các thành phần sự gắn kết của người lao động trong các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống ở khu vực Duyên hải Nam Trung Bộ. Nghiên cứu cũng đo lường mức độ gắn kết của người lao động theo đặc điểm nhân khẩu học của người lao động. Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cho thấy khi người lao động sống trong điều kiện môi trường (ngoài công việc) khác nhau thì mức độ gắn kết cũng khác nhau. Các nhân tố thuộc môi trường ngoài công việc được đưa vào xem xét là: ô nhiễm môi trường, tệ nạn xã hội, điều kiện di chuyển và khả năng tiếp cận dịch vụ y tế. Nhóm lao động có đánh giá càng tích cực về các yếu tố này thì mức gắn kết thành phần cũng càng cao.

- Nghiên cứu đã chỉ ra có sự khác nhau về mức độ ảnh hưởng của các nhân tố môi trường công việc đến các thành phần sự gắn kết theo các đặc điểm nhân khẩu học và theo các yếu tố môi trường ngoài công việc. Đối với các doanh nghiệp lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ, kết quả nghiên cứu này mang lại ý nghĩa thực tiễn sâu sắc trong công tác quản trị nhân lực của doanh nghiệp và phát triển nguồn nhân lực du lịch của các địa phương trong vùng.

- Bằng phân tích Anova và T-test, nghiên cứu đã chỉ ra sự khác nhau về mức độ gắn kết người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ theo các đặc điểm nhân khẩu học và theo các yếu tố môi trường bên ngoài công việc. Kết quả nghiên cứu này là cơ sở khoa học để xây dựng và thực thi các chính sách nhân sự hợp lý trong phát triển nguồn nhân lực các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống và cho ngành du lịch ở các tỉnh thành trong vùng Duyên hải Nam Trung Bộ.

2. Kết luận rút ra từ kết quả nghiên cứu

Nhằm góp phần giải quyết những khoảng trống về mặt lý luận và thực tiễn được chỉ ra trong quá trình tổng quan tài liệu nghiên cứu, luận án với đề tài “*Nghiên cứu sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ*” được hoàn thành dựa trên sự kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng và đã đạt được một số kết quả sau:

(1) Các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết và thang đo của các nhân tố này đã được nhiều nghiên cứu trong nước và trên thế giới sử dụng, nghiên cứu này đã kế thừa, hiệu chỉnh và bổ sung cho phù hợp với thực tế của địa bàn nghiên cứu. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết sử dụng trong nghiên cứu này gồm: mối quan hệ với người quản lý trực tiếp, hỗ trợ công việc, sự ghi nhận, cơ hội thăng tiến, hòa nhập xã hội của doanh nghiệp, vai trò cá nhân, điều kiện làm việc, bản chất công việc, trách nhiệm xã hội và tiền lương.

(2) Kết quả phân tích nhân tố các nhân tố ảnh hưởng đến các thành phần sự gắn kết với thang đo gồm 42 quan sát hội tụ về 8 nhân tố: *Mối quan hệ với người quản lý trực tiếp, Hỗ trợ công việc, Cơ hội thăng tiến, Môi trường làm việc, Bản chất công việc, Trách nhiệm xã hội, Vai trò cá nhân* và *Tiền lương*. Trong đó, thang đo nhân tố *Sự ghi nhận* bị loại vì không đạt điều kiện của giá trị phân biệt và độ hội tụ. Các thành phần của thang đo “Hòa nhập xã hội” hội tụ về nhóm thang đo của nhân tố *Điều kiện làm việc*, vì vậy nghiên cứu đặt tên lại cho nhân tố này là *Môi trường làm việc*, trong đó bao gồm cả điều kiện vật chất và điều kiện tinh thần.

(3) Mô hình kết quả nghiên cứu điều chỉnh không còn nhân tố *Trách nhiệm xã hội*. Ngoài ra, chỉ còn 2 nhân tố tác động lên cả 3 thành phần của sự gắn kết là *Hỗ trợ công việc* và *Vai trò cá nhân*. Bên cạnh đó, các nhân tố *Tiền lương* và *Cơ hội phát triển* chỉ tác động lên 2 thành phần *Gắn kết nhận thức* và *Gắn kết cảm xúc*. Nhân tố *Bản chất công việc* tác động lên 2 thành phần *Gắn kết hành vi* và *Gắn kết cảm xúc*. Ngoài ra, nhân tố *Quản lý trực tiếp* chỉ tác động đến thành phần *Gắn kết nhận thức* và nhân tố *Môi trường làm việc* chỉ tác động lên thành phần *Gắn kết cảm xúc*.

(4) Các đặc điểm nhân khẩu học của người lao động gồm *Giới tính, Độ tuổi, Trình độ* và *Thu nhập* có tác động đến mức độ ảnh hưởng của các nhân tố môi trường công việc đến các thành phần sự gắn kết. Đối với nam giới, *Vai trò cá nhân, Tiền lương* và *Hỗ trợ công việc* là những nhân tố ảnh hưởng lớn đến sự gắn kết với các hệ số ước lượng cao, trong khi đó, đối với nữ giới, *Môi trường làm việc, Bản chất công việc* và *Cơ hội phát triển* mới là nhân tố đáng quan tâm. Đối với lao động dưới 25 tuổi, các nhân tố *Vai trò cá nhân* và *Hỗ trợ công việc* ảnh hưởng nhiều đến các thành phần sự gắn kết và các nhân tố *Môi trường làm việc, Tiền lương* và *Cơ hội phát triển* ảnh hưởng nhiều đến các thành phần sự gắn kết đối với lao động 25 tuổi trở lên. Đối với nhóm lao động có trình độ dưới đại học, nhân tố *Vai trò cá nhân* tác động đến các thành phần *Gắn kết nhận thức* và *Gắn kết hành vi* với hệ số ước lượng cao hơn rất nhiều so với nhóm lao động có trình độ đại học trở lên.

(5) Có sự tác động của các yếu tố môi trường ngoài công việc đến mối quan hệ giữa các nhân tố thuộc môi trường công việc với các thành phần sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ. *Vai trò cá nhân, Môi trường làm việc* và *Tiền lương* có ảnh hưởng lớn hơn đến các thành phần sự gắn kết đối với những người lao động có môi trường sống ô nhiễm và điều kiện đi lại khó khăn so với những lao động có môi trường sống trong lành và điều kiện đi lại thuận lợi.

(6) Có sự khác nhau về mức độ gắn kết của người lao động theo các nhóm yếu tố thuộc đặc điểm cá nhân: giới tính, độ tuổi, thu nhập, trình độ và tình trạng hôn nhân. Lao động nam có mức độ gắn kết cảm xúc và gắn kết nhận thức cao hơn lao động nữ. Nhóm lao động có độ tuổi cao, trình độ cao hơn thì mức độ gắn kết cũng cao hơn. Ngoài ra, lao động có thu nhập càng cao thì mức độ gắn kết cũng càng cao.

(7) Ngoài việc xem xét các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết, nghiên cứu cũng đã thống kê về mức độ gắn kết giữa các nhóm lao động có đánh giá khác nhau về các yếu tố thuộc môi trường ngoài công việc: mức độ ô nhiễm môi trường, tệ nạn xã hội, điều kiện đi lại và khả năng tiếp cận dịch vụ y tế địa phương. Kết quả cho thấy nhóm lao động có đánh giá càng tích cực về các yếu tố này thì mức độ gắn kết thành phần cũng càng cao.

(8) Một số yếu tố khác có khả năng ảnh hưởng đến sự gắn kết cũng được đưa vào xem xét: khả năng sử dụng ngoại ngữ, bộ phận làm việc, lĩnh vực kinh doanh của doanh nghiệp, loại hình doanh nghiệp và tình thành làm việc của lao động. Kết quả thống kê cho thấy những người sử dụng ngoại ngữ càng tốt thì mức độ gắn kết càng cao. Thống kê cũng cho thấy không có sự khác nhau nhiều về mức độ gắn kết giữa những lao động phục vụ lưu trú, phục vụ ăn uống hay hành chính, nhưng những nhóm lao động này có mức độ gắn kết cao hơn nhóm lao động quản lý. Theo đó, lao động làm việc trong các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực lưu trú hay dịch vụ ăn uống hay cả hai thì cũng không có sự khác nhau về mức độ gắn kết. Tuy nhiên, những lao động làm việc trong doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài thì có mức độ gắn kết cao hơn các loại hình doanh nghiệp khác. Ngoài ra, những địa phương có kinh tế nói chung và ngành du lịch nói riêng phát triển hơn thì mức độ gắn kết của người lao động trong lĩnh vực lưu trú, ăn uống cũng cao hơn.

(9) Trên cơ sở kết quả nghiên cứu được, tác giả đã thảo luận và đưa ra một số hàm ý chính sách nhằm nâng cao sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung Bộ.

3. Hạn chế của nghiên cứu và kiến nghị về hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu sự gắn kết của người lao động vùng Duyên hải Nam Trung Bộ nhưng 427 phiếu khảo sát chỉ được thực hiện ở 4/8 tỉnh trong Vùng. Vì vậy tính đại diện sẽ không cao bằng việc thực hiện với cỡ mẫu lớn hơn và được khảo sát lao động ở cả 8 tỉnh trong vùng. Ngoài ra, với mức phân phối mẫu khảo sát gồm 110 phiếu khảo sát ở mỗi tỉnh thành, với phương pháp chọn mẫu thuận tiện, vì vậy khó có thể đạt đủ số lượng mẫu để có những phân tích sâu hơn trong mỗi nhóm đối tượng khảo sát theo các tiêu thức khác nhau.

Nghiên cứu này đã xác định 3 thành phần của sự gắn kết và xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết. Kết quả này chỉ mới dừng lại ở việc kiểm định mối quan hệ từ nhận thức đến thái độ của người lao động trong doanh nghiệp. Hướng mở ra cho các nghiên cứu tiếp theo là tiếp tục kiểm định mối quan hệ từ thái độ đến hành vi của người lao động và các kết quả doanh nghiệp đạt được.

**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH CÔNG BỐ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN
ĐẾN ĐỀ TÀI CỦA LUẬN ÁN**

1. Nguyễn Thị Kim Ánh (2013), Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của người lao động tại các doanh nghiệp ở Bình Định, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, số 406, tháng 7 năm 2013, trang 31-36.
2. Nguyễn Thị Kim Ánh (2013), Nâng cao năng suất lao động tại các doanh nghiệp ở Bình Định, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, số cuối tháng 4 năm 2016, trang 55-57.
3. Nguyễn Thị Kim Ánh (2013), Quan hệ giữa trách nhiệm xã hội và sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp vùng Duyên hải Nam Trung bộ, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, số cuối tháng 2 năm 2016, trang 37-39.
4. Nguyễn Thị Kim Ánh (2014), Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả sử dụng lao động của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Bình Định, *Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Trường*, Chủ nhiệm đề tài.
5. Đỗ Ngọc Mỹ và Nguyễn Thị Kim Ánh (2016), Nghiên cứu sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp vùng Tây Nguyên, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học Quốc gia năm 2016: Phát triển Kinh tế - Xã hội vùng Tây Nguyên*, trang 570-579.
6. Nguyễn Thị Kim Ánh và Nguyễn Thị Minh Hòa (2017), Sự gắn kết của người lao động với tổ chức: tổng quan và mô hình nghiên cứu đề xuất, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học Quốc gia: Khoa học quản trị và kinh doanh lần thứ VI*, trang 484-491.
7. Nguyễn Thị Kim Ánh và Nguyễn Thị Minh Hòa (2018), Ảnh hưởng của trách nhiệm xã hội đến niềm tin thương hiệu – Trường hợp dịch vụ vận tải khách thương hiệu Phúc Thuận Thảo, *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, Tập 127, Số 5A, 2018, Tr. 53-71.
8. Nguyễn Thị Kim Ánh, Nguyễn Thị Minh Hòa và Đỗ Ngọc Mỹ (2018), Thực trạng sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú và ăn uống vùng Duyên hải Nam trung bộ, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, số 522 tháng 8/2018.
9. Nguyễn Thị Kim Ánh (2018), Các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết người lao động với doanh nghiệp kinh doanh lưu trú, ăn uống vùng Duyên hải Nam Trung bộ, *Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển*, tập 127, số 5A, năm 2018, 185-198.

PART I. INTRODUCTION

1. The urgency of the topic

Many studies related to employee behavior in the organization have been conducted such as research on work motivation (Maslow, 1943; McClelland, 1965; Herzberg, 1968; Ryan & Deci, 2000; Kruse K., 2013), employee satisfaction with the factors in work environment (Locke EA, 1976); Kalleberg A. L., 1977; Macdonald S. & MacIntyre P., 1997), or the relationship between job satisfaction, cohesion and employee loyalty (Smith et al., 1969; Harter et al., 2002; Berry ML, 2010). There are studies related to employee engagement but focus on understanding the relationship between engagement and intention to leave the organization, revenue and profitability of the enterprise (Perrin T., 2003; Hewitt Associates, 2004; The Segal Group Inc., 2006d; Ellis CM & Sorensen A., 2007; Koonmee K. & Virakul B., 2007; Kumar V. & Pansari A., 2015).

Case studies of employee engagement with organizations include Kahn (1990), Perrin T. (2003), Lookwood (2007), Macey W.H. and Schneider B. (2008), Berry M. L. (2010) The Aon Hewitt (2016). A general assessment of these studies is that studies mostly focused on factors in work environment such as supervisor, the nature of the work, working conditions, ... (Macey WH & Schneider B., 2008; Berry ML, 2010; The Aon Hewitt, 2016). Factors of non-work environment, personal characteristics and demographic factors are limited. In addition, many foreign studies focus on the three components of engagement: emotional engagement, cognitive engagement and behavioral engagement (Lockwood NR, 2007; Macey WH and Schneider B., 2008; Sundaray KB , 2011; Soni Agrawal, 2016) but very few domestic studies mention the impact of factors on the three components of emotional attachment, cognitive engagement and behavioral engagement (Thu et al., 2016; Hang et al., 2015; Phong, 2011). Moreover, domestic studies do not pay much attention to social factors in the working environment (discrimination, harmonization) and social responsibility of enterprises such as Anh et al. (2013), Hang et al. (2015), Thu et al. (2016).

How to build a core team of people who are truly engaged with the business: loves the work, has faith and is willing to work hard for the goals of the business, which is always a python issue of managers in accommodation and food & beverage in South central Coast region. Therefore, studying employee engagement with accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region is a very urgent issue in the current period.

2. Scientific and practical significance of the thesis topic

2.1. Scientific significance

Firstly, the results of building the scale have contributed to the development of the coherence theory model and factors affecting the cohesion that the previous scales have been proposed and tested in other contexts in the studies.

Secondly, the study used qualitative research methods, with a combination of group discussions, expert consultation, trial interviews so a scale of factors affecting cohesion was established. It reflects comprehensively and objectively to the study area, while overcoming the disadvantages in the scales that previous studies have pointed out.

Third, cohesion is considered in a multifaceted way including cognitive, emotional, and behavioral engagement components.

2.2. Practical significance

Firstly, the study has great practical significance for administrators because the results reflect quite comprehensively and objectively the level of employee engagement with the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region.

Secondly, studying the influence of factors on employee engagement in different contexts with different approaches will help human resource managers to have a more comprehensive view in human resource policy making.

Thirdly, based on the results of the study, the management implications of improving level of employee engagement are proposed as a reference not only for the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region but also also for different localities needed to improve the employee engagement.

3. Research objectives

** General research objectives:*

Studying the employee engagement with with the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region, based on that, proposing policy implications to enhance employee engagement with the business.

** Specific research objectives:*

- Systematize theories about the employee engagement and factors affecting the employee engagement with enterprises.

- Determining the components of the employee engagement, the influencing factor and the level of influence of each work environment factor on the employee engagement components with the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central

Coast region.

- Finding out whether there are differences in the influence of work environment factors to employee engagement with the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region according to demographic characteristics and non-work environment.

- Finding out whether there are differences in the level of employee engagement with the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region according to demographic characteristics and non-work environment.

- Proposing the policy implies to improve the employee engagement to with the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region.

4. Research subjects

The employee engagement and factors affecting employee engagement with the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region.

5. Scope of research

The research surveyed employees working in the the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region. Secondary datas were collected for analyses from 2013 to 2017. Primary datas collected by group discussion, expert consultation and employee surveys were conducted in 2018. The survey participants are employees working in accommodation enterprises (rated at least 3 stars) and food & beverage enterprises (restaurants) in the South Central Coast region.

6. The structure of the thesis

Part I. Introduction

Part II. Overview of research on employee engagement with businesses

Part III. Content and research results

Chapter 1. Rationale for employee engagement with the accommodation and food & beverage enterprises

Chapter 2. Characteristics of research sites and research methods

Chapter 3. Research results

Chapter 4. Discussion of research results and policy implications

Part IV. Conclusion

PART II. OVERVIEW OF RESEARCH ON EMPLOYEE ENGAGEMENT WITH BUSINESSES

1. Overview of studies in the world

1.1. Research views on employee engagement

Recently, the concept of employee engagement is a positive attitude of employees towards the work, values and operations of the business. Employees are aware of the business context and interacts with colleagues to improve work efficiency for the benefit of the business. In contrast, businesses must nurture, maintain, and develop employee engagement because engagement requires a two-way relationship between business and employees (Lockwood NR, 2007; Macey WH and Schneider). B., 2008; Sundaray KB, 2011; Soni Agrawal, 2016).

1.2. Approaches to employee engagement with businesses

There are two approaches to employee engagement in studies in the world identified: (1) employee engagement is a single structure: emotional engagement or cognitive engagement or behavioral engagement ; and (2) employee engagement is a multi-faceted structure of 3 components: cognitive engagement, emotional engagement and behavioral engagement.

1.3. Factors affecting the employee engagement with businesses in researches around the world

Factors affecting to employee engagement in the previous studies are divided into 4 groups of factors: (1) work environment factors, (2) personal factors, (3) demographic factors and (4) non-work environmental factors.

1.4. Research models for employee engagement with the organization

The study of employee engagement with enterprises in previous studies often focused on three contents: (1) components of engagement; (2) factors affecting engagement and (3) the effect of engagement on firm outputs.

1.4.1. Research model of Macey W.H. and Schneider B. (2008).

Research model of Macey W.H. and Schneider B. (2008) was approached multi-faceted engagement with three components of engagement: cognitive engagement, emotional engagement, behavioral engagement.

1.4.2. Research model of Berry M. L. (2010)

Research model of Berry M. L. (2010) considers employee satisfaction as an intermediate variable in the relationship between employee engagement and intention to leave the organization.

1.4.3. Research model of Sundaray K. B. (2011)

The research model of Sundaray K. B. (2011) has 12 factors affecting cohesion. These factors can be used for all businesses, regardless of industry, but the level of impact of each factor is different.

1.4.4. Research model of The Aon Hewitt (2016)

The Aon Hewitt (2016) used the engagement structure of Macey WH & Schneider B. (2008) to include emotions, perceptions and behaviors that lead to better performance to measure employee engagement through what employees say about the business; how long the employee stays with the business; and how employees strive to achieve high performance.

2. Overview of domestic studies

Some coherence studies had been approached in a unitary manner, such as Hang et al. (2015), Thu et al. (2016). Some other studies approached in a multifaceted way with cohesion including 2 or 3 components of cognitive, emotional and behavioral engagement such as Phong (2011), Anh et al. (2013).

Domestic studies considered at employee engagement within a firm (Anh et al, 2013), a locality (Phong, 2011) or a business sector (Khai et al, 2015). Studies focused on identifying and measuring the influence of factors on engagement. The main factors mentioned in domestic studies were the work environment factors. The authors used EFA to determine the influencing factors and used the regression function to measure the degree of influence of factors on employee engagement.

3. Identify research opportunities of the thesis

3.1. Identify cohesive components

The review shows that multi-dimensional research directions are often used to identify the components of employee engagement, the factors that influence employee engagement and measure the level of employee engagement with businesses. That research integrated all three components of employee engagement with the business is considered more comprehensively. Therefore, this research will approach employee engagement in a multifaceted direction with three components: cognitive engagement, emotional engagement and behavioral engagement.

3.2. Identify factors affecting employee engagement with the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region

On the basis of inheriting the theoretical system and previous research results, this study identified the scope of the study: the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region. The overall research results show that when considering

factors affecting engagement, the previous studies only focused on factors of the work environment and personal factors (psychology, culture, personality, ...) but not much research considered demographic factors (age, gender, ...) and factors outside the work environment. Therefore, in this study, 3 groups of factors affecting employee engagement are considered: (1) factors of work environment (including organizational and working factors), (2) factors outside the work environment (health, education, etc.) and (3) demographic factors (gender, age, ...).

3.3. Identify the object, content and methods to measure the employee engagement and influence of factors on employee engagement with the enterprises

The object of the study is the employee engagement with businesses, which considers to 3 components: cognitive engagement, emotional engagement and behavioral engagement. In addition to identifying and measuring factors in the work environment that affect employee engagement, the study considers the influence of factors outside the work environment and demographic characteristics of employees.

PART III. CONTENTS AND RESULTS OF THE STUDY

Chapter 1. THEORETICAL BASIS ON THE EMPLOYEE ENGAGEMENT WITH THE ACCOMMODATION AND FOOD & BEVERAGE ENTERPRISES IN THE SOUTH CENTRAL COAST REGION

1.1. The employee engagement with businesses

1.1.1. Concept

There are different views about engagement. Legge K. (1995) argued that employee engagement is completely different from patient obedience, which is considered a characteristic of traditional HR management. Obedience maintained by an imposed control system leads to a reaction rather than active and proactive feedback behaviors at work. In contrast, engagement is built on trust in a mutually trusting work environment.

Perrin T. (2003) defined employee engagement as the willingness and ability to help businesses succeed at a high level by free efforts on a sustainable basis. This engagement is influenced by emotional and cognitive factors related to the work and overall work experience. According to Robinson D., Perryman S. & Hayday S. (2004), employee engagement is a positive attitude of employees towards the business and values of the business. A cohesive employee is aware of the business context, working with colleagues to improve work efficiency for the benefit of the business. The Segal Group Inc. (2006d)

defines employee engagement with businesses as employees who know what to do and want to do the job. The Segal Group Inc. (2006d) explain that knowing what to do means having a desire to work, understanding a company's vision, and an understanding of job expectations. Also wanting to work includes job satisfaction and being inspired to do the job.

Based on the conceptual analysis of the employee engagement of the above authors, the coherence point of this study is the positive attitude of employees to work in the enterprise. That positive attitude is expressed through positive emotions in the work environment; positive awareness about work and business; pride, trust and desire to strive for the goal of the business.

1.1.2. Components of employee engagement with the business

Emotional engagement, cognitive engagement and behavioral engagement.

1.1.3. Factors affecting employee engagement with the business

The theoretical framework of Patton W. & McMahon M. (1999) on factors affecting the working and development process of workers was divided into 3 groups: (1) demographic characteristics: age, gender, education, income, marital status, ...; (2) work environment factors: compensation, working conditions, training opportunities, career development, social inclusion, personal roles, ...; (3) non-work environmental factors: local health services, social evils, natural habitats, traffic conditions, etc.

Zaniboni et al. (2016) suggested that age has an impact on the employee engagement and older people have a higher level of engagement than young people. Soni Agrawal (2016) also showed the influence of age on the employee engagement. In addition, differences in level of engagement by sex and marital status were also found in Rothbard (1999).

Kahn (1990) has referred to the outside-work environment factors. Kahn (1990) argues that outside-work environment factors were likely to affect psychology in the course of their work. When employees were too concerned about life issues, they could not focus on their work and could not invest all their work in the organization. Hall & Richter (1989) also attested to this distraction when studying the boundary between work and family.

1.2. Accommodation and food & beverage businesses

1.2.1. Accommodation business

Accommodation business is a business that provides short-term accommodation facilities for people in need (business, tourism ...). In addition, accommodation service business also includes long-term forms for students and workers. Within the scope of this study, accommodation business is limited to providing short-term accommodation facilities,

also known as tourist accommodation establishments.

1.2.2. Food & beverage business

According to the Food Safety Law of Vietnam (2010): “Food service establishments are food processing establishments including shops, food stall, instant food, restaurants, establishments processing ready meals, canteen and collective kitchens”. Within the scope of this study, only the survey of employees in restaurants.

1.2.3. Labor characteristics in the field of accommodation food & beverage business

Employees in the accommodation and food & beverage business have the following characteristics:

- Labor includes servicing labors and manufacturing labors, in which servicing labors account for a large proportion.
- Labor is highly specialized.
- Working time depends on customers' time and consumption characteristics.
- The rate of young labors, female labors, seasonal labors is higher than industry and agriculture.
- Labor intensity in some parts may not be high, but it is often subject to great psychological pressure.

1.3. The employee engagement with the accommodation and food & beverage enterprises

The employee engagement with the accommodation food & beverage enterprises is understood as the positive attitude of the employee to work in the accommodation and food & beverage enterprises. A positive attitude is expressed through positive emotions, positive perceptions and the best efforts for the goals of the accommodation and food & beverage enterprises that the employee works. The employee engagement with the accommodation and food & beverage enterprises is approached in a multifaceted way with three components: cognitive engagement, emotional engagement and behavioral engagement that will help the study has a more holistic view about aspects of employee engagement. In addition, to the work environment factors that are often considered in previous studies, when studying the factors affecting the association of employees with the accommodation and food & beverage enterprises, environmental factors outside of work demographic characteristics should be considered.

CHAPTER 2. CHARACTERISTICS OF THE STUDY AREA AND RESEARCH METHODS

2.1. Characteristics of the study area

2.1.1. Overview of enterprises and employees in enterprises in the South Central Coast region

As of December 31, 2016, the whole region had 37,700 operating enterprises, accounting for 7.46% of the total number of enterprises nationwide. The number of employees in enterprises in the South Central Coast region is also unevenly distributed among provinces and cities (Table 2.2). As of December 31, 2016, the whole region had 958,110 employees working in enterprises, accounting for 6.8% of the total number of employees in enterprises nationwide. The largest number of employees in Da Nang is 320,249, followed by Khanh Hoa with 168,898 and Quang Nam with 124,357 employees.

2.1.2. Overview of enterprises and employees in the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region

2.1.2.1. Overview of accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region

The South Central Coast is the major economic region of the Central Region. As of December 31, 2016, there were 2,814 businesses dealing in accommodation and food & beverage, accounting for 14.23% of the whole country. Among 8 provinces in the South Central Coast region, as of December 31, 2016, Da Nang and Khanh Hoa had the most active accommodation and food & beverage businesses with 961 and 802 businesses, accounting for respectively 34.5% and 28.2% of total businesses of the same sector of the region. Ninh Thuan has the lowest with 75 enterprises accounting for 2.7% (Vietnam Statistical Yearbook, 2017).

2.1.2.2. Overview of labor and employment in accommodation and catering businesses in the South Central Coast region

The total number of employees working in the accommodation and food & beverage enterprises in this region as of December 31, 2016 was 62,853 employees, accounting for 18.6% of the labor force in the businesses operating in the field of the whole country. The percentage of female workers working in these enterprises is greater than (>50%).

2.1.3. Difficulties in employing labor in accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region

- Labor quality does not meet job requirements; High rate of jumping ship; Lack of labor in managerial positions.

2.2. Research method

2.2.1. Research process

2.2.2. Qualitative research

2.2.2.1. Building research models and research hypotheses

Synthesis of documents, group discussions, expert consultants, synthesis and proposal of research models.

2.2.2.2. Building scale

Document synthesis with group discussion and trial survey methods.

- For 10 factors in the work environment: (1) supervisor, (2) development opportunities, (3) job support, (4) the nature of the job, (5) recognition, (6) working conditions, (7) social inclusion, (8) personal roles, (9) social responsibilities and (10) wages.

- For demographic characteristics: gender, age, degree, income and marital status.

- For non-work environmental factors: environmental pollution, social evils, travel conditions and access to local health services.

- For scales of employee engagement components: emotional, cognitive and behavioral cohesion.

2.2.3. Quantitative research

2.2.3.1. Data collection methods

- Secondary data: secondary data is collected through sources such as statistical yearbooks; library; book; specialized magazines; ...

- Primary data: primary data collected through the survey of employees in the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region.

2.2.3.2. Sampling method

- Sample size and sampling method:

Using the formula of Cochran W. G. (1977), the necessary sample size is n must be greater than 384. To prevent unsatisfactory survey questionnaires, the study selected the sample size of 440.

Table 2.13. Number of surveys conducted in each selected province

Category	Number of enterprises (enterprise)	Male (person)	Female (person)	Total (person)
1. Labor in the accommodation enterprise	3	33	41	74
3 stars	1	11	14	25
4 stars	1	11	14	25
5 stars	1	11	13	24
2. Labor in the food & beverage enterprise	2	14	22	36
Tông	5	47	63	110

(Source: Distributed author, 2018)

- Survey questionnaire design:

2.2.3.3. *Methods of analysis*

Descriptive statistical method, comparison method, measurement of scale reliability, factor analysis, testing of research hypotheses: using linear structure model (SEM), multi-group analysis, One-way Anova analysis, Independent-samples T-test analysis.

CHAPTER 3. RESEARCH RESULTS

3.1. Described samples

The total number of survey questionnaires issued was 440. The total number of questionnaires collected is 440. The number of questionnaires to be used is 427. There were 13 incomplete questionnaires for mandatory information.

The characteristics of labors in the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region are young and higher percentage of female labors than male ones, so the number of employees surveyed in this study are mainly under 35, accounting for 79.9%, and higher proportion of females, accounting for 57.6% of the total. In terms of structure by qualification, the survey was conducted with many employees in different educational groups, in which the highest proportion of employees with university or higher education accounted for 39.8%. Employees work in different departments: administrative staff, managers, serving staff in accommodation and food & beverage enterprises. The common income of the employees surveyed in this study is from 3 to 6 million VND/month (42.2%) and most of them are still single (68.8%).

3.2. Reliability of the scale

3.2.1. The reliability of the scale of factors affecting the employee engagement with accommodation and catering businesses in the South Central Coast region

The scale ensures reliability

3.2.2. The reliability of the scale of components of employee engagement with accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region

The scale ensures reliability

3.3. Components of employee engagement and factors affecting the employee engagement with the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region

3.3.1. Exploratory factor analysis the components of employee engagement and the factors that influence engagement

With 58 items in 10 factors and 3 components proposed from the research model, after 2 steps of exploratory factor analysis (EFA), there are only 54 items had satisfying factor loading and converge on 11 groups.

3.3.2. Confirmatory factor analysis confirm employee engagement components and the factors affecting employee engagement

Confirmatory factor analysis (CFA) confirms the scale of factors affecting the employee engagement and employee engagement components according to the composite reliability (CR) and the average variance extracted (AVE) are both valid greater than 0.5. Maximum shared variance (MSV) is less than AVE. So the scale is reliable. The coefficient of conformity assessment of the model is presented in Table 3.10. The results of CFA confirm that the CFI coefficients are 0.946 (greater than 0.9), CMIN / DF equals 1.615 (less than 3), RMSEA equals 0.038 (less than 0.05), P equals 0.000. In addition, the standardized root mean square residual (SRMR) is equal to 0.0424 (less than 0.05). Therefore, the model is considered suitable for the surveyed data.

3.4. Influence of factors on components of employee engagement with accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region

3.4.1. The appropriateness of the measurement model

The results of analysis of a structural model have CFI equal 0.944 (greater than 0.9), GFI equal 0.841 (greater than 0.8), CMIN/DF equal 1.642 (less than 3), RMSEA equal 0.039 (less than 0.05), p equal 0.000. In addition, the standardized root mean square residual (SRMR) is equal to 0.0484 (less than 0.05). Therefore, the model is considered suitable for the survey data.

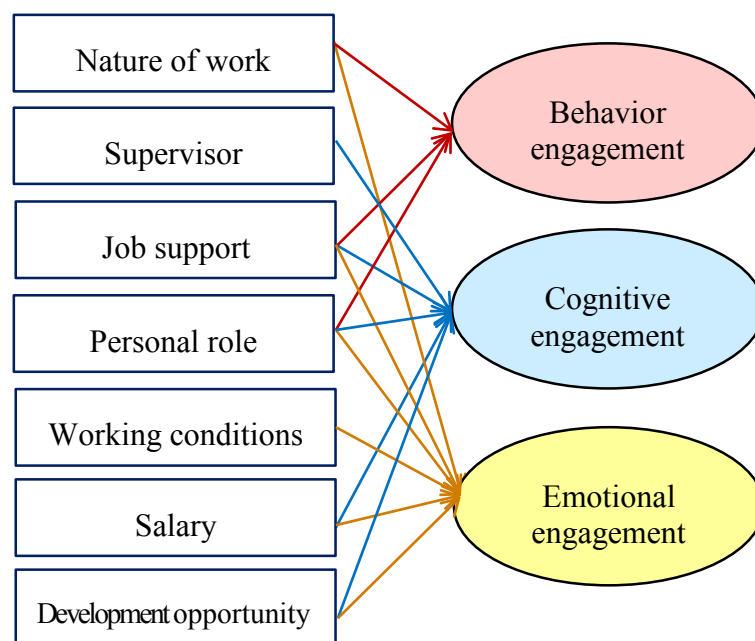
3.4.2. The degree of influence of factors on the components of employee engagement

Table 3.12. The degree of influence of factors on the components employee engagement

Correlation		HSUL chưa chuẩn hóa	HSUL chuẩn hóa	Giá trị p	Độ lệch chuẩn
Emotional engagement	<--- Working conditions	0,200	0,182	0,015	0,004
Cognitive engagement	<--- Supervisor	-0,185	-0,165	0,007	0,003
Behavior engagement	<--- Nature of work	0,232	0,234	0,002	0,004
Emotional engagement	<--- Nature of work	0,175	0,173	0,007	0,003
Behavior engagement	<--- Personal role	0,369	0,319	***	0,005
Cognitive engagement	<--- Personal role	0,453	0,347	***	0,005
Emotional engagement	<--- Personal role	0,179	0,151	0,047	0,004
Cognitive engagement	<--- Salary	0,228	0,181	0,006	0,004
Behavior engagement	<--- Job support	0,281	0,275	***	0,004
Cognitive engagement	<--- Job support	0,182	0,158	0,028	0,004
Emotional engagement	<--- Job support	0,192	0,183	0,006	0,003
Cognitive engagement	<--- Development opportunity	0,310	0,249	0,003	0,005
Emotional engagement	<--- Development opportunity	0,221	0,196	0,010	0,004

(Source: Extracted from data processing results, 2018)

3.4.3. Modeling results factors that influence employee engagement



(Source: Extracted from data processing results, 2018)

Figure 3.3. Modeling results factors that influence employee engagement

3.5. Test the differences in influence level according to demographic characteristics

The study has conducted multi-group analysis for the invariant model and variable model based on the demographic characteristics of employee, the Chi square test (Chi Sq) is as follows:

Table 3.13. Test the difference Chi square of the variable model and immutable model according to demographic characteristics

Criteria	Variable model		Immutable model		Differences			Select
	Chi Sq	df	Chi Sq	df	Chi Sq	df	p	
1. Gender	3,908	2,640	3,933	2,654	25	14	0,034	VM
2. Age	3,900	2,640	3,936	2,654	36	14	0,001	VM
3. Qualification	3,942	2,640	3,985	2,654	43	14	0,000	VM
4. Income	3,905	2,640	3,928	2,654	13	14	0,060	VM
5. Marital status	4,235	2,640	4,252	2,654	17	14	0,256	IM

(Source: Extracted from data processing results, 2018)

3.6. Testing the difference in the influence level according to outside environment factors

Table 3.17. Test the difference Chi square of the variable model and invariant model according to non-work environmental factors

Criteria	Variable model (VM)		Immutable model (IM)		Differences			Select
	ChiSq	df	ChiSq	df	ChiSq	df	p	
1. Environmental pollution	4,075	2,640	4,100	2,654	25	14	0,034	VM
2. Social evils	4,018	2,640	4,054	2,654	36	14	0,001	VM
3. Travel conditions	4.022	2,640	4,046	2,654	24	14	0,046	VM
4. Access to local health services	4.023	2,640	4,041	2,654	18	14	0,206	IM

(Source: Extracted from data processing results, 2018)

3.7. The degree of the employee engagement in the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region

3.7.1. The degree of general employee engagement and difference in degree of employee engagement according to labor group

The level of emotional engagement is higher but not much compared to the other two components. In addition, the domain of the estimate is very large. With a 5-level scale but the value range is also from 1 to 5. This shows the level of employee engagement with differences.

There are differences in the level of employee engagement in all three components

according to demographic characteristics: gender, age, income and marital status. For non-work environmental factors, there is a difference in level of behavioral engagement among different labor groups according to social evils and access to local health services.

3.7.2. Employee engagement level according to demographic characteristics

- For emotional engagement: There are differences in the level of emotional engagement according to ages, genders and qualifications. The higher the age and qualification are, the higher the level of employee engagement is, and the male employee is higher than the female employee.

- For cognitive engagement: There is difference in the level of cognitive engagement according to gender. Cognitive engagement level of male employees are more than female employees.

- For behavioral engagement: There are differences in the level of behavioral engagement among labor groups with different gender and qualifications.

3.7.3. The degree of employee engagement according to factors outside the work environment

Employees who have a positive perception of non-work environmental factors have a higher degree of engagement than ones who feel negative.

3.7.4. The degree of employee engagement according to other factors

CHAPTER 4. DISCUSSION RESULTS AND POLICY IMPLICATIONS

4.1. Discuss the research results

4.1.1. Discuss the factors that influence engagement

The proposed research scale initially had 46 observations of 10 factors in the work environment affecting the three components of engagement. Through factor analysis, the results have 42 satisfying items and converge on 8 factors including: supervisor, developing opportunities, job nature, job supports, working conditions (including working conditions and social inclusion), personal roles, social responsibilities and wages. The results of this analysis are consistent with a number of other domestic and foreign studies such as Perrin T. (2003), Thai Kim Phong (2011), Aon Hewitt (2015),....

4.1.2. Discuss factors affecting the level of influence of work environment factors on engagement

- Demographic characteristics:

The notion that men are the breadwinner in Vietnam still exists in society today, so in work, for men, wages are very important for them to affirm their position in family and

society. According to this concept, men are often said to be assertive and strong, self-esteem and need to express themselves higher than women, so they pay much attention to their individual roles at work.

In terms of age, for employees under the age of 25, the Personal Role and Job Support factors greatly affect the employee engagement. The employees at this age often undergo training, little experience and not much experience in life and work. Moreover, the jobs of accommodation and food & beverage enterprises are often skills-intensive businesses. Therefore, they need job support from superiors and colleagues. In addition, young people often want to show, a work environment that values their individual roles, giving them the opportunity to express themselves is also the motivation that makes them more connected with businesses. For employees 25 years of age and older, the factors of Work Conditions, Salary and Development Opportunities affect the employee engagement more than other factors. At this age, employees often want to find a stable workplace, so they pay much attention to the working conditions - where they can spend time and attention beside their families. At the same time, the fair and appropriate salary as well as the opportunity to develop themselves in the process of working will be the top factors for them to be determined to engage with the business.

- Non-work environmental factors:

The two factors, Personal Role and Job Support, have a big difference between a group of employee had a positive perception and a group of employee who have a negative perception of a non-work environment. Statistics show that only 35% of surveyed employee feel negative living environment but 67.3% of them work in the direct labor section. Combining the results of this research with practical conditions, it can be understood that: (1) direct employees in the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region desperately need work support from people supervisors and colleagues. This support is not only a professional aspect but also a sympathy and willingness whenever they need it due to the stress of shifting hours and family conditions. It is this working environment that will help them to be more connected with the business. (2) Although the social concept has changed a lot, the laborers working in restaurants and hotels have been under pressure and public opinion for a long time, so that the enterprises create conditions for they are able to express themselves, affirming their work position is essential to improve engagement.

Thus, there are differences in the relationships in the research model according to demographic characteristics and according to non-work environmental factors. The results of this study are similar to those of Zaniboni et al. (2016), Soni Agrawal (2016) and

Rothbard (1999), however, the results of the above studies do not differ according to qualifications like this study, instead of marital status.

4.1.3. Discuss the degree of employee engagement with the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region

Similar to previous studies (Zaniboni et al., 2016; Soni Agrawal, 2016; Rothbard, 1999), the results of this study show that there are differences in employee engagement according to demographics: gender, age, education, income and marital status. Strict demands in the field such as appearance, health, working time are often more advantageous for male than female, so their engagement level is also higher.

Chapter 2 statistics show that the average income of employees working in the accommodation and the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region is low. This is the common situation of employees because of low living standards and limited working capacity. The average income of employees in the accommodation and food & beverage enterprises in the region is 4-6 million VND/month, few employees have income over 9 million VND/month. Moreover, the regression results also show that "Salary" is one of the factors affecting employee engagement. Therefore, high income is the motivation for them to make efforts and dedication.

4.2. Policy implications to enhance employee engagement with the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region

4.2.1. Policy implications for improving the working environment

Strengthening job support and promoting the individual role.

Regularly review the work assignment and redesign the work in accordance with the qualifications and competencies of the employees, and build suitable development policies and clearly career orientation.

Building salary policies to ensure fairness and adequacy.

Improving the working conditions.

4.2.2. Policy implications for non-work factors

For the accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region, in order to build a quality, capable and highly cohesive workforce, it is necessary to have appropriate remuneration policies because employees not only have a good sense of the internal environment at work, but also the living environment, which is focused on by businesses so that they can be more assured in their work and more connected with their jobs in the enterprise.

PART IV. CONCLUSION

1. New contributions of the thesis

Studying employee engagement with business is not a new issue in Vietnam and the world. However, when associated with the South Central Coast region and within the scope of enterprises in accommodation and food & beverage in South central Coast, the thesis has achieved some new points as follows:

Firstly, the thesis has reviewed the outstanding studies of the world and Vietnam employee engagement with business, clarifying the research models proposed by foreign scholars, on the basis of that determines the research model of the thesis. The thesis has established a separate research model with 10 factors of working environment. In addition, the study examines the impact of non-work environmental factors and employee demographic characteristics on the relationship of work environment factors with three components of engagement: emotional engagement, cognitive engagement and behavioral engagement. Inside:

- For 10 factors of work environment: 8 factors are often included in many previous studies and 2 factors are taken into account after considering the labor situation in enterprises in the South Central Coast, group discussion and expert advice, which are factors "Salary" and "Corporate social responsibility".
- For 4 non-work environmental factors: these are factors that are taken into consideration based on employees' opinions and actual conditions, though only identification variables, including: environmental pollution, social evils, travel conditions and access to local health services.

Secondly, Studying employee engagement with business, the research problem is not new but the multi-faceted approach to employee engagement, the analytical method uses Structural equation modeling including 10 work environment factors affecting the three components of employee engagement in a research area that have not been carried out in previous studies are new in this study.

Thirdly, using qualitative research methods, through the synthesis of documents from previous studies and labor characteristics of the South Central Coast region, combining group discussions and consulting experts, the thesis has established employee engagement scale and the scale of factors affecting the employee engagement with businesses on the basis of

inheritance and development suitable to the context of employees working enterprises in accommodation and food & beverage in South central Coast.

Fourthly, using Exploratory Factor Analysis (EFA) and Confirmatory Factor Analysis (CFA), the thesis has identified 8 working environment factors affecting 3 employee engagement components: supervisor, job nature, support, personal role, corporate social responsibility, work environment, salary and development opportunities.

Fifthly, using SEM analysis technique, the thesis determines the influence of 7 factors of the working environment on the employee engagement components in accommodation and food & beverage in South central Coast. The study also measures employee engagement according to their demographic characteristics. In addition, research results show that when employees live in different environmental conditions (outside the work), the level of engagement is also different. Factors in the non-work environment are taken into consideration: environmental pollution, social evils, mobility conditions and access to health services. The more positive the labor group has assessed these factors, the higher the level of engagement is.

Sixthly, using multi-group analysis technique, the thesis has shown the difference in the level of the influence of work environment factors to employee engagement components according to demographic characteristics and according to non-work environment factors. For enterprises in accommodation and food & beverage in South central Coast region, this research result has profound practical implications in human resource management in enterprises and tourism human resources development of local in the region.

Seventh, using Anova and T-test analysis technique, the thesis shows the difference in the level of employee engagement with the enterprises in accommodation and food & beverage in South central Coast region according to demographic characteristics. and according to non-work environment factors. The results of this study are the scientific basis for building and implementing reasonable policies in developing human resources for enterprises in accommodation and food & beverage in South central Coast region.

2. Conclusions drawn from research results

In order to contribute to solving the theoretical and practical gaps indicated in the review of the research documents, the thesis with the topic "*Studying employee engagement with enterprises in accommodation and food & beverage in South central Coast*" was completed based on a combination of qualitative research and quantitative research and achieved the following results:

(1) Factors affecting the employee engagement and scale of these factors have been used by many domestic and international studies, which have been inherited, adjusted and supplemented to suit with reality of the study area. Factors influencing engagement used in this study include: supervisor, job support, recognition, developing opportunity, social inclusion of the company, personal role, working condition, nature of work, social responsibility and salary.

(2) Results of factor analysis of factors affecting the components of engagement with a scale of 42 items converging on 8 factors: supervisor, job support, developing opportunity, working condition, nature of work, social responsibility, personal role and salary. In particular, the scale of the factor “recognition” is excluded because it does not meet the conditions of discriminant value and convergence. Items of the "social inclusion" scale converge on the factor “working condition”, so the study renames this factor to the working condition, including physical conditions and mental conditions.

(3) SEM analysis of factors affecting employee engagement for results in a revised research model that no longer has the social responsibility factor. In addition, there are only two factors that impact on all three components of engagement: job support and personal role. Moreover, salary and developing opportunity affect cognitive engagement and emotional engagement. Nature of work affects behavior engagement and emotional engagement; supervisor only affects the cognitive engagement and the working condition only affects the emotional engagement.

(4) A multi-group analysis with the chi-square test of invariant and variable models shows that the demographic characteristics including gender, age, qualification, income have impacted to the extent of the influence of work environment factors on the engagement components. For men, personal role, salary and job support are major factors that influence the association with high estimation coefficients, while for women, the working condition, nature of work and developing opportunity are factors influenced engagement components. For employees under the age of 25, the personal role and job support factors greatly affect the engagement components and the factors of the work condition, wages and developing opportunity affect much engagement components for employees 25 and older.

(5) Multi-group analysis has also demonstrated the impact of non-work environmental factors on the relationship between factors of the working environment and employees engagement with enterprises in accommodation and food & beverage in South

central Coast region. Employees who have positive feelings for the living environment outside of work are factors: individual roles, work condition and salary have a greater influence on the engagement than employees have negative feelings.

(6) Statistics show that there is a difference in the level of employee engagement according individual characteristics: gender, age, income, quatisation and marital status. Male have higher levels of emotional engagement and cognitive engagement than female. The employee with higher age, income and quatisation also has a higher level of engagement.

(7) Beside considering the factors that influence engagement, the study also statistics on the level of engagement according to labor groups with different assessments on factors outside the work environment: environmental pollution, social evils, travel conditions and access to local health services. The results show that the more positive the labor force's assessment of these factors, the engagement is higher.

(8) A number of other factors that are likely to affect engagement are also taken into consideration: the ability to use a foreign language, the working department, the business sector of the business, the type of business and the province. The statistical results show that the better people use foreign languages use, the higher level of engagement is. Statistics also show that there is not much difference in the level of engagement between the employees in serving accommodation and serving food & beverage or administration staff.

(9) Based on the research results, the author discussed and proposed some policy implications to enhance the employee engagement with enterprises in accommodation and food & beverage in South Central Coast region.

3. Limitations of the study and recommendations on further research directions

Studying the employee engagement with enterprises in accommodation and food & beverage in South Central Coast region, but only 427 questionnaires were conducted in 4/8 provinces in the region. Therefore, the representation will not be as high as the implementation with larger sample size and labor survey in all 8 provinces in the region. In addition, with the distribution of a sample of 110 questionnaires in each province, it is difficult to reach a sufficient number of samples for further analysis.

This study identified three components of engagement and identified factors that influence engagement. This result is just limited to testing the relationship from awareness

to attitude of employees in the enterprise. The way forward for further research is to continue testing the relationship from attitude to employee behavior and business results.

LIST OF PUBLISHING RESEARCH RESULTS RELATED TO THE TOPIC OF THE THESIS

1. Nguyen Thi Kim Anh (2013), Factors affecting employee satisfaction in enterprises at Binh Dinh, *Asia-Pacific Economic Review*, No. 406, July 2013, pages 31-36.
2. Nguyen Thi Kim Anh (2013), Enhancing labor productivity in enterprises in Binh Dinh, *Asia - Pacific Economic Review*, last April 2016, pages 55-57.
3. Nguyen Thi Kim Anh (2013), The relationship between social responsibility and employee engagement with enterprises in the South Central Coast, *Asia-Pacific Economic Review*, last February year 2016, pages 37-39.
4. Nguyen Thi Kim Anh (2014), Factors affecting the employment efficiency of small and medium-sized enterprises in Binh Dinh, University-level scientific research project, project manager.
5. Do Ngoc My and Nguyen Thi Kim Anh (2016), Studying employees employment with enterprises in the Central Highlands, *Proceedings of the National Science Conference 2016: Western Socio-Economic Development Nguyen*, pages 570-579.
6. Nguyen Thi Kim Anh and Nguyen Thi Minh Hoa (2017), employee engagement with the organization: overview and proposed research models, *Proceedings of National Scientific Workshop: Management Science and Business VI*, pp 484-491.
7. Nguyen Thi Kim Anh and Nguyen Thi Minh Hoa (2018), Influence of social responsibility on brand trust - The case of Phuc Thuan Thao brand passenger transport service, *Hue University Science Magazine: Kinh and Development*, Volume 127, Issue 5A, 2018, P. 53-71.
8. Nguyen Thi Kim Anh, Nguyen Thi Minh Hoa and Do Ngoc My (2018), Status of employee engagement with accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region, *Magazine Asia-Pacific Economic Cooperation*, No. 522 August 2018.
9. Nguyen Thi Kim Anh (2018), Factors affecting employee engagement with accommodation and food & beverage enterprises in the South Central Coast region, *Journal of Hue University Science: Economics and Development*, vol 127, 5A, 2018, 185-198.