

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUYẾT ĐỊNH LÀM VIỆC TẠI DOANH NGHIỆP NHÀ NƯỚC

Trần Thị Ngọc Duyên, Cao Hào Thi

Trường Đại Học Bách Khoa, ĐHQG-HCM

(Bài nhận ngày 11 tháng 10 năm 2009, hoàn chỉnh sửa chữa ngày 18 tháng 12 năm 2009)

TÓM TẮT: Nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định làm việc tại doanh nghiệp nhà nước (DNNN), trên cơ sở các nghiên cứu của Timothy A. Judge và các cộng sự [3], [4, [5], [10] kết hợp các nghiên cứu của David G. Allen, Raj V. Mahto và Robert F. Otondo [7] và Levon T. Esters và Blannie E. Bowen [8]. Dữ liệu khảo sát trên 253 lao động có trình độ cao đẳng, đại học và sau đại học tại TP. Hồ Chí Minh. Kết quả cho thấy có 8 nhân tố ảnh hưởng đến quyết định làm việc tại DNNN bao gồm cơ hội đào tạo và thăng tiến, thương hiệu và uy tín tổ chức, sự phù hợp giữa cá nhân-tổ chức, mức trả công, hình thức trả công, chính sách và môi trường tổ chức, chính sách và thông tin tuyển dụng, gia đình và bạn bè. Tất cả tám nhân tố này đều có quan hệ đồng biến với quyết định chọn công việc tại DNNN với các giả thuyết được ủng hộ ở mức ý nghĩa 5%. Mô hình nghiên cứu giải thích được 47.9% cho tổng thể về sự liên hệ của 8 nhân tố nói trên với quyết định chọn công việc tại DNNN.

Từ khóa: quyết định làm việc, doanh nghiệp nhà nước, người tìm việc, TP. Hồ Chí Minh.

1. GIỚI THIỆU

Lý thuyết về quản trị nhân sự cho rằng lực lượng lao động luôn đóng vai trò quyết định trong việc duy trì và phát triển tổ chức. Thu hút các cá nhân chất lượng vào làm việc là mục tiêu được nhiều tổ chức hướng đến (Highhouse & Hoffman [1]; Rynes & Barber [2]). Tuy nhiên, thực tế đang diễn ra tại các DNNN ở TP. HCM hiện nay là sự biến động khá lớn của lực lượng lao động. Thống kê của Bộ Nội Vụ và Bộ Lao động-Thương binh-Xã hội cho thấy trong 5 năm trở lại đây (2003-2007), cả nước có hơn 16.000 lao động thuộc khối doanh nghiệp nhà nước rời sang làm việc cho khu vực tư nhân. Mặc dù vậy, số liệu thống kê của Viện Nghiên cứu phát triển TP. Hồ Chí Minh cho thấy lao động tại DNNN ở TP. Hồ Chí Minh

trong các năm gần đây vẫn không ngừng tăng lên. Dự báo đến năm 2010, số lao động trong các DNNN có thể đạt khoảng 579.488 lao động, chiếm 18,20% tổng số lao động tại TP. Hồ Chí Minh và tăng 49.022 lao động so với năm 2005 [17]. Điều này cho thấy một thực tế đang diễn ra tại các DNNN ở TP. HCM hiện nay là sự biến động khá lớn của lực lượng lao động. Nếu không có những giải pháp thích hợp, biến động nhân sự có thể khiến DNNN phải trả giá rất cao trong hoạt động của mình. Do đó, việc xây dựng một mô hình xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định làm việc tại DNNN qua đó đề xuất một số giải pháp nhằm thu hút và duy trì nguồn nhân lực là việc làm cần thiết và thiết thực hiện nay đối với các DNNN.

Nghiên cứu được thực hiện với mục đích xem xét các nhân tố chính ảnh hưởng đến quyết

định chọn công việc tại DNNN của lao động có trình độ cao đẳng, đại học và sau đại học tại TP. Hồ Chí Minh. Phạm vi nghiên cứu giới hạn cho các công ty nhà nước, công ty cổ phần nhà nước và DN có cổ phần, vốn góp của nhà nước từ 51% trở lên. Kết quả của nghiên cứu có thể được sử dụng làm tài liệu tham khảo cho các DNNN trong quá trình quản lý và thu hút lao động có trình độ vào DNNN, cơ sở để hoạch định một chương trình định hướng nhân sự hiệu quả.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

Trên thế giới, các nghiên cứu về quyết định chọn công việc và lựa chọn tổ chức được chú ý nhiều trong các năm gần đây.

Timothy A. Judge và cộng sự [3] trong nghiên cứu về ảnh hưởng của hệ thống lựa chọn lên quyết định tìm việc đã nhận thấy quyết định chọn công việc phụ thuộc vào nhận thức của ứng viên về sự công bằng của quy trình lựa chọn, mức trả công, cơ hội thăng tiến, sự luân chuyển/thay đổi trong công việc. Ngoài ra, một số yếu tố như trình độ học vấn, kinh nghiệm làm việc, giới tính cũng có ảnh hưởng đến quyết định chọn công việc của người tìm việc.

Daniel M. Cable và Timothy A. Judge [4] với nghiên cứu về tầm quan trọng của mức trả công và quyết định tìm việc: hình ảnh cho sự phù hợp giữa con người và tổ chức, nhận thấy những tổ chức cung cấp mức trả công cao, phúc lợi linh hoạt, trả lương theo cá nhân và chính sách trả công cố định sẽ thu hút được nhiều người tìm việc hơn.

Timothy A. Judge và Robert D. Bretz [5] cho rằng mức trả công, cơ hội thăng tiến, chính sách công việc/gia đình, hệ thống phần thưởng-phúc lợi và hệ thống các quy tắc hoạt động linh hoạt ảnh hưởng đến quyết định nhận công việc của người tìm việc.

Christopher J. Collins [6] cho rằng sự hiểu biết về tổ chức, danh tiếng và hình ảnh tổ chức có ảnh hưởng đáng kể đến dự định và hành vi xin việc của người tìm việc.

Đối với David G. Allen, Raj V. Mahto và Robert F. Otondo [7] thì dự định ứng tuyển của người xin việc vào tổ chức chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố hình ảnh, thông tin về công ty và thông tin về công việc.

Theo Levon T. Esters và Blannie E. Bowen [8] thì gia đình và bạn bè là các cá nhân ảnh hưởng nhiều nhất đến quyết định chọn công việc của sinh viên tốt nghiệp ngành nông nghiệp. Cơ hội nghề nghiệp, trình độ học vấn, kinh nghiệm làm việc, sở thích nghề nghiệp, các lợi tức trong ngành là các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn hay không chọn việc làm trong ngành nông nghiệp.

Ngoài ra còn có một số nghiên cứu liên quan đến quyết định chọn công việc và lựa chọn tổ chức. Quinetta M. Roberson, Christopher J. Collins và Shaul Oreg [9] cho rằng các thông tin tuyển dụng làm nổi bật sự nhận biết về các đặc trưng của tổ chức và sự phù hợp giữa con người-tổ chức ảnh hưởng tốt đến dự định nộp đơn của ứng viên vào tổ chức. Daniel M. Cable và Timothy A. Judge [10] chỉ ra rằng nhận thức về sự phù hợp giữa con người-tổ chức của người tìm việc được dự báo

bởi sự phù hợp giữa giá trị của cá nhân với nhận thức của họ về giá trị của tổ chức, nhận thức này dự báo cả dự định tìm việc và thái độ đối với công việc của họ trong tương lai. Nghiên cứu của Scott Highhouse, Filip Lievens, Evan F. Sinar [11] cho thấy có ba thành phần chính ảnh hưởng đến sự thu hút của một tổ chức đối với ứng viên, đó là sự hấp dẫn chung, dự định làm việc cho tổ chức và uy tín công ty. Nguyễn Ngọc Khánh [12] cho rằng có ba yếu tố chính ảnh hưởng đến sự hài lòng của quyết định làm việc của kỹ sư tại các công ty ở khu Công Nghệ Cao TP. HCM là cơ hội đào tạo/phát triển, đãi ngộ và đồng nghiệp trong tổ chức.

Tóm lại, kết quả các nghiên cứu được trình bày ở trên đề cập đến các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn công việc và lựa chọn tổ chức của người tìm việc. Đó có thể là hình ảnh, uy tín tổ chức, chính sách và môi trường làm việc của tổ chức, sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức, mức trả công và hình thức trả công, cơ hội đào tạo và thăng tiến, sự thách thức/đa dạng trong công việc, thông tin tuyển dụng hay gia đình, bạn bè, trình độ học vấn, kinh nghiệm làm việc, giới tính,... Mỗi nghiên cứu có thể bao gồm một, hai hay tất cả các yếu tố ở trên. Tổng hợp các nhóm yếu tố này là cơ sở hình thành mô hình nghiên cứu của đề tài.

3. CÁC GIÁ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

3.1. Các giả thuyết nghiên cứu

Căn cứ vào các nghiên cứu đã được thực hiện trước đây, kết hợp với việc tìm hiểu thêm

thông tin từ báo chí, tạp chí chuyên ngành và trong tình hình thực tế tại Việt Nam, đặc biệt là tại DNNN, nghiên cứu đã đề xuất 8 giả thuyết với 31 biến đại diện ảnh hưởng đến quyết định chọn công việc tại DNNN.

3.1.1 Thương hiệu và uy tín tổ chức

Có hai thành phần của thương hiệu tổ chức, đó là sự phổ biến bao gồm sự thừa nhận và ghi nhớ tổ chức và hình ảnh bao gồm sự nhận thức và đánh giá về tổ chức (Collins & Stevens, 2002; Keller, 1993) (trích từ [7]). Sự phổ biến là khả năng người tìm việc có thể nhớ được tên của tổ chức trong trí nhớ của họ. Hình ảnh liên quan đến nhận thức, thuộc tính và sự liên tưởng về thương hiệu tổ chức trong trí nhớ của người tìm việc (Keller, 1993) (trích từ [7]).

Theo David G. Allen, Raj V. Mahto và Robert F. Otondo [7], hình ảnh của tổ chức có ảnh hưởng đến dự định ứng tuyển của người xin việc vào tổ chức. Chapmen et al (2005) (trích từ [7]) cho rằng hình ảnh tổ chức là một trong số các yếu tố quan trọng nhất của sự thu hút người tìm việc. Blamer và Gray (2003) (trích từ [7]) cũng cho rằng thương hiệu tổ chức ảnh hưởng đến sự thu hút ban đầu đối với người tìm việc. Theo Scott Highhouse, Filip Lievens và Evan F. Sinar [11] thì uy tín tổ chức, biểu hiện qua danh tiếng tổ chức tạo dựng trong lòng những người đã từng nghe về tổ chức, có ảnh hưởng đến sự thu hút của tổ chức đối với ứng viên. Christopher J. Collins [6] cũng cho rằng sự hiểu biết về tổ chức, danh tiếng và hình ảnh tổ chức có ảnh hưởng đáng kể đến dự định và hành vi xin việc của người tìm việc.

Như vậy, các nghiên cứu ở trên cho thấy các cá nhân thường thích và mong muốn được làm việc tại các tổ chức có hình ảnh và uy tín tốt. Do đó, giả thuyết H1 được phát biểu như sau:

Giả thuyết H1: Cảm nhận về thương hiệu và uy tín tổ chức của người tìm việc càng cao thì mong muốn làm việc cho tổ chức càng cao.

3.1.2 Sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức

Sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức là định nghĩa chung về là khả năng tương thích giữa con người và tổ chức, diễn ra khi ít nhất một bên cung cấp các nhu cầu phù hợp với bên còn lại (Kristof, 1996) (trích từ [9]). Cable và Judge (trích từ [9]) cho rằng nhận thức về sự phù hợp cá nhân-tổ chức là dự báo quan trọng cho dự định lựa chọn công việc của người tìm việc. Người tìm việc có xu hướng bị thu hút, lựa chọn và ở lại tổ chức, nơi môi trường làm việc phù hợp nhất với các đặc điểm riêng của bản thân họ. Daniel M. Cable và Timothy A. Judge [10] nhận thấy nhận thức về sự phù hợp giữa con người-tổ chức của người tìm việc được dự báo bởi sự phù hợp giữa giá trị của cá nhân với nhận thức của họ về giá trị của tổ chức. Người tìm việc thích lựa chọn tổ chức nơi mà các đặc điểm cá nhân của họ tương đồng với các đặc điểm của tổ chức (Cable & Judge 1994, Chatman 1989, 1991, Judge & Bretz 1992) (trích từ [10]). Do đó, giả thuyết H2 được phát biểu như sau:

Giả thuyết H2: Nhận thức về sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức của người tìm việc càng cao thì quyết định nộp đơn vào tổ chức của người tìm việc càng cao.

3.1.3 Chính sách và môi trường tổ chức

Chính sách là những chuẩn tắc cụ thể để thực hiện đường lối, nhiệm vụ; được thực hiện trong một thời gian nhất định, trên những lĩnh vực cụ thể nào đó. Timothy A. Judge và Robert D. Bretz [5], cho rằng có mối liên kết tích cực giữa chính sách của tổ chức và quyết định nhận công việc. Greenberg (trích từ [5]) cho rằng các chính sách về đãi ngộ, phúc lợi, bảo hiểm và các lợi tức trong ngành là yếu tố quan trọng giúp gắn kết người lao động với tổ chức và cũng là một trong những yếu tố thu hút người tìm việc nộp đơn vào tổ chức.

Môi trường làm việc là những vấn đề liên quan đến nhận thức của nhân viên về an toàn vệ sinh nơi làm việc như văn phòng làm việc, bàn ghế làm việc, phòng họp, phòng y tế đảm bảo vệ sinh, máy móc, trang thiết bị hỗ trợ công việc có đảm bảo an toàn (Trần Kim Dung, 2005) (trích từ [12]). Khi người tìm việc cảm nhận môi trường làm việc có vệ sinh, an toàn, trang thiết bị làm việc đầy đủ thì họ có xu hướng mong muốn được làm việc trong môi trường đó hơn.

Dựa vào nhóm yếu tố về chính sách và môi trường tổ chức ở trên, giả thuyết H3 được phát biểu như sau:

Giả thuyết H3: Chính sách tổ chức và môi trường làm việc của tổ chức càng tốt thì mong muốn làm việc cho tổ chức của người tìm việc càng cao.

3.1.4 Mức trả công và hình thức trả công

Mức trả công là những gì liên quan đến nhận thức của người kiếm việc về khoản thu

nhập mà họ nhận được từ tổ chức bao gồm: lương, thưởng, phụ cấp. Người kiếm việc luôn mong muốn được biết rõ những thành phần liên quan đến mức trả công trong tổ chức.

Daniel M. Cable và Timothy A. Judge [4] cho rằng mức trả công và hình thức trả công có ảnh hưởng đến quyết định chọn công việc. Những tổ chức cung cấp mức trả công cao, phúc lợi linh hoạt, trả lương theo cá nhân và chính sách trả công cố định sẽ thu hút được nhiều người tìm việc hơn.

Theo Lakhani (1988)và Yellen (1984) (trích từ [4]), các cá nhân thường thích chọn công việc có mức trả công cao và mức trả công cao sẽ thu hút số lượng các ứng viên nhiều hơn. Tương tự, Gerhart và Melkovich (1990) (trích từ [4]) cho rằng mức trả công là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp nhất đến sự thu hút đối với người tìm việc. Theo nhận thức của người tìm việc thì họ mong muốn nhận được sự chi trả công bằng, tương xứng với những gì họ đáng nhận được. Do đó, giả thuyết H4 được phát biểu như sau:

Giả thuyết H4: Mức trả công của tổ chức càng cao và hình thức trả công càng tương xứng thì càng thu hút được nhiều người tìm việc hơn.

3.1.5 Cơ hội đào tạo và cơ hội thăng tiến

Cơ hội đào tạo và cơ hội thăng tiến là những gì liên quan đến nhận thức của người tìm việc về cơ hội phát triển, thăng tiến trong tổ chức. Theo các nghiên cứu của Rynes (1992), Rynes và Lawer (1983), Rynes, Schwab và Heneman (1983), Schwab, Rynes và Aldag

(1987) (trích từ [3]), mức trả công và cơ hội thăng tiến ảnh hưởng đến sự lựa chọn công việc. Judge và Bretz (1992), Jurgensen (1978) (trích từ[5]), cũng cho thấy nhận thức về mức trả công và cơ hội thăng tiến ảnh hưởng đến sự thu hút của tổ chức đối với người tìm việc. Cơ hội thăng tiến, đào tạo, phát triển càng có nhiều theo nhận thức của người tìm việc thì khả năng mong muốn làm việc cho tổ chức của họ càng cao. Do đó, giả thuyết H5 được phát biểu như sau:

Giả thuyết H5: Nhận thức về cơ hội đào tạo, phát triển và thăng tiến trong công việc càng cao thì quyết định chọn công việc của người tìm việc càng cao.

3.1.6 Sự thách thức/thay đổi trong công việc

Theo Timothy A. Judge, Donna Blancero, Daniel M. Cable & Daniel E. Johnson [3], sự thách thức/thay đổi trong công việc có ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định chọn công việc của người tìm việc. Người tìm việc luôn mong muốn thay đổi công việc hiện tại để tìm đến một công việc mới mang lại những thách thức, thú vị và phù hợp hơn về khả năng và tính cách theo nhận thức của họ. Bởi thông thường, các nhân viên có trình độ luôn cần được kích thích bởi các thách thức trong các công việc mang tính sáng tạo, hoặc họ mong muốn sẽ có thể đến những nơi có sự kích thích đó, có thể là một bộ phận khác, ngành công nghiệp khác hoặc công ty khác. Do đó, giả thuyết H6 được đưa ra là:

H6: Nhận thức của người tìm việc về mức độ thách thức, thú vị và đa dạng trong công

việc càng cao thì quyết định chọn công việc của họ càng cao.

3.1.7 Thông tin tuyển dụng

Theo Belt và Paolillo (1982), Rynes (1991) (trích từ [9]), quyết định nộp đơn vào tổ chức của người tìm việc thường dựa trên ấn tượng về sự thu hút của tổ chức. Đặc biệt, với một lượng nhỏ các thông tin ban đầu, các ứng viên thường có xu hướng dựa trên cảm nhận và thái độ đối với tổ chức để nộp đơn (Rynes, 1991) (trích từ [9]). Mức độ chi tiết của thông tin tuyển dụng cung cấp, ảnh hưởng đến dự định ứng tuyển của người tìm việc vào tổ chức (Barber và Roehling 1993, Gatewood et al 1993, Herriot và Rothwell 1981) (trích từ [9]). Điều này cũng phù hợp với nghiên cứu của David G. Allen, Raj V. Mahto và Robert F. Otondo [7], dự định ứng tuyển của người xin việc chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố hình ảnh, thông tin về công ty và thông tin về công việc. Do đó, giả thuyết H7 được phát biểu như sau:

Giả thuyết H7: Thông tin tuyển dụng càng làm nổi bật các đặc tính của tổ chức và công việc thì càng thu hút được nhiều người tìm việc hơn.

3.1.8 Gia đình và bạn bè

Theo nghiên cứu của Levon T. Esters và Blannie E. Bowen [8] thì bố mẹ và bạn bè là các cá nhân ảnh hưởng nhiều nhất đến quyết định chọn công việc. Do đó, giả thuyết H8 được phát biểu như sau:

Giả thuyết H8: Đánh giá của gia đình và bạn bè về tổ chức càng tốt thì mong muốn làm việc cho tổ chức của người tìm việc càng cao.

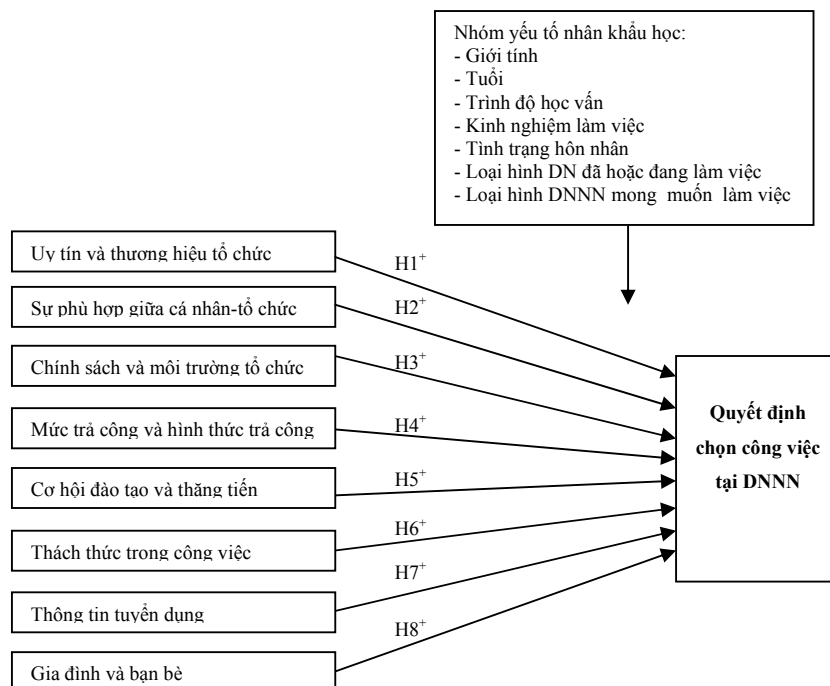
3.1.9 Biến nhân khẩu học

Timothy A. Judge và cộng sự [3] nhận thấy các biến nhân khẩu học như trình độ học vấn, kinh nghiệm làm việc và giới tính có ảnh hưởng đến quyết định chọn công việc của người tìm việc. Levon T. Esters và Blannie E. Bowen [8] cho rằng trình độ học vấn và kinh nghiệm làm việc là các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định chọn hay không chọn việc làm trong ngành nông nghiệp. Tương tự, Daniel M. Cable và Timothy A. Judge [4] cũng kết luận tuổi tác, chủng tộc và giới tính là các yếu tố nhân khẩu ảnh hưởng đáng kể đến quyết định chọn công việc.

Dựa vào nhóm yếu tố về nhân khẩu học ở trên, các biến nhân khẩu như tuổi tác, giới tính, trình độ học vấn, kinh nghiệm làm việc được sử dụng làm các biến điều khiển trong mô hình nghiên cứu. Ngoài ra, để phân tích sự khác biệt trong hành vi lựa chọn công việc của từng lớp người lao động thuộc các thành phần doanh nghiệp khác nhau, biến loại hình doanh nghiệp đang làm việc được đưa thêm vào để phân loại.

3.2. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên cơ sở 8 nhóm nhân tố ảnh hưởng đến quyết định chọn công việc và lựa chọn tổ chức cùng 7 biến nhân khẩu học nêu trên, mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định làm việc tại DNNN với 8 giả thuyết tương ứng ở trên được đề xuất ở Hình 1 như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu ở Hình 1 được xây dựng dựa trên mô hình nghiên cứu của Timothy A. Judge và các cộng sự [3], [4], [5], [10] bao gồm các nhân tố sự phù hợp giữa cá nhân-tổ chức; chính sách và môi trường tổ chức; mức trả công và hình thức trả công; cơ hội đào tạo và thăng tiến; sự thách thức trong công việc kết hợp với các nhân tố uy tín và thương hiệu tổ chức, thông tin tuyển dụng từ nghiên cứu của David G. Allen, Raj V. Mahto và Robert F. Otondo [7] và yếu tố gia đình & bạn bè từ nghiên cứu của Levon T. Esters và Blannie E. Bowen [8] trên cơ sở có tìm hiểu và tham khảo thêm thông tin từ báo chí, tạp chí chuyên ngành và internet trong tình hình thực tế tại Việt Nam, đặc biệt là tại DNNN.

Ngoài ra, mô hình nghiên cứu cũng đã đưa vào 7 biến nhân khẩu nhằm mục đích phân tích sự khác biệt của hành vi lựa chọn công việc tại DNNN giữa các nhóm người lao động theo tuổi, giới tính, kinh nghiệm làm việc, trình độ học vấn, tình trạng hôn nhân, loại hình DN đang làm việc và hình thức DNNN mong muốn làm việc nhất.

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu được thực hiện qua hai bước định tính và định lượng. Nghiên cứu định tính dùng kỹ thuật phỏng vấn sâu với 25 người lao động tại TP.HCM nhằm kiểm tra mức độ rõ ràng của từ ngữ và khả năng hiểu các phát biểu cũng như tính trùng lặp của các phát biểu trong thang đo. Nội dung dựa vào thang đo của các

nghiên cứu trước [3], [4], [6], [8], [9], [11], [12]. Dựa trên những thông tin trong nghiên cứu định tính, nghiên cứu định lượng được thực hiện thông qua phỏng vấn bằng bảng câu hỏi.

Mục đích của nghiên cứu là nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định chọn công việc tại DNNN, vì thế khi thiết kế bảng câu hỏi, tác giả có một chú ý cho người được hỏi ngay đầu bảng câu hỏi là: “Ông/Bà hãy liên tưởng đến một DNNN cụ thể, có thể là DNNN Ông/Bà đang làm việc hoặc mong muốn sẽ làm việc trong tương lai” để người trả lời chỉ tập trung vào DNNN và có một ý niệm chung về DNNN trước khi bắt đầu trả lời. Vì thế, với các đối tượng không có mong muốn làm việc cho DNNN, ngay từ đầu sẽ không trả lời bằng câu hỏi này.

Mẫu được lấy theo phương pháp thuận tiện, phạm vi lấy mẫu là lao động tại TP. Hồ Chí Minh có trình độ cao đẳng, đại học và sau đại học đang làm việc tại DNNN hoặc đang xin việc và có dự định tìm kiếm một công việc tại DNNN trong tương lai. Theo đó, 550 bảng câu hỏi đã được phát đi bao gồm 200 mẫu phát bằng giấy và 350 mẫu bằng email. Số mẫu thu hồi được là 266 mẫu, đạt tỷ lệ 48%. Sau khi kiểm tra có 15 mẫu không đạt yêu cầu chủ yếu do thông tin trả lời không đầy đủ hoặc nội dung trả lời bị trùng lặp, mẫu cuối cùng được chọn đưa vào khảo sát là 253.

Dữ liệu thu thập được sử dụng để đánh giá thang đo và kiểm định các giả thuyết. Thang đo và độ tin cậy của các biến quan sát được đánh giá bằng hệ số Cronbach's Alpha và phương

pháp phân tích nhân tố khám phá. Yêu cầu để thang đo được chấp nhận là loại bỏ các biến có tương quan biến tổng nhỏ hơn 0.3 và hệ số Cronbach's Alpha nhỏ hơn 0.6. Bước cuối cùng là kiểm định mô hình bằng phương pháp hồi quy đa biến với mức ý nghĩa 5%. Các phân tích trên được thực hiện với sự hỗ trợ của phần mềm Excel, Eviews và SPSS.

Cấu trúc bảng câu hỏi bao gồm 2 phần. Phần 1 là phần thông tin về các nhân tố trong mô hình nghiên cứu, dữ liệu được thu thập thông qua cảm nhận của người được phỏng vấn về các nhân tố được cho là có ảnh hưởng đến quyết định chọn công việc tại DNNN theo thang đo Likert 7. Phần 2 là thông tin cá nhân như: giới tính, tuổi, trình độ học vấn, kinh nghiệm làm việc, tình trạng hôn nhân, loại hình DN đã hoặc đang làm việc, loại hình DNNN mong muốn làm việc, tất cả được đo bằng thang đo chỉ danh.

5. PHÂN TÍCH VÀ THẢO LUẬN KẾT QUẢ

5.1 Thống kê mô tả

Mẫu nghiên cứu được chọn cuối cùng bao gồm 253 lao động tại TP. Hồ Chí Minh, trong đó gồm 153 nam (60.5%) và 100 nữ (39.5%). Về độ tuổi, có 40 người trả lời ở độ tuổi 20-25 (15.8%), 162 người ở độ tuổi 26-30 (64%), 40 người ở độ tuổi 31-40 (15.8%) và 11 người trên 40 tuổi (4.3%). Về trình độ học vấn, 69% người được phỏng vấn có trình độ đại học (176 người), 20.9% có trình độ sau đại học (53 người), 9.5% còn lại có trình độ cao đẳng (24 người). Về kinh nghiệm làm việc, trong tổng số

253 đối tượng được phỏng vấn, 116 người có kinh nghiệm làm việc từ 3-5 năm, chiếm 45.8% mẫu thu được, 54,2% còn lại của mẫu bao gồm 53 người có kinh nghiệm làm việc dưới 3 năm (20.9%), 51 người kinh nghiệm làm việc từ 5-10 năm (20.2%), 20 người có kinh nghiệm làm việc trên 10 năm (7.9%) và 13 người là sinh viên mới tốt nghiệp từ các trường cao đẳng, đại học (5.1%). Về trình độ chuyên môn, 124 người được hỏi đang làm việc trong các ngành kỹ thuật, chiếm tỷ lệ 49%, 103 người đang làm việc trong các lĩnh vực kinh tế, quản trị, chiếm tỷ lệ 40.7% và 10.3% còn lại (26 người) đang làm việc trong các lĩnh vực như giáo dục, y dược, nông nghiệp. Về tình trạng hôn nhân, 66% mẫu khảo sát tương ứng với 167 người được phỏng vấn chưa lập gia đình.

Trong tổng số 253 kết quả, 55,7% (141 người) đang làm việc trong khu vực kinh tế nhà nước (gồm 63 người đã hoặc đang làm việc tại công ty 100% vốn nhà nước và 78 người đã hoặc đang làm việc tại công ty có cổ phần/vốn góp nhà nước) và 44,3% (112 người) đang xin việc có mong muốn được làm việc tại một DNNN trong tương lai (bao gồm 13 người là

sinh viên mới tốt nghiệp và 99 người đang hoặc đã từng làm việc tại công ty tư nhân/có vốn đầu tư nước ngoài).

Cuối cùng, khi được hỏi về loại hình DNNN mong muốn làm việc nhất trong số ba loại hình DNNN nghiên cứu đề cập là công ty nhà nước, công ty cổ phần nhà nước và DN có cổ phần/vốn góp nhà nước (từ 51% trở lên), 43.9% người trả lời mong muốn được làm việc cho công ty cổ phần nhà nước (111 người), 41.5% người trả lời thích làm việc cho DN có cổ phần/vốn góp nhà nước (105 người), và 14.6% còn lại trả lời thích làm việc cho công ty nhà nước nhất (37 người).

Phân tích tương quan giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc cho thấy phần lớn các biến độc lập đều có tương quan với biến phụ thuộc với ý nghĩa ở mức chấp nhận ($p < 0.01$ hoặc $p < 0.05$). Kết quả này chứng tỏ mức độ phù hợp của các nhóm yếu tố này với công tác phân tích nhân tố sẽ được thực hiện ở phần tiếp theo.

5.2 Phân tích nhân tố

Kết quả phân tích nhân tố được tổng hợp và trình bày ở Bảng 1.

Bảng 1. Kết quả phân tích nhân tố khám phá tổng hợp

Tên các biến quan sát độc lập	Thành phần nhân tố							
	Cơ hội đào tạo, thăng tiến	Thương hiệu và uy tín tổ chức	Sự phù hợp cá nhân-tổ chức	Mức trả công	Chính sách và môi trường tổ chức	Chính sách và thông tin tuyển dụng	Hình thức trả công	Gia đình và bạn bè
- Người làm việc tự hào khi là nhân viên tại DNNN		.703						
- Hầu như có nhiều người muốn làm việc cho DNNN		.613						
- DNNN là tổ chức có uy tín để làm việc		.744						
- DNNN có tiềm năng phát triển tốt		.678						
- Trách nhiệm xã hội của DNNN đối với cộng đồng là tốt		.567						
- DNNN phù hợp với tôi trong việc tìm kiếm 1 nơi làm việc tiềm năng			.730					
- Giá trị và văn hoá DNNN phù hợp với giá trị và nhân cách cá nhân			.720					
- Tính cách phù hợp với các nhiệm vụ của công việc tại DNNN			.809					
- Môi trường làm việc thân thiện					.804			
- Môi trường làm việc đảm bảo các tiêu chuẩn an toàn lao động.					.734			
- Phúc lợi (bảo hiểm xã hội, y tế, thất nghiệp, trợ cấp xã hội) tốt					.678			
- Công việc có mức lương cao				.721				
- Công việc có mức thưởng cao				.845				
- Công việc có phụ cấp đa dạng				.754				
- Mức trả công dựa trên đánh giá hiệu quả công việc cá nhân							.475	

- Mức trả công thể hiện giá trị vị trí công việc trong tổ chức							.743	
- Mức trả công gia tăng theo kỹ năng và bằng cấp yêu cầu							.829	
- Cung cấp cơ hội làm việc ở vị trí mong muốn	.591							
- Có những cơ hội tốt cho việc phát triển nghề nghiệp	.801							
- Có nhiều cơ hội đào tạo tốt cho việc nâng cao kỹ năng và kiến thức	.761							
- Tạo cơ hội để nhân viên học hỏi nhiều điều mới phục vụ công việc	.783							
- Công việc có nhiều thách thức	.624							
- Thông tin tuyển dụng cung cấp đầy đủ thông tin về công việc						.778		
- Thông tin tuyển dụng cung cấp đầy đủ thông tin về tổ chức						.879		
- Quy trình tuyển chọn công bằng						.473		
- Người thân(bố/mẹ/vợ/chồng/anh em) đánh giá cao việc làm tại DNNN								.861
- Bạn bè đánh giá cao việc làm tại DNNN								.758
Cronbach's Alpha	0.850	0.803	0.846	0.770	0.735	0.755	0.730	0.763
Eigenvalues	8.704	2.145	1.974	1.604	1.362	1.158	1.011	1.004
Độ biến thiên được giải thích (%)	32.237	7.944	7.311	5.941	5.043	4.289	3.743	3.717
Độ biến thiên được giải thích tích lũy (%)	32.237	40.181	47.492	53.433	58.476	62.766	66.509	70.226

*Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.*

Mô hình nghiên cứu ban đầu bao gồm 8 nhóm nhân tố độc lập với 31 biến quan sát được cho là có ảnh hưởng đến quyết định làm việc tại DNNN, sau khi loại bỏ biến tt27 của thang đo về sự thách thức/đa dạng trong công việc ở giai đoạn đánh giá độ tin cậy các thang

đo, 30 biến còn lại của các thành phần độc lập được đưa vào phân tích nhân tố.

Sau khi trải qua một số bước phân tích trung gian với những biến có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0.45 bị loại, kết quả phân tích nhân tố các biến quan sát thuộc các thành phần độc lập

sau cùng còn lại 27 biến quan sát với hệ số tải nhân tố từ 0.473 đến 0.879 được trích thành 8 nhóm nhân tố (xem Bảng 1) bao gồm cơ hội đào tạo và thăng tiến, thương hiệu và uy tín tổ chức, sự phù hợp giữa cá nhân-tổ chức, mức trả công, hình thức trả công, chính sách và môi trường tổ chức, chính sách và thông tin tuyển dụng, gia đình và bạn bè. Trong đó, nhân tố mức trả công và hình thức trả công được tách thành hai nhân tố mới là nhân tố mức trả công và nhân tố hình thức trả công; hai nhân tố cơ hội đào tạo, thăng tiến và nhân tố sự thách thức/đa dạng trong công việc gộp chung vào và được giữ lại tên là cơ hội đào tạo và thăng tiến. Nội dung các biến quan sát trong thang đo sự thách thức/đa dạng trong công việc liên quan đến việc người tìm việc mong muốn được vào làm việc cho tổ chức nơi cung cấp cho họ các công việc mang lại những thách thức, thú vị,

phù hợp về khả năng và tính cách, cũng như tạo nhiều cơ hội để họ học hỏi thêm nhiều điều mới phục vụ công việc. Đây cũng được xem là các cơ hội đào tạo mà họ mong muốn có được khi nộp đơn vào tổ chức.

Tương tự, phân tích nhân tố cũng được thực hiện với 5 biến quan sát của nhân tố phụ thuộc “Quyết định chọn công việc tại DNNN”. Kết quả phân tích nhân tố ở Bảng 2 cho thấy chỉ có một nhân tố duy nhất được tạo ra đại diện cho các biến quan sát thuộc thang đo Quyết định chọn công việc tại DNNN.

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố của biến phụ thuộc

Tên biến quan sát	Nhân tố
	1
- DNNN là một trong các tổ chức được lựa chọn đầu tiên trong quá trình tìm việc	.801
- Nhận lời tham gia phỏng vấn công việc nếu được DNNN mời	.638
- Nỗ lực nhiều để được vào làm việc tại DNNN	.817
- Giới thiệu DNNN đến những người bạn đang tìm việc	.680
- Chấp nhận 1 công việc được cung cấp từ DNNN	.797
Initial Eigenvalues	2.814
Cumulative % Extraction Sums of Squared Loadings: 56.276%	

5.3. Hồi quy đa biến

Nghiên cứu đã phát triển được 2 mô hình hồi quy. Mô hình 1 bao gồm 8 nhân tố thu được từ phân tích nhân tố khám phá ở phần trên. Mô hình 2 được phát triển từ mô hình 1 bằng cách thêm các biến tuổi, giới tính, trình

độ học vấn, kinh nghiệm làm việc và trình độ chuyên môn lần lượt vào mô hình 1, qua kiểm tra chỉ có biến trình độ chuyên môn có là ý nghĩa thống kê nên được giữ lại trong mô hình. Kết quả phân tích hồi quy của các mô hình nói trên được trình bày tóm tắt ở Bảng 3.

Bảng 3. Kết quả phân tích hồi quy đa biến

Biến	Mô hình 1		Mô hình 2	
	Beta	Sig.	Beta	Sig.
Cơ hội đào tạo và thăng tiến	.335	.000	.335	.000
Thương hiệu và uy tín tổ chức	.368	.000	.365	.000
Sự phù hợp giữa cá nhân-tổ chức	.303	.000	.305	.000
Mức trả công	.113	.014	.115	.011
Chính sách và môi trường tổ chức	.166	.000	.168	.000
Chính sách và thông tin tuyển dụng	.204	.000	.214	.000
Hình thức trả công	.154	.001	.143	.002
Gia đình và bạn bè	.225	.000	.225	.000
Chuyên môn ngành kỹ thuật			-.069	.380
Chuyên môn ngành kinh tế			-.183	.019
R ² -value		.495		.513
Adjusted R ² -value		.479		.493

Kết quả Mô hình 1 chỉ ra rằng tất cả các biến độc lập tác động đến quyết định chọn công việc tại DNNN như cơ hội đào tạo và thăng tiến, thương hiệu và uy tín tổ chức, sự phù hợp giữa cá nhân-tổ chức, mức trả công, chính sách và môi trường tổ chức, chính sách và thông tin tuyển dụng, hình thức trả công, gia đình và bạn bè đều có quan hệ đồng biến với quyết định chọn công việc tại DNNN, các hệ số hồi quy đều có ý nghĩa thống kê ở mức 1% và 5% phù hợp với giả thuyết đặt ra. Mô hình 2 với việc đưa thêm biến thuộc tính trình độ chuyên môn vào, các biến độc lập trên vẫn có ý nghĩa về mặt thống kê và phù hợp với giả thuyết ban đầu, biến thuộc tính đưa vào cũng có ý nghĩa về mặt thống kê. Kết quả kiểm định Wald khẳng định việc đưa 2 biến chuyên môn ngành kỹ thuật và chuyên môn ngành kinh tế vào phương trình hồi quy là có ý nghĩa về mặt thống kê (Sig. < 0.05). Điều này cho thấy biến trình độ chuyên môn có tác động đến quyết định chọn công việc tại DNNN.

Các hệ số hồi quy trong hai mô hình chỉ ra mức tác động riêng phần của các nhân tố nêu trên đến quyết định chọn công việc tại DNNN. Theo đó, thương hiệu và uy tín tổ chức có ảnh hưởng lớn nhất đến quyết định chọn công việc tại DNNN, kế đó là cơ hội đào tạo và thăng tiến, sự phù hợp cá nhân-tổ chức, gia đình và bạn bè, chính sách và thông tin tuyển dụng, chính sách và môi trường tổ chức, hình thức trả công và mức trả công. Giá trị R² hiệu chỉnh chỉ ra rằng Mô hình 1 có thể giải thích được 47.9% cho tổng thể về sự liên hệ của 8 nhân tố độc lập nói trên với quyết định chọn công việc tại DNNN và Mô hình 2 có thể giải thích được 49.3% cho tổng thể về sự liên hệ của 8 nhân tố nói trên cộng thêm nhân tố trình độ chuyên môn với quyết định chọn công việc tại DNNN.

Ngoài ra, để phân tích sự khác biệt của hành vi lựa chọn công việc tại DNNN giữa hai nhóm người lao động, thứ nhất đang làm việc tại DNNN, thứ hai đang xin việc và có mong muốn được làm việc tại DNNN trong tương lai, biến nhân khẩu học hình thức sở hữu doanh

nghiệp đang làm việc được đưa vào mô hình hồi quy (phát triển từ mô hình 1) dưới hình thức biến giả (dummy).

Tiến hành phân tích hồi quy khi thêm biến hình thức sở hữu DN làm việc gần nhất vào phương trình hồi quy ban đầu. Biến hình thức sở hữu DN làm việc gần nhất có 4 thuộc tính là DNNN, DN có cổ phần/vốn góp nhà nước, DN tư nhân/có vốn đầu tư nước ngoài và chưa từng đi làm. Biến này được phân lại theo 2 hình thức chính là “đang làm việc tại khu vực kinh tế nhà nước” (công ty nhà nước, công ty có cổ phần/vốn góp nhà nước) và “đang có mong muốn làm việc tại DNNN”(DN tư nhân/có vốn đầu tư nước ngoài, chưa từng đi làm). Vì biến

này chỉ có 2 thuộc tính nên khi đưa vào phân tích hồi quy chỉ cần dùng 1 biến giả là “đối tượng khảo sát”, trong đó: “đối tượng khảo sát” = 1 nếu đang làm việc trong khu vực kinh tế nhà nước, 0 nếu đang có mong muốn làm việc tại DNNN (đang làm việc ngoài khu vực kinh tế nhà nước/chưa từng đi làm và có dự định làm việc tại DNNN trong tương lai).

Kết quả phân tích hồi quy ở Bảng 4 cho thấy việc đưa biến đối tượng khảo sát vào mô hình nghiên cứu là không có ý nghĩa về mặt thống kê ($\text{sig} > 0.05$) nên mô hình 3 đã không được lựa chọn. Điều này cho thấy không có sự khác biệt trong quyết định chọn công việc tại DNNN giữa hai nhóm đối tượng này

Bảng 4. Kết quả phân tích hồi quy đa biến khi xem xét đến đối tượng khảo sát

Biến	Mô hình 3	
	Beta	Sig.
Cơ hội đào tạo và thăng tiến	.335	.000
Thương hiệu và uy tín tổ chức	.362	.000
Sự phù hợp giữa cá nhân-tổ chức	.299	.000
Mức trả công	.115	.011
Chính sách và môi trường tổ chức	.167	.000
Chính sách và thông tin tuyển dụng	.205	.000
Hình thức trả công	.172	.000
Gia đình và bạn bè	.224	.000
Đối tượng khảo sát		.066
R ² -value		.502
Adjusted R ² -value		.484

6. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

6.1. Kết luận

Nghiên cứu đã xây dựng và kiểm chứng mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định làm việc tại DNNN với 8 nhân tố đại diện là cơ hội đào tạo và thăng tiến, thương hiệu và uy tín tổ chức, sự phù hợp giữa cá nhân-tổ chức, mức trả công, hình thức trả công, chính sách và môi

trường tổ chức, chính sách và thông tin tuyển dụng, gia đình và bạn bè. Kết quả cho thấy có mối quan hệ đồng biến giữa 8 nhân tố đại diện trên với quyết định chọn công việc tại DNNN, các hệ số hồi quy đều có ý nghĩa thống kê ở mức 1% và phù hợp với các giả thuyết đã đặt ra. Kết quả cũng chỉ ra rằng không có sự khác biệt trong quyết định chọn công việc tại DNNN giữa nhóm người đang làm việc tại DNNN và

nhóm người chưa từng làm việc tại DNNN, đang có dự định tìm kiếm một công việc tại DNNN trong tương lai. Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy trình độ chuyên môn có ảnh hưởng đến quyết định chọn công việc tại DNNN. Theo đó, các cá nhân có trình độ chuyên môn thuộc lĩnh vực kinh tế và quản trị ít có xu hướng vào làm việc tại DNNN hơn so với các cá nhân thuộc các ngành còn lại trong nền kinh tế.

Mô hình nghiên cứu cũng cho thấy các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định làm việc tại DNNN đã giải thích được 47.9% sự biến động của biến phụ thuộc quyết định chọn công việc tại DNNN đồng thời khẳng định mối quan hệ giữa các nhân tố nêu trên với quyết định chọn công việc tại DNNN.

6.2. Kiến nghị

Kết quả của nghiên cứu đem lại một số hàm ý cho nhà quản trị tại DNNN trong việc thu hút và quản lý nguồn nhân sự có trình độ của mình.

Dựa vào kết quả phân tích, có thể thấy có đến 8 nhân tố tác động trực tiếp đến quyết định chọn công việc tại DNNN hiện nay. Trong đó, các nhân tố quan trọng tác động đến quyết định chọn công việc tại DNNN là thương hiệu, uy tín tổ chức, cơ hội đào tạo, thăng tiến, sự phù hợp giữa cá nhân- tổ chức, chính sách, môi trường tổ chức, gia đình và bạn bè. Vì vậy, để thu hút và duy trì lao động có trình độ vào làm việc cho DNNN, các nhà quản lý tại DNNN cần chú ý đến một số vấn đề như sau:

Không ngừng quảng bá, nâng cao hình ảnh, uy tín DNNN trên thị trường thông qua các hoạt động thể hiện trách nhiệm của DN đối với xã hội và cộng đồng,

Thiết lập môi trường làm việc tích cực, với sự công bằng và minh bạch trong mọi hoạt động của tổ chức, phân chia trách nhiệm và thiết lập quy trình làm việc rõ ràng, tránh tình trạng chồng chéo trách nhiệm. Các chương trình phát triển nghề nghiệp và thăng tiến cần thể hiện được tính cạnh tranh và minh bạch. Chương trình đào tạo, huấn luyện và phát triển hợp lý nhằm giúp nhân viên có thể định hướng nghề nghiệp tốt hơn, hoàn thiện bản thân, khuyến khích nhân viên sáng tạo/đổi mới trong nhiều vấn đề, tạo điều kiện cho nhân viên phát huy năng lực và khả năng qua những công việc mang tính thách thức hay ở nhiều công việc khác nhau. Để xóa bỏ cảm giác đang làm một công việc không có tương lai của nhân viên, nhà quản lý DNNN nên có một kế hoạch phát triển riêng cho tất cả các công việc.

Tạo môi trường làm việc thân thiện, năng động, văn hoá doanh nghiệp vững mạnh, qua đó nâng cao uy tín và thương hiệu của DNNN trên thị trường và tạo dựng trong lòng người lao động về một DN với các giá trị văn hoá đặc trưng, phù hợp với các giá trị của xã hội.

Hoạch định một chương trình định hướng nhân sự hiệu quả với chính sách tuyển dụng công bằng, thông tin tuyển dụng đảm bảo minh bạch, rõ ràng, giúp người lao động có cái nhìn đầy đủ và toàn diện ban đầu về tổ chức, qua đó gia tăng mức độ hấp dẫn của DN trên thị trường lao động.

Một điểm cũng đáng lưu ý là mặc dù kết quả nghiên cứu cho thấy hai nhân tố mức trả công và hình thức trả công có tác động thấp nhất trong các nhân tố có ảnh hưởng đến quyết định chọn công việc tại DNNN, nhưng phần lớn người lao động đều mong muốn nhận được sự chi trả công bằng, tương xứng với những gì họ đáng nhận được. Do đó, nhà quản trị cũng cần lưu ý tạo ra môi trường làm việc ở đó thu nhập và bố trí công việc phải phù hợp với năng lực của nhân viên. Cơ chế lương, thưởng linh động, hợp lý, xứng đáng với công việc và đánh giá đúng hiệu quả công tác của nhân viên. Bởi tiền và lợi ích có thể thu hút được nhân viên đi vào cửa trước nhưng cần có những thứ khác để níu giữ cho họ không đi ra cửa sau. Nhân viên có một nhu cầu mang tính cơ bản của con người đó là được coi trọng và tự hào về công việc của họ. Các chương trình công nhận và khuyến khích góp phần đáp ứng nhu cầu này. Một chương trình công nhận và thưởng thành công không cần phải phức tạp hay xa xỉ thì mới có hiệu quả. Việc này góp phần tạo dựng một nhóm mạnh hơn, đoàn kết và cải thiện mối quan hệ trong công ty.

Cuối cùng, kết quả nghiên cứu cho thấy chỉ có nhóm yếu tố gia đình và bạn bè là nhà quản trị không thể tác động trực tiếp lên được. Tuy nhiên, việc tạo dựng, nâng cao hình ảnh, uy tín DNNN trong lòng những người đã từng nghe về tổ chức, sẽ ảnh hưởng đến nhận thức tốt của nhóm yếu tố này đối với DNNN, qua đó cũng

góp phần nâng cao sự thu hút của tổ chức đối với ứng viên.

Tóm lại, trên đây chỉ là một số kiến nghị trong quá trình nghiên cứu rút ra được, có thể sẽ không đúng cho tất cả các DNNN, song phần nào cũng tạo nên một cái nhìn cụ thể hơn cho các nhà quản trị tại DNNN với các giải pháp nhằm thu hút và quản lý nguồn nhân sự có trình độ tại DNNN trong tình hình hiện nay.

6.3. Giới hạn của nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng mẫu thuận tiện nên hạn chế khả năng tổng quát hóa. Nghiên cứu chỉ giải thích được 47.9% vấn đề nghiên cứu khi nhân rộng ra tổng thể. Nguyên nhân có thể do còn một số yếu tố khác chưa được đưa vào mô hình nghiên cứu, kích thước mẫu còn nhỏ và phạm vi nghiên cứu còn hẹp. Nghiên cứu chỉ xem xét DNNN nói chung mà chưa chú ý tới một loại hình DNNN hay thương hiệu DNNN cụ thể. Hướng nghiên cứu tiếp theo có thể mở rộng sang nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng lên quyết định chọn công việc tại một trong ba loại hình DNNN kể trên hoặc cho một thương hiệu DNNN cụ thể. Đây cũng là hướng mở ra cho các nghiên cứu tiếp theo về quyết định chọn công việc và lựa chọn tổ chức. Mô hình nghiên cứu này không chỉ được áp dụng đối với các DN thuộc khu vực kinh tế nhà nước mà còn có thể phát triển ứng dụng vào các loại hình DN thuộc các thành phần kinh tế khác trong nền kinh tế hiện nay.

IN STATE-OWNED ENTERPRISES

Tran Thi Ngoc Duyen, Cao Hao Thi
University of Technology, VNU-HCM

ABSTRACT: *The objective of this study is to identify factors influencing job choice decisions in state-owned enterprises (SOEs), basing on researches developed by Timothy A. Judge and colleagues [3, [4], [5], [10] , David G. Allen, Raj V. Mahto and Robert F. Otondo [7], Levon T. Esters and Blannie E. Bowen [8]. Results are based on data surveyed on 253 job-seeker participants who graduated from junior colleges, universities or postgraduate programs in HCM City and have the intention to pursue employment in a state-owned company. The results indicated 8 main factors influencing job choice decisions in the state-owned enterprises including training and promotional opportunities, organizational prestige and brand, person-organisation fit, pay levels, pay systems, policies and working environment, policies and information recruitment, parents and friends. All key factors had significant positive relationship with job choice decisions in state-owned enterprises at the statistically significant level of 5%. Research models accounted for 47,9% for the overall dependence of the eight above-mentioned factors on job choice decisions in state-owned enterprises.*

Keywords: *job choice decisions, state-owned enterprises (SOEs), job-seeker, Ho Chi Minh City*

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Highhouse, S. & Hoffman, J. R., *Organizational attraction and job choice*, In C. L. Cooper & I. T. Robertson (eds.) *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, Manchester, U.K.: Wiley, pp. 37-64, (2001).
- [2]. Rynes, S. L. & Barber, A. E., *Applicant attraction strategies: An organizational perspective*, *Academy of Management Review*, 15, pp 286-310, (1990).
- [3]. Timothy A. Judge, Donna Blancero, Daniel M. Cable & Daniel E. Johnson, *Effect of Selection Systems on Job Search Decisions*, Center for Advanced Human Resource Studies, USA. CAHRS Working Paper Series, pp 94-15, (1994).
- [4]. Daniel M. Cable & Timothy A. Judge. *Pay Preferences and Job Search Decisions: A person-Organization Fit Perspective*, Center for Advanced Human Resource Studies, Cornell University, Personnel Psychology Inc, (1994).
- [5]. Timothy A. Judge & Robert D. Bretz. *The Role of Human Resource Systems in Job Choice Decision*, CAHRS Working Paper Series, pp 92-30, (1992).
- [6]. Christopher J. Collins. *The Interactive Effects of Recruitment Practices and product Awareness on Job Seekers' Employer Knowledge and Application Behaviors*, In Press at the *Journal of Applied Psychology*, (2006).

- [7]. David G. Allen, Raj V. Mahto và Robert F. Otond, *Web-Based Recruitment: Effects of Information, Organizational Brand, and Attitudes toward a Web Site on Applicant Attraction*,. Journal of Applied Psychology, Vol. 92, No. 6, (2007).
- [8]. Levon T. Esters và Blannie E. Bowen, *Factors influencing Caree Choices of Urban Agricultural Education Students*, Journal of Agricultural Education, Volume 46, Number 2, (2005).
- [9]. Quinetta M. Roberson, Christopher J. Collins và Shaul Oreg, *The Effects of Recruitment Message Specificity on Applicant Attraction to Organization*, (2005).
- [10]. Daniel M. Cable & Timothy A. Judge, *Person-Organization Fit, Job Choice Decision, and Organizational Entry*, Organizational Behavior and Human Decision Processes Vol. 67, No. 3, pp. 294–311, (1996).
- [11]. Scott Highhouse, Filip Lievens, Evan F. Sinar, *Measuring attraction to organizations*. Educational and Psychological Measurement, Vol. 63 No. 6, 986-1001, (2003).
- [12]. Nguyễn Ngọc Khánh, *Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của quyết định làm việc của kỹ sư tại các công ty ở khu công nghệ cao TP. Hồ Chí Minh*, Luận văn Thạc sỹ, trường ĐH Bách Khoa - ĐHQG HCM, (2008).
- [13]. Timothy A. Judge & Robert D. Bretz, *The Effects of Work Values on Job Search Decisions*, Center for Advanced Human Resource Studies, USA. CAHRS Working Paper Series, pp 91-23, (1991).
- [14]. Blau, G. *Further exploring the relationship between job search and voluntary individual turnover*. Personnel Psychology, 46, pp 313-330, (1993).
- [15]. Trần Văn Mẫn, *Một số yếu tố ảnh hưởng đến ý định trở về làm việc tại quê nhà của sinh viên người Quảng Ngãi tốt nghiệp đại học*, Luận văn Thạc sỹ, trường ĐH Bách Khoa - ĐHQG HCM, (2006).
- [16]. <http://www.hids.hochiminhcity.gov.vn>, *Dự báo trình độ chuyên môn kỹ thuật của lao động 15 tuổi trở lên có việc làm trên địa bàn TP.HCM*.
- [17]. <http://www.hids.hochiminhcity.gov.vn>, *Dự báo cơ cấu lao động trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh chia theo thành phần kinh tế và khu vực kinh tế đến năm 2010*.