

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG



Hoàng Bá Huân

**TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC ĐẾN SỰ
GẮN BÓ CỦA NHÂN VIÊN TẠI CÔNG TY TNHH
THƯƠNG MẠI VÀ TRUYỀN THÔNG HOÀNG NHẬT**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh
Mã số: 8.34.01.01

TÓM TẮT LUẬN VĂN QUẢN TRỊ KINH DOANH
(Theo định hướng ứng dụng)

Hà Nội - 2022

Luận văn được hoàn thành tại:

HỌC VIỆN CÔNG NGHỆ BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG

Người hướng dẫn khoa học: TS. TRẦN NGỌC MINH

Phản biện 1: TS. TRẦN THỊ HÒA

Phản biện 2: TS. LÊ THỊ HẰNG

Luận văn này được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn thạc sĩ tại Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

Vào lúc:

Có thể tìm hiểu luận văn này tại:

Thư viện của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong nền kinh tế thị trường mọi doanh nghiệp đều chịu sự tác động bởi môi trường đầy cạnh tranh và thách thức. Sự tồn tại, phát triển và thành công bền vững của doanh nghiệp phụ thuộc vào nhiều yếu tố, nhưng yếu tố tiên quyết là nguồn lực con người bởi nguồn nhân lực chất lượng là tài sản to lớn đối với doanh nghiệp. Chính vì vai trò to lớn đó việc phát triển và duy trì chất lượng nguồn nhân lực là nhiệm vụ quan tâm hàng đầu của mỗi doanh nghiệp. Nếu nguồn nhân lực được coi là tài sản quý báu của doanh nghiệp thì nguồn nhân lực có sự gắn bó lâu dài được coi như lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp đó.

Các nghiên cứu nhận định những yếu tố tác động đến việc phát triển và duy trì nguồn nhân lực chất lượng cũng như xác định ra những yếu tố tác động đến sự gắn bó của nhân viên nói riêng luôn nhận được sự quan tâm của các nhà quản trị. Để xây dựng được đội ngũ nhân viên chất lượng cao và gắn bó lâu dài với doanh nghiệp thì cũng cần xây dựng một môi trường làm việc tích cực để đáp ứng tốt nhu cầu của nhân viên trong doanh nghiệp.

Có thể nhận thấy, mỗi nghiên cứu lại đưa ra những nhận định khác nhau về các yếu tố trong môi trường làm việc nơi công sở có tác động đến kết quả và sự gắn bó của nhân viên như cơ sở vật chất, chế độ chính sách đãi ngộ, mối quan hệ giữa cấp trên và cấp dưới hay mối quan hệ giữa đồng nghiệp với nhau... Tuy nhiên không thể phủ định rằng, môi trường làm việc là một trong các yếu tố làm nên sự hài lòng của nhân viên và là động lực giúp nhân viên hăng say lao động và gắn bó với doanh nghiệp. Môi trường làm việc tiêu cực khiến cho không khí luôn căng thẳng, hiệu suất công việc thấp và tỷ lệ nhân viên bỏ việc cao – là điều mà các nhà quản trị doanh nghiệp đều không muốn doanh nghiệp của mình gặp phải.

Với mục đích cải thiện môi trường làm việc nhằm xây dựng đội ngũ nhân lực chất lượng và gắn bó lâu dài với doanh nghiệp có ý nghĩa đặc biệt quan trọng mà trong những năm gần đây phần lớn các doanh nghiệp chưa thực sự quan tâm đến. Từ những lý do trên, tôi đã chọn đề tài nghiên cứu “***Tác động của môi trường làm việc đến sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật***” làm đề tài nghiên cứu luận văn thạc sĩ quản trị kinh doanh với mong muốn kết quả của luận văn có thể giúp Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật áp dụng để xây dựng các giải pháp cải thiện môi trường làm việc để tạo động lực tốt hơn nữa cho nhân viên trong thời gian tới.

2. Tổng quan về vấn đề nghiên cứu:

Hiện nay có rất nhiều công trình nghiên cứu nước ngoài có liên quan đến sự gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp với lý luận và nội dung bám sát thực tế như:

Michael Armstrong (2006), “A handbook of human resource management Practice”. Trong nghiên cứu này cung cấp thông tin đầy đủ để hiểu và thực hiện quản trị nhân sự liên quan đến nhu cầu của doanh nghiệp nói chung, gồm phạm vi cung cấp chuyên sâu về tất cả các lĩnh vực chính cần thiết cho chức năng quản trị nhân sự, những thành tựu mới nhất trong quản trị nguồn nhân lực và trách nhiệm của xã hội. Bên cạnh đó đề cập đến các chiến lược giúp các tổ chức có thể thu hút và giữ chân những nhân tài, đồng thời phát triển môi trường làm việc hiệu quả và tuyệt vời và là động lực để nhân viên gắn bó với doanh nghiệp.

Prof.Dr. Abdul Ghafoor Awan (2015), “Impact of working environment on employee’s productivity: A case study of Banks and Insurance Companies in Pakistan”. Trong nghiên cứu này, trọng tâm chính được thực hiện là làm thế nào để tạo ra môi trường làm việc thuận lợi trong tổ chức. Các biến được lựa chọn để nghiên cứu thuộc về các khía cạnh hành vi của môi trường làm việc và đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển một môi trường làm việc thuận lợi. Các yếu tố đã được nghiên cứu trong bối cảnh các ngân hàng và công ty bảo hiểm chủ yếu phụ thuộc vào nỗ lực sản xuất của nhân viên vì sự phát triển của tổ chức.

Tại Việt Nam, liên quan đến đề tài môi trường làm việc tác động đến sự gắn bó của nhân viên cũng đã được nhiều tác giả lựa chọn nghiên cứu:

Lý Thị Hiền (2014), các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn bó của công chức, viên chức đối với tổ chức ở khu vực hành chính sự nghiệp trên địa bàn thành phố Rạch Giá. Nghiên cứu này nhằm mục đích xác định các yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến sự gắn bó của công chức, viên chức tại thành phố Rạch Giá.

Lê Thị Vân (2015), ảnh hưởng của môi trường làm việc đến kết quả công việc của trình dược viên các công ty dược phẩm đa quốc gia tại thành phố Hồ Chí Minh. Nghiên cứu này được thực hiện nhằm tìm hiểu ảnh hưởng của môi trường làm việc đến kết quả công việc của trình dược viên các công ty dược phẩm đa quốc gia tại thành phố Hồ Chí Minh.

Nhìn chung, đánh giá tác động của môi trường làm việc đến sự gắn bó của nhân viên là một đề tài nhận được nhiều sự quan tâm của các nhà nghiên cứu trong và ngoài nước. Tại Việt Nam, thương mại điện tử đang rất phát triển và sự cạnh tranh trong ngành là rất lớn. Các doanh nghiệp có nguồn nhân lực chất lượng và gắn bó sẽ nắm được lợi thế trong phát triển kinh doanh. Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật cũng đang tập trung

thực hiện xây dựng môi trường làm việc thu hút được nhân viên và phương hướng phát triển nguồn nhân lực chất lượng và gắn bó dài lâu với doanh nghiệp. Bởi vậy, luận văn với đề tài “*Tác động của môi trường làm việc đến sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật*” có ý nghĩa lý luận và thực tiễn. Đề tài này không trùng với công trình khoa học nào mà tác giả được biết. Những nghiên cứu trong luận văn sẽ là cơ sở để giúp Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật cải thiện và nâng cao chất lượng môi trường làm việc góp phần tăng sự gắn bó của cán bộ công nhân viên trong Công ty.

3. Mục đích nghiên cứu:

Luận văn hướng tới mục đích đề xuất các giải pháp nhằm tăng sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật thông qua môi trường làm việc

Để thực hiện mục đích nghiên cứu, các nhiệm vụ nghiên cứu sau đây sẽ được thực hiện:

Nghiên cứu lý thuyết về môi trường làm việc và sự gắn bó của nhân viên đối với doanh nghiệp.

Nghiên cứu và phân tích thực trạng tác động của môi trường làm việc đến sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật.

Đưa ra một số giải pháp cụ thể và phù hợp để hoàn thiện môi trường làm việc nhằm tăng sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật và kiến nghị.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu: Những tác động của môi trường làm việc đến sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật.

Phạm vi nghiên cứu:

Về không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật đối với các cán bộ công nhân viên làm việc tại đây.

Về thời gian: Nghiên cứu thực trạng tác động của môi trường làm việc đến sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật từ 2019 đến 2021.

5. Phương pháp nghiên cứu:

Phương pháp nghiên cứu của luận văn là sự kết hợp các phương pháp sau:

- **Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp:** Để đánh giá tác động của môi trường làm

việc đến sự gấn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật, tác giả tiến hành thiết kế bảng câu hỏi khảo sát. Tác giả đã thiết kế bảng hỏi trắc nghiệm Phiếu khảo sát được in và gửi trực tiếp đến các cá nhân đang làm việc tại các bộ phận, phòng ban của Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật. Thời điểm tiến hành điều tra, khảo sát từ tháng 5/2022 đến tháng 8/2022. Thông tin sơ cấp được nhập, thống kê, xử lý số liệu trên máy tính bằng phần mềm Excel.

- Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp: Số liệu thứ cấp được thu thập phân tích tổng hợp số liệu từ các báo cáo tổng kết định kỳ; tài liệu lưu trữ tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật; các giáo trình, tài liệu, đề tài nghiên cứu khoa học, sách báo, tạp chí và nguồn thông tin trên mạng internet Các số liệu thứ cấp được phân tích, so sánh để rút ra thông tin cần thiết chứng minh cho vấn đề.

6. Kết cấu luận văn

Với mục đích, đối tượng, phạm vi và phương pháp nghiên cứu đã được xác định, luận văn này được thiết kế thành ba chương, đi từ lý thuyết đến thực tiễn, cụ thể như sau:

Chương 1: Tổng quan môi trường làm việc và sự gấn bó của nhân viên

Chương 2: Thực trạng tác động của môi trường làm việc sự gấn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm hoàn thiện môi trường làm việc để tạo sự gấn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật.

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC VÀ SỰ GẮN BÓ CỦA NHÂN VIÊN

1.1. Cơ sở lý thuyết

1.1.1. Sự gắn bó của nhân viên với tổ chức

Trong nghiên cứu này, tác giả cho rằng các khái niệm “gắn bó” và “gắn kết” được hiểu như nhau. Sự gắn bó với tổ chức được hiểu là sự gắn bó, duy trì tham gia công việc, sự cống hiến cho tổ chức nhằm hướng tới một mục tiêu chung làm cho tổ chức phát triển bền vững, tạo dựng cho thương hiệu tổ chức có uy tín

1.1.2. Các lý thuyết liên quan đến sự gắn bó của nhân viên với tổ chức

1.1.2.1. Thuyết nhu cầu của Abraham Maslow (1943)

Thuyết cấp bậc nhu cầu của Maslow là thuyết đạt tới đỉnh cao trong việc nhận dạng các nhu cầu tự nhiên của con người nói chung [6] Maslow cho rằng hành vi con người bắt nguồn từ nhu cầu và những nhu cầu của con người được sắp xếp theo thứ tự ưu tiên từ thấp tới cao.

Bảng 1.1. Các yếu tố trong bậc thang nhu cầu Maslow

Nhu cầu	Được thực hiện tại nơi làm việc
Tự khẳng định mình	Cơ hội đào tạo, thăng tiến, phát triển sáng tạo
Ghi nhận, tôn trọng	Được ghi nhận, vị trí cao, tăng thêm trách nhiệm
Xã hội	Nhóm làm việc, đồng nghiệp, lãnh đạo, khách hàng
An toàn	Công việc an toàn, lâu dài
Vật chất – Sinh lý	Nhiệt độ, không khí, lương cơ bản

1.1.2.2. Thuyết hai nhân tố Frederick Herzberg (1959)

Bảng 1.2. Thuyết hai nhân tố của Herzberg

THUYẾT HAI NHÂN TỐ	
Các yếu tố duy trì (Phạm vi công việc)	Các yếu tố thúc đẩy (Nội dung công việc)
Lương và các khoản phúc lợi phụ	Công việc có ý nghĩa
Sự giám sát	Cảm nhận về sự hoàn thành
Điều kiện làm việc	Cơ hội thăng tiến
Các chính sách quản trị	Sự công nhận khi hoàn thành công việc

1.1.2.3. Thuyết ERG (Existence Relatedness Growth) của Clayton Alderfer (1972)

Thuyết ERG giải thích được tại sao các nhân viên hay tìm kiếm mức lương cao hơn và điều kiện làm việc tốt hơn ngay cả khi những điều kiện này là tốt và đạt các tiêu chuẩn của thị trường lao động. Khi các nhân viên chưa cảm thấy thỏa mãn với nhu cầu giao tiếp và nhu cầu tăng trưởng hiện tại, họ sẽ tìm cách được thỏa mãn [6].

1.2.1.4. Thuyết kỳ vọng của Victor Vroom (1964)

Về căn bản, học thuyết kỳ vọng cho rằng mức độ hành động và động lực của một cá nhân phụ thuộc vào: Mức độ mà cá nhân kỳ vọng về kết quả đạt được khi đã nỗ lực thực hiện công việc; Mối liên hệ giữa phần thưởng của tổ chức với kết quả đạt được; Tính hấp dẫn của phần thưởng đó đối với cá nhân [1].

1.1.2.5. Thuyết X và thuyết Y của Douglas McGregor (1957)

Thuyết X là lý thuyết máy móc và thiên hướng tiêu cực về con người và hành vi con người. Cho rằng con người bản chất không thích làm việc và luôn trốn tránh khi có thể. Cần phải thưởng nếu muốn họ làm việc và trừng phạt khi họ không làm việc. Con người thích bị kiểm soát, nếu bị kiểm soát mới làm việc tốt.

1.1.2.6. Thuyết công bằng của Stacy Adam (1963)

1.1.3. Lý thuyết về môi trường làm việc

Môi trường làm việc là sự nhận thức của nhân viên về nơi mà họ làm việc theo hai khía cạnh là an toàn và ý nghĩa (Brown và Leigh, 1996). Ở đây, hai tác giả đưa ra các yếu tố mang lại cảm giác an toàn cho nhân viên là sự ủng hộ của cấp trên, trách nhiệm công việc rõ ràng, sự giao tiếp thẳng thắn và cởi mở. Các yếu tố mang lại cảm giác ý nghĩa cho nhân viên đó là sự đóng góp vào mục tiêu của tổ chức, sự công nhận đầy đủ về những đóng góp của nhân viên và cơ hội học hỏi và phát triển cá nhân.

1.2. Mối quan hệ giữa môi trường làm việc và sự gắn bó của nhân viên

1.2.1 Mối quan hệ với khách hàng và sự gắn bó

1.2.2 Mối quan hệ giữa điều kiện làm việc và sự gắn bó

- Mức độ hỗ trợ của người quản lý đối với nhân viên.
- Lòng trung thành của người nhân viên đối với người quản lý.
- Sự tin tưởng của nhân viên vào người quản lý.
- Mức độ phản hồi thường xuyên của người quản lý dành cho nhân viên.
- Mức độ thấu hiểu và quan tâm đến nhân viên của nhà quản lý.

- Sự ghi nhận của người quản lý đối với các nhân viên tiềm năng.

1.2.3 Mỗi quan hệ giữa thu nhập, chính sách đãi ngộ và sự gắn bó

Bản chất tiền lương thay đổi tùy theo các điều kiện, trình độ phát triển kinh tế xã hội và nhận thức của con người.

Đãi ngộ và lương, thưởng tốt làm cho nhân viên cảm thấy hài lòng và thỏa mãn hơn về mặt vật chất. Từ đó họ sẽ an tâm cống hiến, gắn bó lâu dài với công việc hơn, đó là lý do mà tác giả chọn nhân tố này đưa vào đề tài nghiên cứu.

1.2.4 Mỗi quan hệ giữa đào tạo và sự gắn bó

Tóm lại, ngày nay nhân viên sẽ gắn bó hơn đối với tổ chức một khi họ thấy được họ có cơ hội được đào tạo và phát triển bản thân trong tổ chức đó. Khi làm việc trong một tổ chức mà biết rằng chẳng có cơ hội nào để phát triển bản thân hoặc còn mờ mịt về tương lai thì rất khó để nhân viên gắn bó lâu dài, họ sẽ chờ đợi một cơ hội phù hợp để rời bỏ doanh nghiệp

1.2.5 Mỗi quan hệ giữa cơ hội thăng tiến và sự gắn bó

Thăng tiến là sự tiến bộ về chuyên môn, về cấp bậc, địa vị trong công việc. Cơ hội phát triển nghề nghiệp được hiểu như các bước tiến trong nghề nghiệp, thăng tiến trong công việc đồng nghĩa với việc cấp trên nhìn nhận vào năng lực làm việc và sự phấn đấu của nhân viên chứ không chỉ nhờ vào mối quan hệ.

1.2.6 Mỗi quan hệ giữa người quản lý và sự gắn bó

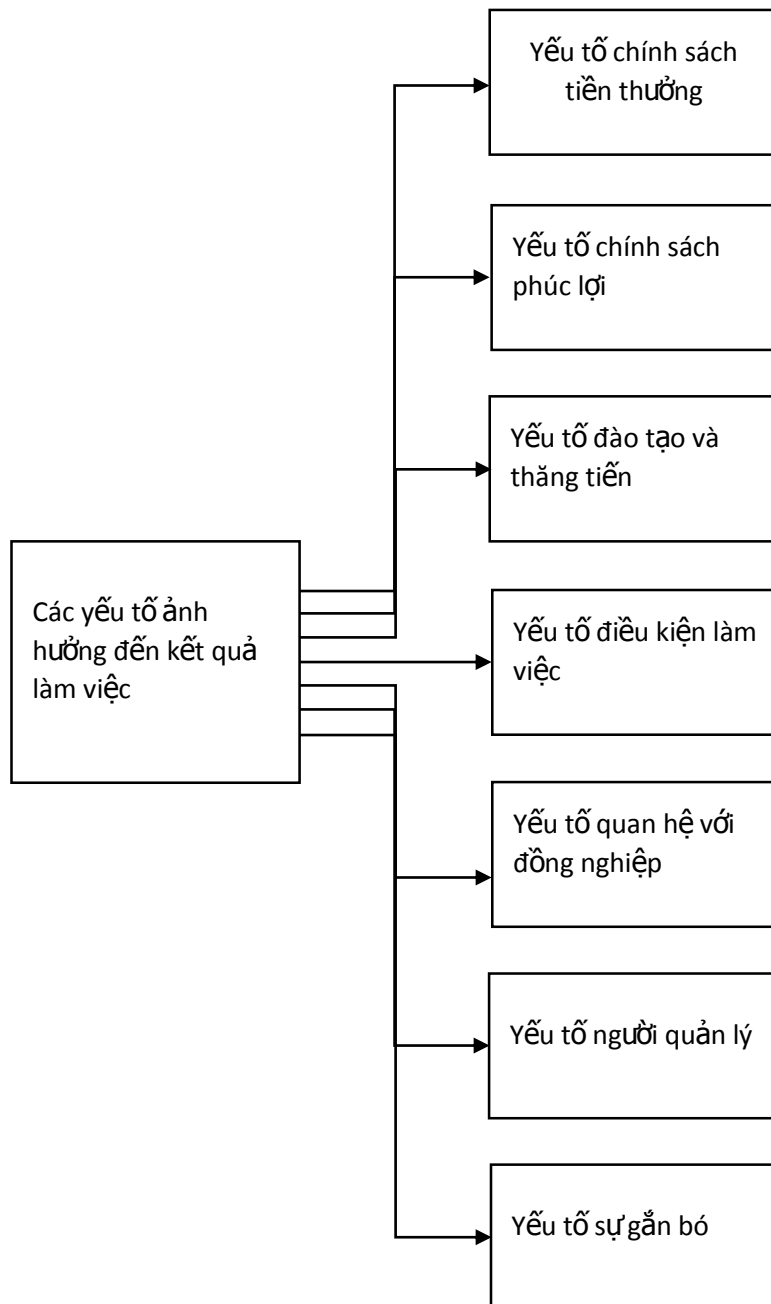
Là những cảm nhận liên quan đến các hành vi, quan hệ với lãnh đạo trong công việc tại nơi làm việc, sự khuyến khích và hỗ trợ của lãnh đạo để có thể biết được phạm vi trách nhiệm và hoàn thành công việc tốt. Nếu lãnh đạo kỳ vọng vào sự trung thành và gắn bó của nhân viên thì họ sẽ có thái độ và hành vi tích cực đối với nhân viên, từ đó họ có thể sẽ được đáp lại bằng sự cống hiến và nỗ lực hết mình từ những nhân viên đó.

1.2.7 Mỗi quan hệ giữa đồng nghiệp và sự gắn bó

Đồng nghiệp: Trong đề tài này thì đồng nghiệp là người cùng làm trong một công ty với bạn và là người mà bạn thường xuyên trao đổi, chia sẻ với nhau về công việc. Là những cảm nhận liên quan đến hành vi, quan hệ với đồng nghiệp trong công việc tại nơi làm việc, sự phối hợp và giúp đỡ nhau trong công việc.

1.3. Các yếu tố môi trường làm việc ảnh hưởng đến kết quả công việc của nhân viên

Trên cơ sở lý thuyết về môi trường làm việc, kết quả công việc và các nghiên cứu trước về các yếu tố môi trường làm việc ảnh hưởng đến kết quả công việc của nhân viên, tác giả kế thừa nghiên cứu của Rego và Cộng sự (2008); Collins và Stevens (2002), Keller (1993); Brown và Leigh (1996); Herzberg (1959) và Kovach (1987), tác giả đề xuất 07 yếu tố môi trường làm việc, thang đo thành phần ảnh hưởng đến kết quả công việc của nhân viên, như sau:



Hình 1.1. Mô hình nghiên cứu của Rego và cộng sự 2008

Kết luận chương:

Chương 1 đã đưa ra cơ sở lý thuyết về tổng quan môi trường làm việc và sự gắn bó của nhân viên. Những lý luận này sẽ là cơ sở để thực hiện nghiên cứu đánh giá tại chương 2.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC ĐẾN SỰ GẮN BÓ CỦA NHÂN VIÊN TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VÀ TRUYỀN THÔNG HOÀNG NHẬT.

2.1. Tổng quan về đơn vị nghiên cứu

2.1.1 Giới thiệu về Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật.

Tên giao dịch: HOANG NHAT MEDIA AND TRADING COMPANY LIMITED

Loại hình hoạt động: Công ty TNHH Một Thành Viên

Mã số thuế: 0109799768

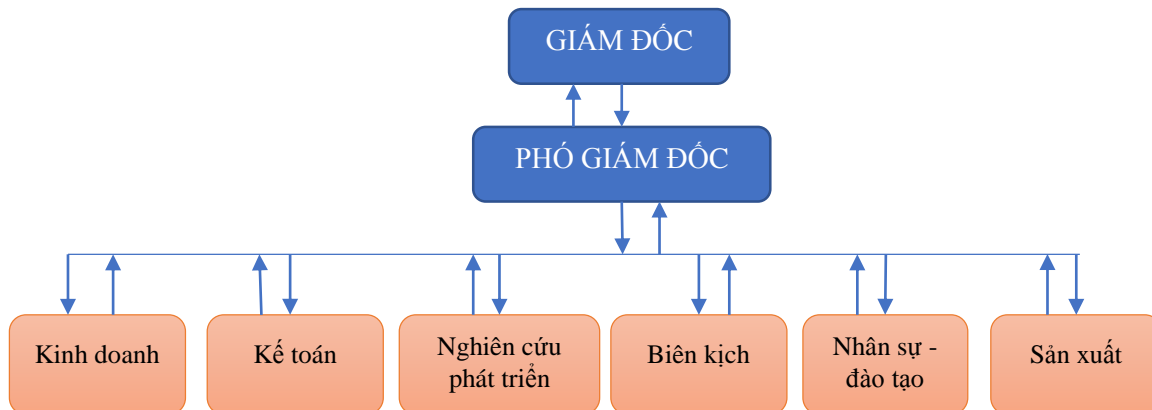
Địa chỉ: Tầng 16 Tòa nhà Việt Á, Số 9 Phố Duy Tân, Phường Dịch Vọng Hậu, Quận Cầu Giấy, Thành phố Hà Nội

Đại diện pháp luật: Hoàng Bá Huân

Điện thoại trụ sở: 0961.221.995

Ngành nghề và lĩnh vực kinh doanh: Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật chủ yếu Hoạt động trong lĩnh vực quảng cáo và sản xuất các video, phim hoạt hình về chủ đề giáo dục, giải trí tại các nền tảng YouTube, Facebook, Tiktok trên thị trường quốc tế. Công ty Hoàng Nhật khởi đầu là một đơn vị sản xuất nội dung nhỏ trên YouTube, chưa có vốn, chưa có kinh nghiệm, các sản phẩm của Công ty chủ yếu khai thác nội dung trên Youtube. Qua thời gian, Hoàng Nhật luôn thể hiện sự kiên trì, nỗ lực học hỏi, phát triển, làm việc có hệ thống và không ngừng cải tiến chất lượng nội dung, cùng sự đột phá về tư duy – dám nghĩ lớn làm lớn, sáng tạo, cầu tiến để chinh phục những tiêu chuẩn khắt khe về chất lượng của những thị trường tiêu chuẩn cao và mở rộng ra toàn thế giới.

2.1.2 Cơ cấu tổ chức và nhiệm vụ của Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật.



Hình 2.1. Cơ cấu tổ chức của Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật

(Nguồn: Phòng nhân sự - đào tạo - đào tạo)

2.1.3 Đặc điểm nhân sự của Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật.

Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật có đội ngũ nhân sự rất trẻ với độ tuổi từ năm 1988 – 2002.

- + Có mục tiêu rõ ràng
- + Giúp đỡ đồng nghiệp
- + Hợp tác làm việc theo nhóm
- + Cùng chung tay xây dựng và phát triển công ty

2.1.3.1. Cơ cấu nhân viên theo giới tính

Bảng 2.1. Cơ cấu nhân viên theo giới tính

(Đơn vị: người)

Giới tính	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021	
	Số lượng	Tỉ lệ %	Số lượng	Tỉ lệ %	Số lượng	Tỉ lệ %
Nam	21	48.8	23	47.9	27	52.9
Nữ	22	51.2	25	52.1	24	47.1
Tổng số	43	100	48	100	51	100

(Nguồn: phòng nhân sự - đào tạo công ty)

2.1.3.2. Cơ cấu nhân viên theo trình độ

Bảng 2.2. Cơ cấu nhân viên theo trình độ chuyên môn

Trình độ chuyên môn	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021	
	Số lượng	Tỉ lệ %	Số lượng	Tỉ lệ %	Số lượng	Tỉ lệ %
Trên đại học	0	0	1	2.1	1	1.96
Đại học	24	55.8	27	56.2	31	60.8
Cao đẳng	10	23.3	14	29.2	15	29.4
Trung cấp	7	16.3	5	10.4	3	5.88
Khác	2	4.6	1	2.1	1	1.96
Tổng	43	100	48	100	51	100

(Nguồn: phòng nhân sự - đào tạo công ty)

2.1.3.3. Cơ cấu nhân viên theo độ tuổi

Bảng 2.3. Cơ cấu nhân viên theo độ tuổi

(Đơn vị: người)

Độ tuổi	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021	
	Số lượng	Tỉ lệ %	Số lượng	Tỉ lệ %	Số lượng	Tỉ lệ %
Dưới 26	14	32.6	18	37.5	19	37.3
Từ 26-30	19	44.2	21	43.75	23	45.1
Từ 31-35	9	20.9	9	18.75	9	17.6
Trên 36	1	2.3	0	0	0	0
Tổng	43	100	48	100	51	100

(Nguồn: phòng nhân sự - đào tạo công ty)

2.1.4 Đặc điểm công việc của Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật.

Công việc của Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật còn rất mới lạ với nhiều người, rất thu hút các nhân sự trẻ hiện nay, công việc thú vị, có nhiều cơ hội sáng tạo và phát triển.

Bảng 2.4. Mô tả các công việc của Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật

Công việc	Yêu cầu công việc
-----------	-------------------

Sản xuất các video và phim hoạt hình	<ul style="list-style-type: none"> - Cần hiểu rõ về các chính sách trên các nền tảng mạng xã hội Youtube, Facebook và Tiktok. - Sáng tạo tỉ mỉ trong công việc - Làm việc cẩn thận kĩ tính - Luôn học hỏi không ngừng nâng cao năng lực để bắt kịp xu thế
Quảng cáo	<ul style="list-style-type: none"> - Nắm bắt các kiến thức cơ bản về quảng cáo - Nhanh nhẹn thích nghi với thị trường - Am hiểu và nắm bắt tâm lý khách hàng - Hiểu về sản phẩm

(Nguồn: phòng nhân sự - đào tạo công ty)

2.2. Thực trạng của môi trường làm việc tác động đến sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật.

2.2.1. Quan điểm và mục tiêu xây dựng môi trường làm việc tích cực để tác động đến sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật.

- Thiết lập các đặc tính và giá trị rõ ràng cho công ty
- Thúc đẩy sự hợp tác và giao tiếp giữa nhân viên
- Kiến tạo môi trường làm việc thân thiện
- Thiết lập mục tiêu rõ ràng và khen thưởng cho nhân viên có năng lực
- Tạo cơ hội để nhân viên được phát triển và thăng tiến

2.2.2. Phân tích các yếu tố môi trường làm việc tác động đến sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật

2.2.2.1. Điều kiện làm việc

Cơ sở vật chất kỹ thuật là một trong những yếu tố quan trọng phản ánh năng lực. Bởi vậy, việc củng cố và xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật là rất cần thiết cho quá trình sản xuất kinh doanh. Cho nên, công ty đặc biệt quan tâm, chú ý đến kế hoạch xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật hàng năm.

2.2.2.2. Thu nhập và chính sách đãi ngộ

Chính sách đãi ngộ song hành với những quy định đó để đảm bảo sự thu hút các nhân viên mới có tiềm năng và giữ chân những nhân viên có năng lực, lòng cốt của công ty. Các

nhân viên trong công ty luôn có tinh thần trách nhiệm cao để hoàn thành tốt công việc được giao. Đó chính là yếu tố giúp cho công ty phát triển và tạo được sự tin tưởng đối với khách hàng.

Về mức lương, dựa trên năng lực và chức vụ để áp dụng phù hợp cho mỗi nhân viên.

Bảng 2.5. Mức lương dựa trên năng lực và chức vụ

(Đơn vị: triệu đồng/tháng)

Chức vụ	2019	2020	2021
Phó giám đốc	10 – 15	12- 18	15 – 20
Quản lý	8 – 12	9 – 14	10 – 15
Tổ trưởng	6 – 9	7 – 10	7.5 – 11
Nhóm trưởng	6 – 9	7 – 10	7.5 – 11
Nhân viên	6 – 9	7 – 10	7.5 – 11

(Nguồn: Phòng kế toán công ty)

Bảng 2.6. Các khoản phụ cấp

(Đơn vị: VNĐ/tháng)

Phụ cấp	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Phụ cấp đi lại	100.000	150.000	200.000
Phụ cấp điện thoại	100.000	100.000	100.000
Phụ cấp gửi xe	200.000	200.000	200.000
Trưởng Phòng và tổ trưởng	500.000	500.000	1.000.000
Nhóm trưởng		300.000	500.000
Chuyên cần	200.000	200.000	200.000
Nhân viên xuất sắc	300.000	300.000	500.000

(Nguồn: Phòng kế toán công ty)

❖ Bảng cơ chế KPI cơ bản

Bảng 2.7. Mức thưởng theo KPI của Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật

Phòng Ban	Nhân sự	KPI	Mức Thưởng
Phòng sản xuất	Quay Phim	24 tập/ 1 tháng (16 phút)	Đủ KPI 500.000. Dư 1sp + 300.000
	Editor	36 tập/ 1 tháng.	Đủ KPI 500.000.

			Dư 1sp + 300.000.
	Animation	48 phút/ 1 tháng.	Đủ KPI 500.000. Dư 1phút + 200.000.
	Model	10 sp/ 1 tháng.	Đủ KPI 500.000 Dư 1sp + 1.000.000.
	Âm thanh	36 tập/ 1 tháng.	Đủ KPI 500.000. Dư 1sp + 300.000.
Biên kịch	Kịch bản	30 kb/ 1 tháng.	Đủ KPI 500.000. Dư 1 kb + 300.000.
	Nội dung	20 bài/ 1 tháng.	Đủ KPI 500.000. Dư 1 bài + 300.000.

(Nguồn: Phòng kế toán công ty)

Ngoài ra, phòng nghiên cứu phát triển, kinh doanh, nhân sự - đào tạo và kế toán thường phân trăm theo doanh thu từng dự án.

2.2.2.3. Đào tạo

Bảng 2.8. Thống kê các khóa đào tạo và chi phí cho nhân sự được cử đi đào tạo

(Đơn vị: VNĐ)

Tên khóa đào tạo	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021
Digital Media	5.000.000	10.000.000	10.000.000
Advertising (Quảng cáo)	3.000.000	5.000.000	5.000.000
Visual Effects (Kỹ xảo)	5.000.000	7.000.000	7.000.000
Films (Làm phim, vlog...)	2.000.000	3.000.000	3.000.000
Video Production (Sản xuất phim)	5.000.000	10.000.000	10.000.000

(Nguồn: Phòng nhân sự - đào tạo)

Đào tạo tại công ty: hàng tháng các tổ trưởng tổ chức 1 buổi đào tạo và nâng cao năng lực cho các nhân sự của các phòng ban.

Gửi đào tạo tại các công ty lớn cùng lĩnh vực: dựa vào mối quan hệ tốt giữa đội ngũ lãnh đạo của các công ty. Các trưởng phòng hoặc tổ trưởng sẽ được gửi sang các công ty lớn học hỏi kinh nghiệm, nâng cao năng lực 1 năm 2 lần. Thời gian đào tạo 7 ngày.

2.2.2.4. Cơ hội thăng tiến

Công ty luôn chú trọng việc đào tạo và phát triển trình độ cũng như năng lực của mỗi

nhân viên. Với mục tiêu đội ngũ nhân viên của công ty luôn có giàu năng lực, để đáp ứng đầy đủ yêu cầu chuyên môn ở mỗi bộ phận làm việc, cũng như những chiến lược phát triển của công ty. Bên cạnh đó, cũng sẽ có những cơ hội thăng tiến khích lệ tinh thần làm việc của các nhân viên.

2.2.2.5. Người quản lý

Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật luôn ra sức bảo đảm tất cả mọi người đều được đối xử công bằng. Công ty tìm kiếm những nhân viên phù hợp với công ty, trả lương đúng hạn, lắng nghe nhu cầu của họ và hỗ trợ hết mức có thể. Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật đặt ra các nội quy, chính sách và áp dụng công bằng với tất cả, và toàn thể nhân viên phải tuân theo chúng. Đôi khi, điều này có nghĩa là phải thực thi kỷ luật, nhưng mục tiêu chính của Công ty là tìm kiếm giải pháp có lợi cho tất cả các bên. Mỗi một thành viên trong mỗi phòng ban đều phải có tinh thần sẵn sàng học hỏi và tiếp thu kỹ năng mới trong khi vẫn luôn sẵn sàng hỗ trợ nhau hết mình.

2.2.2.6. Đồng nghiệp

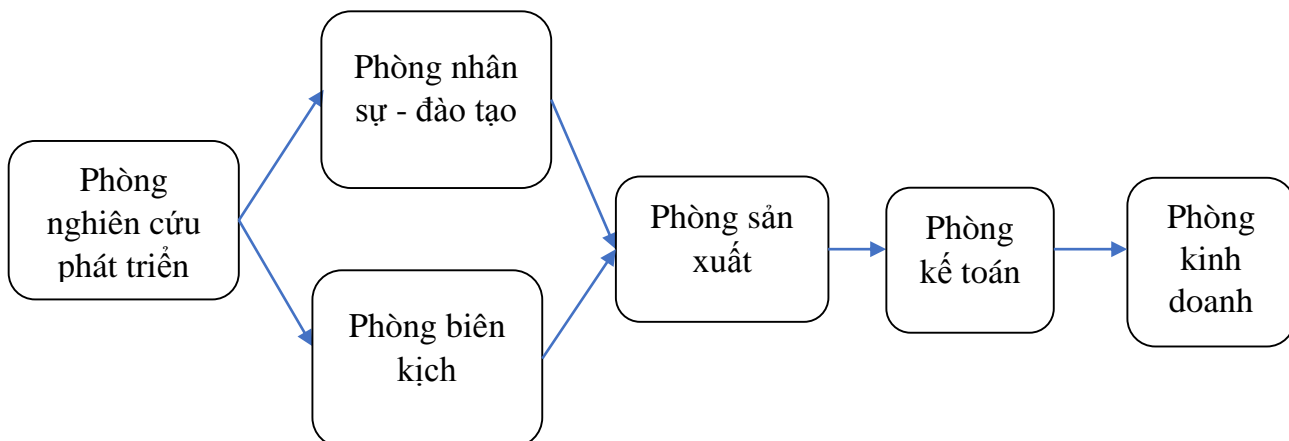
Mối quan hệ nơi công sở ghi nhận sự tương tác, hỗ trợ giữa các cặp quan hệ giữa nhân viên – sếp, nhân viên – nhân viên, nhân viên – khách hàng..... Chính vì vậy không thể "coi thường" quan hệ với những người đồng cấp. Nhận thức được tầm quan trọng đó, nhân viên công ty cũng luôn có các biện pháp cụ thể, thiết thực nhằm xây dựng một mối quan hệ tốt đẹp giữa các thành viên trong công ty. Một số biện pháp cụ thể mà công ty luôn duy trì thực hiện đó là:

Đào tạo đạo đức nơi làm việc:

Tuyên truyền cho nhân viên:

Thưởng, phạt những hành vi đạo đức:

Thảo luận và tranh luận:



Hình 2.2. Môi quan hệ công việc các phòng ban

(Nguồn: phòng nhân sự - đào tạo công ty)

2.3. Kết quả khảo sát

2.3.1. Yếu tố chính sách tiền lương

Nhận xét: Qua bảng số liệu trên, chúng ta có thể thấy yếu tố mức lương ngang bằng với các công ty khác trong cùng lĩnh vực được đánh giá thấp nhất, vì vậy công ty cần phải hết sức chú ý trong vấn đề này vì nó cũng ảnh hưởng quan trọng đến sự gắn bó của nhân viên với công ty, tiền lương đáp ứng nhu cầu cuộc sống chỉ ở mức bình thường còn những vấn đề khác trong tiền lương thì đã đáp ứng tốt.

2.3.2. Yếu tố chính sách phúc lợi

Nhận xét: Mức độ đánh giá của người lao động về các tiêu chí thuộc yếu tố phúc lợi ở mức khá tốt. Công ty đã thực hiện tốt việc tham gia đóng bảo hiểm cho nhân viên cũng như trong vấn đề hỗ trợ kinh phí công tác.

2.3.3. Yếu tố đào tạo và thăng tiến

Nhận xét: Nhìn vào bảng số liệu trên, ta có thể thấy chính sách đào tạo và phát triển ở công ty là tốt. Các tiêu chí đều có giá trị trung bình trên 3.6 ở mức đánh giá đồng ý.

2.3.4. Yếu tố điều kiện làm việc

Nhận xét: Mức độ đánh giá của nhân viên ở mức độ điều kiện làm việc khá tốt. Qua đó cho thấy công ty đã đảm bảo điều kiện để nhân viên thực hiện công việc.

2.3.5. Yếu tố quan hệ với đồng nghiệp

Nhận xét: Có thể thấy, với nhóm nhân tố cấp trên, người lao động có sự hài lòng khá cao (tất cả các nhân tố đều có sự hài lòng trên 4). Đặc biệt là nhân tố “Cấp trên có năng lực”, có độ hài lòng trung bình là 4,37 và “cấp trên quan tâm đời sống người lao động” có độ hài lòng trung bình là 4,3. Điều này có thể được giải thích bởi lí do, mọi cấp quản lí của công ty đều có trình độ đại học trở lên và có nhiều năm kinh nghiệm trong nghề. Chính điều đó làm cho cấp trên rất có uy tín trong chuyên môn nghiệp vụ, và nhận được sự đồng thuận cao của nhân viên. Không những thế, cấp trên luôn đặc biệt quan tâm đến đời sống của người lao động, có những giúp đỡ đồng viên khi cần thiết.

Tuy nhiên, đối với các nhân tố khác, vẫn còn một số người lao động có thái độ đánh giá là không hài lòng. Dù số lượng này không lớn, nhưng cũng là một điều đáng quan tâm, bởi nó chứng tỏ còn nhiều tồn đọng trong thái độ, hành động của cấp trên với người lao động.

Cách đánh giá, đối xử không khách quan, công bằng sẽ tạo nên tâm lí khó chịu, ảm

ức trong lòng người lao động. Những nhà quản lí cần quan tâm đến các vấn đề này để có thể tăng được sự hài lòng của nhân viên.

Bên cạnh đó, dù lãnh đạo theo phong cách dân chủ, nhưng vẫn có rất nhiều người lao động vẫn tỏ ra chưa hài lòng, do thực sự cấp trên vẫn chưa ghi nhận ý kiến đóng góp của họ.

Điều này tạo tâm lí thất vọng, cảm giác không được coi trọng đối với người lao động. Việc không ghi nhận ý kiến cấp dưới sẽ làm cho cấp trên có những quyết định sai lầm, không phù hợp hoặc tạo nên một hình ảnh cấp trên chuyên quyền độc đoán.

2.3.7. *Yếu tố sự gắn bó*

Trong thành phần về “Sự gắn bó của người lao động”, các biến quan sát có trung bình dao động từ 2.51 đến 3.55 điểm. Trong đó, 2 yếu tố được đánh giá ở mức dưới trung bình là “Sự tự hào được làm việc tại công ty mình” (2.53 điểm) và “Sẽ cam kết gắn bó làm việc lâu dài với công ty” (2.51 điểm). Đây là 2 nhân tố cần chú trọng cải thiện. Hai nhân tố còn lại được đánh giá ở mức trên trung bình là “Sự hài lòng về chính sách với người lao động” (3.54 điểm) và “Sẽ giới thiệu mọi người về công ty mình là nơi làm việc tốt” (3.55 điểm) cũng cần phải được nâng cao.

2.4. Đánh giá chung về môi trường làm việc tác động đến sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật

2.4.1. *Những mặt tích cực của môi trường làm việc tác động đến sự gắn bó của nhân viên.*

❖ Yếu tố người quản lý

Thực tế tại công ty cho thấy được các cấp lãnh đạo trực tiếp luôn hòa đồng với nhân viên có sự trao đổi và hướng dẫn cho nhân viên cấp dưới điều này sẽ giúp cho nhân viên gắn kết hơn với doanh nghiệp.

❖ Yếu tố đồng nghiệp – môi trường làm việc

Qua phân tích và tìm hiểu thực tế, mọi người đều làm việc hòa đồng và vui vẻ với nhau, luôn có sự giúp đỡ lẫn nhau trong cùng một nhóm, phòng ban. Điều này làm cho mọi người trong công ty cùng đoàn kết, phối hợp để hoàn thành công việc.

❖ Yếu tố chính sách đãi ngộ

Về chính sách đãi ngộ, hiện tại công ty có chính sách thăng tiến cho nhân viên bằng cách nhân viên có thể tự ứng tuyển vào vị trí cao hơn trước khi công ty tuyển dụng từ nguồn lực bên ngoài. Điều này làm cho nhân viên không ngừng nỗ lực cố gắng để trao dồi kiến thức

cũng như kinh nghiệm của mình cũng như nhân viên sẽ có khuynh hướng gắn bó với công ty hơn.

Công ty có chính sách đào tạo cho nhân viên thêm các kỹ năng mềm cần thiết để hỗ trợ cho công việc, qua đó nâng cao chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp.

❖ Yếu tố thu nhập và phúc lợi

Hàng năm tổ chức những chuyến company trip để nâng cao tinh thần đoàn kết và gắn bó mọi người trong doanh nghiệp.

Công ty có chính sách tăng lương cố định hàng năm điều này làm cho người lao động không cần phải quan tâm đến việc xét tăng lương

2.4.2. Những tồn tại và nguyên nhân của môi trường làm việc tác động đến sự gắn bó của nhân viên.

2.4.2.1. Tồn tại

❖ Yếu tố người quản lý

Tại công ty lãnh đạo cấp cao hầu như sự trao đổi liên hệ rất ít với các nhân viên, nhân viên luôn có một khoảng cách không nhỏ đối với cấp này. Không có sự trao đổi thường xuyên sẽ làm cho tư tưởng cũng như những văn hóa của doanh nghiệp mà nhà lãnh đạo muốn truyền tải cho nhân viên có thể không đầy đủ, thậm chí sai lệch. Mặt khác khi nhân viên có nguyện vọng muốn trao đổi hoặc nêu ra ý kiến với cấp lãnh đạo sẽ khó truyền tải được hoặc sẽ rất mất thời gian.

Cũng chính vì nhược điểm này sẽ làm cho nhân viên thường kiêng dè khi phát biểu ý kiến của mình, người lao động không có cơ hội để đưa ra những nguyện vọng cũng như những ý kiến đóng góp cho công ty. Do đó hạn chế lớn nhất của yếu tố này chính là khoảng cách giữa lãnh đạo cấp cao và nhân viên.

❖ Yếu tố đồng nghiệp – môi trường làm việc

Qua tình hình thực tế tại công ty cho thấy yếu tố môi trường còn tồn tại nhược điểm là tuy mọi người trong cùng một nhóm chia sẻ kinh nghiệm, đoàn kết với nhau, tuy nhiên giữa các nhóm với nhau lại có sự ganh đua, việc này xảy ra chủ yếu ở bộ phận kinh doanh. Chính sự ganh đua này lại tác động làm ảnh hưởng đến sự đoàn kết của doanh nghiệp.

Một vài nhân sự người nhà được ưu ái hơn dẫn đến bức xúc của 1 số nhân viên cùng bộ phận.

Thời gian làm việc chưa hợp lý khiến một số nhân viên chán nản.

❖ Yếu tố chính sách đãi ngộ

Cơ chế lương thưởng và phúc lợi của công ty vẫn còn tồn tại rất nhiều nhược điểm như:

Hiện tại công ty đang trong quá trình xây dựng các chỉ tiêu nhằm đánh giá hiệu quả công việc của nhân viên một cách chính xác nhất, chính vì vậy việc đánh giá hiệu quả năng lực nhân viên vẫn còn chưa chính xác và công bằng, gây ra tâm lý chán nản ở bộ phận kinh doanh cũng như khối văn phòng.

Chưa xây dựng được chính sách cơ chế thưởng hợp lý đối với các tổ, các nhóm và các phòng ban. Các phòng kinh doanh, kế toán, nghiên cứu phát triển, nhân sự và đào tạo còn nhiều thắc mắc.

Các chính sách về phụ cấp của nhân viên vẫn chưa được chú trọng, như hiện tại việc phụ cấp cơm trưa và gửi xe chỉ được áp dụng cho nhân viên chính thức. Các nhân viên trong thời gian học việc, thử việc chưa được hỗ trợ hoặc các phụ cấp về chi phí tiếp khách cho các cấp quản lý vẫn chưa được thỏa đáng.

❖ Yếu tố thu nhập và phúc lợi

Do cơ chế đánh giá năng lực nhân viên theo KPI còn chưa rõ ràng nên chưa có được cơ chế tăng lương phù hợp với năng lực làm việc của nhân viên, do đó làm cho nhân viên cảm nhận năng lực mình chưa được đánh giá đúng dẫn đến tâm lý chán nản, ganh đua làm ảnh hưởng đến tinh thần đoàn kết trong nội bộ doanh nghiệp.

Mặt khác, công ty chưa chú trọng quan tâm đến các chế độ khác như chăm sóc sức khỏe cho người lao động làm cho người lao động nảy sinh tâm lý so sánh với các doanh nghiệp bên ngoài điều này có thể dẫn đến việc thay đổi môi trường làm việc của người lao động.

2.4.2.2. Nguyên nhân

Những hạn chế xảy ra tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật là do một số nguyên nhân chính như sau:

Công ty chưa xây dựng được cơ chế đánh giá KPI do đó tất cả các cơ chế lương cũng như cơ chế thưởng đều chưa thực sự dựa trên năng lực cũng như đóng góp của nhân viên.

Giữa các phòng ban còn tồn tại sự ganh đua do đó ít có sự giao lưu chia sẻ. Mặt khác trong nội bộ phòng lại xảy ra việc bao che khuyết điểm.

Vấn đề nhân sự người nhà còn nhiều ưu ái.

Cấp lãnh đạo cũng ít có sự giao tiếp với nhân viên do đó ít có sự thông hiểu giữa lãnh đạo và nhân viên cũng như ít có sự giúp đỡ kịp thời từ cấp lãnh đạo.

Chính sách phúc lợi chưa đa dạng, công ty chưa thực sự có những chính sách phúc lợi để quan tâm đến đời sống vật chất cũng như tinh thần của nhân viên.

Kết luận chương:

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC ĐỂ TẠO SỰ GẮN BÓ CỦA NHÂN VIÊN TẠI CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VÀ TRUYỀN THÔNG HOÀNG NHẬT.

3.1. Phương hướng và mục tiêu phát triển của công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật.

3.2. Một số giải pháp hoàn thiện môi trường làm việc để gia tăng sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật

3.2.1. *Nâng cao và chú trọng về vai trò hỗ trợ của cấp trên đối với nhân viên*

Mức độ hài lòng của nhân viên là một trong những tiêu chí đánh giá sự thành công của doanh nghiệp. Một khi nhân viên cảm thấy hài lòng với công việc, họ sẽ làm việc hiệu quả và gắn bó hơn với công ty. Quá trình nghiên cứu cho thấy, phần lớn người lao động đều khá hài lòng với trình độ chuyên môn nghiệp vụ của cấp trên và sự quan tâm của cấp trên giành cho cấp dưới. Tuy vậy, người lao động lại chưa hài lòng với việc cấp trên ghi nhận ý kiến đóng góp của cấp dưới và việc cấp trên đối xử công bằng với cấp dưới. Chính vì vậy, công ty cần thực hiện một số giải pháp như sau:

- Trao cho nhân viên quyền tự chủ nhiều hơn
- Quan tâm tới sức khỏe của nhân viên
- Tạo điều kiện cho nhân viên học hỏi và phát triển
- Mang đến những niềm vui bất ngờ

3.2.2. *Giải pháp về đào tạo và thăng tiến*

Để tạo động lực cho nhân viên thì công ty cần thực hiện tốt công tác đào tạo nâng cao năng lực làm việc cho nhân viên, giúp cho nhân viên có được sự hiểu biết sâu sắc và thành thạo về công việc, xác định được mục tiêu và yêu cầu của công việc mình đang thực hiện, từ đó có thể thực hiện công việc một cách chủ động và tự giác hơn, không bị phụ thuộc, giúp cho nhân viên tự tin hơn, cảm thấy thích thú khi làm việc và động lực làm việc từ đó được nâng cao. Đồng thời, công tác đào tạo, nâng cao năng lực làm việc của nhân viên cũng giúp cho công ty sử dụng nguồn lực một cách có hiệu quả và tối đa nhất, nâng cao hiệu quả của công ty. Muốn vậy, công ty cần thực hiện tốt hơn nữa về việc trang bị đầy đủ các tài liệu và chương trình để phát triển kỹ năng làm việc của nhân viên. Công ty cần phải căn cứ vào nhu cầu công việc và khả năng làm việc của nhân viên, nên tổ chức những buổi họp để lắng nghe

nguyện vọng của nhân viên, lắng nghe những khó khăn mà nhân viên đang gặp phải trong công việc để tổ chức, xây dựng các khóa đào tạo, các buổi huấn luyện đúng với năng lực và nhu cầu nhằm bồi dưỡng thêm chuyên môn cho nhân viên. Các chương trình đào tạo được xây dựng và đưa ra phải thực sự có hiệu quả, sát với công việc của nhân viên đang thực hiện. Ngoài ra, các khóa đào tạo và huấn luyện phải lên kế hoạch rõ ràng, cụ thể về số lượng, chất lượng đào tạo. Tránh vấn đề đào tạo đồng loạt, ồ ạt, lãng phí và không đạt được hiệu quả.

Về vấn đề thăng tiến, đề bạt và bổ nhiệm cũng là yếu tố quan trọng không thể thiếu trong việc tạo động lực, bởi lẽ bất cứ nhân viên nào cũng muốn có cơ hội được nâng cao cấp bậc, thăng chức sau những năm tháng phấn đấu với công việc. Một phần để nâng cao giá trị bản thân, khẳng định vị của mình trong xã hội, một phần thăng chức đồng thời gắn với mức lương cao hơn góp phần cải thiện và nâng cao chất lượng cuộc sống hơn trước. Chính vì vậy, vấn đề này sẽ kích thích nhân viên nỗ lực, hăng say phấn đấu để hy vọng đạt được một vị trí công việc cao hơn trong tương lai nên công ty cần thực thực hiện tốt kế hoạch thăng tiến, đề bạt và bổ nhiệm thăng chức cho nhân viên. Tạo ra nhiều cơ hội thăng tiến cho nhân viên. Cơ hội thăng tiến dành cho mỗi cá nhân là ngang nhau và công bằng, thăng tiến phải dựa vào năng lực, nhân cách và phẩm chất thực tế của nhân viên. Những kiến nghị nâng cao động lực làm việc cho nhân viên bằng cách thăng tiến là một trong những phương pháp quan trọng khiến cho nhân viên cảm thấy sự cố gắng, phấn đấu và đóng góp của mình được ghi nhận và đánh giá, từ đó nhân viên sẽ có thêm động lực để làm tốt hơn công việc được giao, nâng cao hiệu quả công việc và gắn bó lâu dài với công ty.

3.2.3. Giải pháp tiền lương

Như kết quả đã điều tra, vấn đề trả lương ngang bằng so với công ty khác trong cùng lĩnh vực được nhân viên tại công ty đánh giá chưa cao nên công ty cần phải quan tâm xem xét, và điều chỉnh lại vấn đề này vì nó ảnh hưởng quan trọng đến động lực làm việc của nhân viên. Công ty cần phải đi khảo sát, điều tra và đối chiếu so sánh mức lương của mình với mức lương của các công ty khác và việc đánh giá mức lương đang chi trả với giá cả trên thị trường để điều chỉnh lại và nâng cao mức lương cho hợp lý, phù hợp so với những công ty trong cùng lĩnh vực, giúp nhân viên an tâm rằng mức lương đã được trả cạnh tranh và giữ chân nhân viên ở dài với công ty.

Chỉ số tiền lương đủ để đáp ứng nhu cầu cuộc sống chỉ đạt ở mức trung bình, vì vậy công ty cần điều chỉnh chế độ tiền lương xứng đáng với nỗ lực làm việc của nhân viên và phải đảm bảo việc chi trả cho cuộc sống của họ. Có mức lương thu nhập cao hơn, phù hợp với tình

hình lạm phát hiện tại, đủ để đảm bảo cuộc sống của gia đình thì nhân viên sẽ an tâm làm việc, nâng cao hơn động lực làm việc.

Ngoài hai vấn đề trên, công ty cũng cần phải tính toán và trả lương công bằng giữa các nhân viên, bằng cách sử dụng hình thức chấm công phù hợp, theo dõi sát sao quá trình làm việc, tính lương tháng theo ngày công làm việc có thưởng, phạt theo hệ số dựa vào số ngày công và quá trình làm việc của nhân viên. Chế độ tiền lương cần được công bố rõ ràng và minh bạch trong hợp đồng lao động để tránh gây nên những dư luận trái chiều trong vấn đề tính lương. Việc thanh toán tiền lương cho nhân viên cũng cần phải thực hiện thanh toán đầy đủ và đúng thời hạn như đã quy định, tránh chậm trễ.

Để tiền lương tác động tích cực đến động lực làm việc của nhân viên và tăng sự gắn bó của nhân viên, công ty cần phải xây dựng chính sách lương thưởng hợp lý, cố gắng trong việc tăng thu nhập cho nhân viên, tạo sự công bằng hơn trong việc phân phối thu nhập.

3.2.4. Giải pháp về chính sách phúc lợi

Mặc dù nhân tố này không ảnh hưởng đến động lực làm việc của nhân viên như kết quả đã phân tích, nhưng điều đó không có nghĩa là công ty được bỏ qua nhân tố này. Công ty cần duy trì và phát huy hơn nữa, ngoài ra công ty cũng nên thực hiện thêm một số đề xuất sau:

- Tổ chức các chương trình tham quan tham quan, du lịch phong phú hơn, nhiều địa điểm tham quan khác nhau, không nên bị trùng lặp để tạo phần khởi cho nhân viên.
- Để nhân viên được tham gia vào việc quyết định các phúc lợi.
- Quan tâm đến gia đình nhân viên như xây dựng quà khuyến học cho con em của nhân viên có thành tích học tập tốt
- Quan tâm đến sức khỏe nhân viên như tổ chức khám sức khỏe định kỳ cho nhân viên, hỗ trợ khi ốm

3.2.5. Giải pháp giảm thời gian làm việc để giúp nhân viên cân bằng, hài hòa giữa gia đình và công việc

Tại các doanh nghiệp hiện nay, họ chú trọng vào việc tìm ra cách tạo điều kiện cho nhân viên của mình phát huy hết tiềm năng. Xu hướng hiện tại của các doanh nghiệp không còn gò ép và bó buộc nhân viên trong một khuôn khổ thời gian hay không gian nhất định như ngày xưa là phải ngồi vào bàn giấy 8 tiếng để hoàn thành công việc được giao mà họ đề cao và ưu tiên giá trị của nhân sự lên hàng đầu, tôn trọng nhân viên. Từ đó thúc đẩy các Doanh nghiệp đi đến quyết định tạo ra một cơ chế hoàn toàn linh hoạt nhằm phục vụ cho lợi ích nhân viên của mình. Đó cũng là đang tạo ra lợi ích cho chính Doanh nghiệp.

Thời gian làm việc của công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật là làm từ thứ hai đến thứ bảy, làm việc 8 tiếng/ngày. Điều này cũng khiến một số nhân viên không hài lòng và muốn chuyển công ty khác. Vì thế công ty cần thực hiện thêm một số đề xuất sau:

- Bố trí sắp xếp lao động khoa học hợp lý theo đặc thù công việc của người lao động nhằm tạo điều kiện cho người lao động có nhiều thời gian cho gia đình hơn để người lao động an tâm công tác.
- Tăng cường đào tạo để nâng cao chất lượng nhân sự từ đó rút ngắn thời gian xử lý công việc của nhân viên. Từ đó công ty có thể giảm thời gian làm việc của nhân viên xuống mà vẫn đảm bảo công việc được hoàn thành.
- Trang bị thêm các thiết bị, cơ sở vật chất tốt nhất cho nhân viên để họ giảm thời gian xử lý công việc.

3.3 Kiến nghị

3.3.1. Công ty

Công ty cần có những hành động cụ thể nhằm nâng cao sự hài lòng hơn nữa cho người lao động đối với môi trường làm việc tại công ty, như:

- Xây mới văn phòng làm việc hiện đại, phù hợp với quy mô, tầm cỡ công ty và phù hợp với công việc của người lao động.
- Trang bị thêm các trang thiết bị phục vụ công việc cho cả nhân viên và công ty, đặc biệt là các thiết bị mới, hiện đại.
- Đưa ra các chính sách nhân sự hợp lý, quan tâm nhiều đến quyền lợi người lao động như: có kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng trình độ cho người lao động; cấp trên quan tâm hơn nữa đến tâm tư, nguyện vọng của nhân viên; xây dựng một môi trường văn hóa công ty lành mạnh, đoàn kết....
- Các phòng ban nên có những cuộc họp hàng tuần, hàng tháng nhằm đánh giá hiệu quả hoạt động, chia sẻ kinh nghiệm giữa các đồng nghiệp và là cơ hội để cấp trên thấu hiểu những khó khăn, thắc mắc của cấp dưới, từ đó đưa ra những sự hỗ trợ cần thiết và kịp thời.

3.3.2. Đối với nhân viên

Xây dựng một môi trường làm việc tốt nhất là một công việc không chỉ của riêng những người lãnh đạo, mà chính bản thân những người lao động cũng có thể góp phần cải thiện môi trường làm việc của chính mình. Cụ thể:

- Quan tâm hơn nữa đến đồng nghiệp của mình. Sẵn sàng chia sẻ kinh nghiệm, giúp đỡ lẫn

nhau trong công việc. Xây dựng một môi trường tinh thần thoải mái, thân thiện để mọi người cùng làm việc hiệu quả hơn.

- Mỗi người lao động phải có ý thức giữ gìn, bảo vệ tài sản chung của công ty nhằm tạo điều kiện làm việc tốt hơn cho chính bản thân mình và người khác.

- Mỗi một người lao động luôn phải tận tâm, cố gắng hoàn thành tốt công việc được giao. Đó chính là trách nhiệm của họ, đồng thời, hành động đó cũng đưa lại sự thoải mái, hài lòng của các đồng nghiệp khác với chính bản thân họ.

Kết luận chương:

Chương 3 đưa ra những giải pháp hoàn thiện môi trường làm việc tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật đối nhân viên. Cụ thể đó là các giải pháp về hoàn thiện môi trường làm việc để gia tăng sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật và xây dựng sự gắn bó giữa nhân viên với doanh nghiệp. Đồng thời qua đó cũng xem xét việc kiến nghị đối với các cấp có những chính sách cải thiện môi trường làm việc nhằm tăng cường sự gắn bó của nhân viên.

KẾT LUẬN

Môi trường làm việc là một nhân tố quan trọng, tác động lớn đến năng suất và chất lượng của nhân viên. Nếu nhân viên thấy được môi trường làm việc chuyên nghiệp, hiện đại; có nhiều yếu tố khuyến khích, thúc đẩy cho năng lực nhân viên phát triển thì tự bản thân họ sẽ có thêm động lực, phấn đấu cho công việc từ đó khai thác được những tiềm năng, năng lực của họ và ngược lại nếu môi trường làm việc không được như họ mong muốn thì sẽ dẫn tới tâm lý chán nản, kết quả công việc của nhân viên đạt chất lượng thấp, thiếu niềm tin vào sự phát triển của công ty và việc họ nghỉ việc chỉ là vấn đề thời gian.

Để nghiên cứu những tác động của môi trường làm việc đến sự gắn bó của nhân viên, luận văn đã tập trung phân tích 3 nội dung sau:

Thứ nhất, tổng quan về môi trường làm việc, sự gắn bó của nhân viên.

Thứ hai, thực trạng tác động của môi trường làm việc đến sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật

Thứ ba, đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện môi trường làm việc để tạo sự gắn bó của nhân viên tại Công ty TNHH Thương mại và truyền thông Hoàng Nhật.