

CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CAM KẾT GẮN BÓ CỦA KIỂM TOÁN VIÊN TẠI KIỂM TOÁN NHÀ NƯỚC VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Lê Huỳnh Như¹, Nguyễn Thiện Phong^{2**}, Phan Ngọc Bảo Anh^{2*},
Huỳnh Thị Cẩm Thơ² và Đinh Công Hiến²

¹Kiểm toán Nhà nước Khu vực V, ²Trường Đại học Tây Đô
(*Email: pnbanh@tdu.edu.vn)

Ngày nhận: 03/3/2022

Ngày phản biện: 20/3/2022

Ngày duyệt đăng: 29/4/2022

TÓM TẮT

Mục tiêu nghiên cứu nhằm xác định các nhân tố ảnh hưởng đến cam kết gắn bó của kiểm toán viên tại Kiểm toán Nhà nước (KTNN) vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL). Dữ liệu được thu thập từ 115 kiểm toán viên đang công tác tại KTNN vùng ĐBSCL. Các phương pháp thống kê mô tả, kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích hồi quy tuyến tính được sử dụng trong nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu cho thấy có bốn nhân tố gồm Đào tạo và Trao quyền, Sự phù hợp và thương hiệu tổ chức, Hành vi lãnh đạo, Lương, thưởng và chế độ đãi ngộ có tác động tích cực đến cam kết gắn bó của kiểm toán viên tại KTNN vùng ĐBSCL. Dựa trên các kết quả phân tích, một số hàm ý quản trị được đề xuất nhằm tăng cường mức độ cam kết của kiểm toán viên tại KTNN vùng ĐBSCL trong thời gian tới.

Từ khóa: Cam kết gắn bó, Đồng bằng sông Cửu Long, Kiểm toán viên Nhà nước, yếu tố ảnh hưởng

Trích dẫn: Lê Huỳnh Như, Nguyễn Thiện Phong, Phan Ngọc Bảo Anh, Huỳnh Thị Cẩm Thơ và Đinh Công Hiến, 2022. Các nhân tố ảnh hưởng đến cam kết gắn bó của kiểm toán viên tại Kiểm toán Nhà nước vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô. 15: 35-55.

**TS. Nguyễn Thiện Phong – Phó Trưởng Khoa Kế toán – Tài chính ngân hàng, Trường Đại học Tây Đô

1. GIỚI THIỆU

Nguồn nhân lực của một tổ chức được hình thành trên cơ sở của các cá nhân có vai trò khác nhau và được liên kết với nhau theo những mục tiêu nhất định. Sự hài lòng và gắn bó với tổ chức của người lao động có ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả hoạt động của tổ chức (Phạm Thế Anh và Nguyễn Thị Hồng Đào, 2013). Khi người lao động có mối quan hệ tích cực với tổ chức, họ sẽ sẵn sàng đầu tư công sức để đóng góp cho sự thành công và phát triển của tổ chức; ngược lại, khi ít hoặc không hài lòng với tổ chức thì họ sẽ ít cống hiến, kém sáng tạo, hiệu quả công việc thấp, thậm chí gây tác động tiêu cực tới những nhân viên khác trong tổ chức. Việc mất đi những nhân viên tài năng làm việc với hiệu quả cao đồng nghĩa với việc tổ chức phải bỏ ra nhiều chi phí hơn để thay thế người làm, chưa kể tiền lương. Chi phí tuyển dụng thay thế có thể lên đến 100-150% so với chi phí lương cho nhân viên làm việc hiệu suất cao với các kỹ năng chuyên biệt. Các tổ chức cũng phải chịu tổn thất từ việc tuyển người thay thế, bởi vì mỗi nhân viên khi chuyển đi mang theo các giá trị về nguồn vốn con người, các kiến thức, kỹ năng và cả các bí quyết của tổ chức (Trần Văn Ngợi, 2015). Vì vậy, làm thế nào để phát huy tối đa năng lực cá nhân, tạo sự trung thành, gắn bó của người lao động với tổ chức là một vấn đề khó khăn và nhiều thách thức đối với các nhà quản trị tổ chức.

Kiểm toán Nhà nước (KTNN) là một cơ quan có địa vị pháp lý độc lập, có chức năng, nhiệm vụ và quyền hạn theo luật định. Sau hơn 20 năm hình thành và phát

triển, KTNN đã dần hoàn thiện cơ sở pháp lý, phát triển bộ máy tổ chức, nhân sự theo hướng hiện đại và chuyên nghiệp hóa. Tuy nhiên, công tác tuyển dụng công chức luôn gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng từ môi trường hoạt động kiểm toán. Các kiểm toán viên luôn chịu nhiều áp lực, điều kiện làm việc thường xuyên thay đổi và yêu cầu cao đối với kỹ năng phán đoán nghề nghiệp. Vì vậy, để KTNN trở thành nơi tập hợp, phát huy mọi nguồn lực con người, làm gia tăng giá trị nguồn lực của từng con người đơn lẻ, góp phần vào sự phát triển bền vững, thì việc nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành hay cam kết gắn bó là điều hết sức cần thiết, đặt biệt đối với các đơn vị trực thuộc KTNN có trụ sở đặt ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) có tình hình nhân sự trong những năm qua luôn trong tình trạng biến động, các kiểm toán viên trẻ không thể bám trụ lâu dài, nhiều người đã chuyên công tác ra khỏi ngành. Xuất phát từ những lý do nêu trên, nghiên cứu được thực hiện với mục tiêu (1) Xác định các nhân tố ảnh hưởng đến cam kết gắn bó của kiểm toán viên (KTV) tại KTNN vùng ĐBSCL; (2) Đề xuất hàm ý quản trị nhằm tăng cường mức độ cam kết gắn bó của KTV tại KTNN vùng ĐBSCL trong thời gian tới.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1. Khái niệm cam kết gắn bó với tổ chức

Theo Kanter (1968), gắn bó với tổ chức là sự tự nguyện của người lao động

để cống hiến năng lượng và lòng trung thành với một tổ chức. Sự gắn bó với tổ chức là lời hứa của cá nhân với tổ chức bao gồm ý thức về gắn bó với công việc, lòng trung thành và niềm tin về các giá trị của tổ chức (O'Reilly and Chatman, 1986). Để đo lường về cam kết gắn bó của người lao động với tổ chức, Meyer and Allen (1991) đề xuất 3 thành phần của sự gắn bó bao gồm:

+ Sự gắn bó vì tình cảm: Là cảm xúc gắn bó, đồng nhất và dấn thân vào trong tổ chức;

+ Sự gắn bó để duy trì: Là sự sẵn sàng ở lại tổ chức vì những đầu tư của nhân viên là không thể chuyển nhượng, gồm lương hưu trí, mối quan hệ với đồng nghiệp trong tổ chức, hoặc những điều đặc biệt mà chỉ nhân viên trong tổ chức đó mới có thể nhận được (Reichers, 1985);

+ Sự gắn bó vì đạo đức: Là sự gắn bó mà một người tin rằng họ có nghĩa vụ với nơi làm việc. Gắn bó vì đạo đức có thể được giải thích tương tự như sự gắn bó vì hôn nhân, gia đình, tôn giáo,... Do đó, khi nói đến sự gắn bó tại nơi làm việc, họ thường cảm thấy như họ có một nghĩa vụ đạo đức đối với tổ chức (Weiner, 1982).

Như vậy, sự gắn bó với tổ chức là một trạng thái tâm lý thể hiện sự gắn kết của một cá nhân với một tổ chức, nghề nghiệp. Những cá nhân có mức độ gắn bó với tổ chức cao sẽ hài lòng với công việc của họ và họ ít khi rời bỏ tổ chức của mình đang làm việc để đến làm việc với một tổ chức khác. Sự thành công hay thất bại trong một tổ chức một phần là do ảnh hưởng của nguồn lực con người. Việc

duy trì sự gắn bó của nhân viên là làm sao để giữ chân nhân tài ở lại cống hiến cho tổ chức. Các tổ chức sẽ phải chịu tổn thất từ việc tuyển người thay thế, bởi vì mỗi nhân viên khi chuyển đi mang theo các giá trị thuộc về nguồn vốn con người, các kiến thức, kỹ năng và cả các bí quyết của tổ chức đó (Trần Văn Ngợi, 2015).

2.2. Tổng quan các nghiên cứu trước đây

Các nghiên cứu thực nghiệm trong và ngoài nước trước đây chỉ ra rằng để tăng cường mức độ cam kết gắn bó của nhân viên trong tổ chức cần đặc biệt chú ý đến hai nhóm nhân tố là nhân tố thuộc về nguồn nhân lực (gồm sự phù hợp giữa con người với tổ chức, lương và các khoản thu nhập, đào tạo và phát triển chức nghiệp, các cơ hội thực hiện nhiệm vụ đầy thách thức...) và nhân tố thuộc về tổ chức gồm hành vi của lãnh đạo, mối quan hệ trong tổ chức, văn hóa và các chính sách của tổ chức, môi trường làm việc... (Janet, 2004; Võ Quốc Hưng và Cao Hào Thi, 2010; Johari et al., 2012; Abbas et al., 2014; Nguyễn Thị Phương Dung và cộng sự, 2014; Bùi Thị Minh Thu và Lê Nguyễn Đoàn Khôi, 2016). Johari et al. (2012) cho rằng để duy trì nhân viên với tổ chức thông qua các hoạt động quản trị nguồn nhân lực thì nhân tố về phúc lợi và lợi ích vật chất là có ảnh hưởng tích cực nhất. Bên cạnh đó, các nhân tố về đặc điểm công việc, cơ hội thăng tiến và phát triển, sự hài lòng trong công việc, sự cân bằng cuộc sống trong công việc, chính sách và cam kết của tổ chức, điều kiện, môi trường làm việc và sự hỗ trợ của tổ chức cũng là những nhân tố có mối quan hệ tích cực đến việc duy

trì nhân viên ở lại với tổ chức (Vimala, 2012; Mohammad et al., 2014). Ở Việt Nam, nghiên cứu của Nguyễn Thị Phương Dung và cộng sự (2014) thông qua việc kiểm tra các nhân tố tác động đến sự gắn kết tổ chức của nhân viên khối văn phòng ở thành phố Cần Thơ đã chỉ ra có năm nhân tố tác động đến sự gắn kết tổ chức của nhân viên là văn hóa tổ chức; chia sẻ trí thức, đặc điểm cá nhân, quan hệ nhân viên và cơ cấu tổ chức. Trong đó, nhân tố văn hóa tổ chức là nhân tố có tác động cùng chiều mạnh mẽ nhất đến sự gắn kết của nhân viên với tổ chức, còn nhân tố đặc điểm cá nhân lại là nhân tố có tác động ngược chiều đến sự gắn kết. Mặt khác, nghiên cứu của Đỗ Xuân Khánh và Lê Kim Long (2015) kế thừa có điều chỉnh thang đo của Singh (2004), Mowday et al., (1979), bằng phương pháp đánh giá độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích hồi quy cũng đã cho thấy việc đánh giá nhân viên; xác định công việc; đào tạo, đãi ngộ; lương thưởng và tuyển dụng là các nhân tố quan trọng tác động đáng kể và cùng chiều đến sự gắn kết với doanh nghiệp. Nghiên cứu này kế thừa các kết quả nghiên cứu thực nghiệm trước đây xây dựng mô hình kinh tế lượng nhằm nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến cam kết gắn bó của KTV tại KTNN vùng ĐBSCL.

2.3. Mô hình nghiên cứu

Dựa trên cơ sở lý thuyết đã nêu trên và kế thừa các kết quả nghiên cứu trước đây. Mô hình nghiên cứu được tác giả tổng hợp, đề xuất gồm có 9 nhân tố ảnh hưởng đến cam kết gắn bó của KTV tại KTNN vùng ĐBSCL, cụ thể như sau:

Nhân tố Đào tạo và phát triển: Đào tạo và phát triển là các phương pháp được sử dụng nhằm tác động lên quá trình học tập để nâng cao các kiến thức, kỹ năng thực hành của nhân viên. Đào tạo có định hướng vào hiện tại, chú trọng vào công việc hiện thời của cá nhân, giúp các cá nhân có ngay những kỹ năng cần thiết để thực hiện tốt công việc hiện tại, còn phát triển nhân viên là chú trọng lên các công việc tương lai trong tổ chức. Khi một người được thăng tiến lên những chức vụ mới, họ cần có những kiến thức, kỹ năng mới theo yêu cầu mới của công việc (Trần Kim Dung, 2011). Công tác phát triển nhân viên sẽ giúp cho các cá nhân chuẩn bị sẵn những kiến thức, kỹ năng cần thiết đó. Theo các nghiên cứu của Hà Kiên Tân (2015), Nguyễn Thành Long (2016) và Nguyễn Hoàng Tân (2016) thì đào tạo và phát triển có ảnh hưởng tích cực đến cam kết gắn bó của nhân viên trong tổ chức.

Nhân tố Điều kiện làm việc: Bao gồm điều kiện vệ sinh lao động, các trang thiết bị và môi trường làm việc (Trần Kim Dung, 2011). Điều kiện làm việc tốt sẽ giúp nhân viên yên tâm công tác, thể hiện được khả năng của mình, vì vậy nhân viên sẽ gắn bó hơn với doanh nghiệp.

Nhân tố Hành vi lãnh đạo: Thể hiện các mối quan hệ giữa nhân viên và lãnh đạo cấp trên trực tiếp; sự hỗ trợ của cấp trên; phong cách lãnh đạo và khả năng của lãnh đạo thực hiện các chức năng quản trị trong tổ chức (Trần Kim Dung, 2011). Sự quan tâm hỗ trợ từ cấp trên bao gồm thái độ, sự quan tâm, lời nói, cử chỉ, hành động... mà cấp trên thể hiện đối với nhân viên của mình. Nếu nhân viên cảm

thấy được đối xử tốt, nhận được sự quan tâm, hỗ trợ, thông cảm, đánh giá cao của cấp trên, họ sẽ ra sức phấn đấu cho công việc và muốn đóng góp nhiều hơn cho tổ chức.

Nhân tố Lương, thưởng và chế độ đãi ngộ: Thu nhập từ việc làm của người lao động bao gồm các khoản như tiền lương cơ bản, phụ cấp, tiền thưởng và các khoản phúc lợi. Mỗi yếu tố có tính cách riêng và có ý nghĩa khác nhau đối với việc kích thích, động viên người lao động hăng hái, tích cực, sáng tạo trong công việc và trung thành với doanh nghiệp. Nhân viên thường mong đợi những cố gắng và kết quả thực hiện công việc của họ sẽ được đánh giá và khen thưởng xứng đáng. Những mong đợi này sẽ hình thành và xác định mục tiêu, mức độ thực hiện công việc cần đạt được trong tương lai. Trong khu vực nhà nước, lương cơ bản được tính theo các bậc lương trong hệ thống thang bảng lương theo quy định. (Trần Kim Dung, 2011). Như vậy, lương, thưởng và chế độ đãi ngộ có tác động tích cực đến cam kết gắn bó của KTV.

Nhân tố Quan hệ đồng nghiệp: Là các hành vi, quan hệ đồng nghiệp tại nơi làm việc (Trần Kim Dung, 2011). Sự hỗ trợ từ đồng nghiệp là sự sẵn lòng giúp đỡ lẫn nhau, phối hợp với nhau hoàn thành tốt công việc được giao. Bên cạnh đó, họ có thể thông cảm và chia sẻ với nhau mọi việc chứ không đơn thuần chỉ là quan hệ trong công việc.

Nhân tố Đặc điểm công việc: Là những thách thức công việc, cơ hội để sử dụng các năng lực cá nhân và cảm nhận thú vị khi thực hiện công việc (Trần Kim

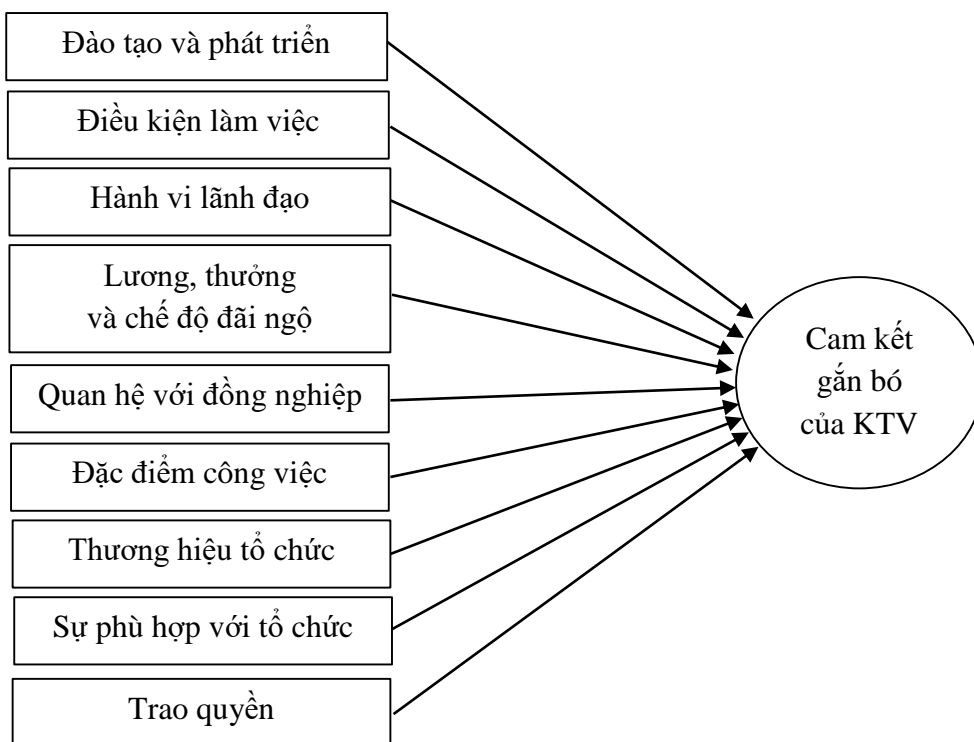
Dung, 2011). Nói đến bản chất công việc là nói đến việc phân công, bố trí công việc có phù hợp với năng lực, trình độ chuyên môn của nhân viên hay không, công việc được phân công có giúp nhân viên phát huy tối đa được năng lực cá nhân của họ hay không. Nếu nhân viên được phân công công việc phù hợp, đúng sở trường của họ thì họ sẽ hài lòng và gắn bó lâu dài với doanh nghiệp và ngược lại họ sẽ rời bỏ doanh nghiệp nếu như công việc được phân công không đúng sở trường của họ.

Nhân tố Thương hiệu tổ chức: Là hình ảnh, uy tín của tổ chức trên thị trường, trong cộng đồng (Trần Kim Dung, 2011). Như vậy thương hiệu không tồn tại trong thế giới thực, mà nó tồn tại trong tâm tưởng của khách hàng. Nhân viên thích làm việc cho những công ty nào mà họ cảm thấy công ty đó có thể khẳng định được danh tiếng và hình ảnh của bản thân họ. Theo Hồ Huy Tựu và Phạm Hồng Liêm (2012), Bùi Thị Minh Thu và Lê Nguyễn Đoàn Khôi (2016), thương hiệu là một nhân tố có tác động mạnh đến khả năng thu hút và duy trì nhân viên giỏi.

Nhân tố Sự phù hợp với tổ chức: Sự phù hợp giữa cá nhân với tổ chức được xem xét là sự phù hợp giữa niềm tin của cá nhân với tổ chức hoặc mục tiêu cá nhân với mục tiêu tổ chức. Theo nghiên cứu của Võ Quốc Hưng và Cao Hào Thi (2010), Bùi Thị Minh Thu và Lê Nguyễn Đoàn Khôi (2016), sự phù hợp với tổ chức có tác động đến lòng trung thành của nhân viên trong tổ chức.

Nhân tố Trao quyền: Theo Lee Thomas (2007), “Trao quyền là để những người khác làm công việc vốn thuộc của mình, dưới sự giám sát của mình”. Trao quyền thực chất là cho phép nhân viên tự thực hiện công việc theo cách của họ thay vì bắt họ thực hiện công việc theo ý của mình. Người được trao quyền không chỉ có được quyền lực khi thực hiện nhiệm

vụ được giao mà còn tự cảm thấy sự khác biệt so với trước đây, đó là mình đã chính thức có quyền để thực hiện nhiệm vụ theo ý của mình. Như vậy, trao quyền chính là tạo thêm lòng trung thành của nhân viên với tổ chức (Bùi Thị Minh Thu và Lê Nguyễn Đoàn Khôi, 2016; Nguyễn Hoàng Tân, 2016).



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

(Nguồn: Tác giả tổng hợp và đề xuất từ các nghiên cứu có liên quan, 2018)

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Đối với nghiên cứu định tính, trước tiên tác giả tiến hành nghiên cứu cơ sở lý thuyết, lược khảo các nghiên cứu

thực nghiệm trước đây để đề xuất mô hình nghiên cứu. Sau đó, tác giả sử dụng kỹ thuật phỏng vấn tay đôi với cỡ mẫu là 10 quan sát gồm các lãnh đạo cấp phòng, cấp vụ làm việc tại KTNN khu vực V nhằm hiệu chỉnh mô hình nghiên cứu và

thang đo. Đối với nghiên cứu định lượng, tác giả sử dụng kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp bằng bảng câu hỏi được soạn sẵn, đối tượng khảo sát là 108 KTV đang làm việc tại các KTNN khu vực V và KTNN khu vực IX. Sau quá trình thu thập số liệu, nhóm tác giả lần lượt sử dụng các phương pháp phân tích như thống kê mô tả, kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA và phân tích hồi quy nhằm xác định và đo lường ảnh hưởng của các nhân tố đến cam kết gắn bó của KTV tại KTNN vùng ĐBSCL.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thống kê mẫu nghiên cứu

Theo kết quả phỏng vấn 108 KTV đang công tác tại KTNN vùng ĐBSCL thì lực lượng KTV nam có số lượng nổi trội chiếm 67,6%, chỉ có 32,4% KTV là nữ (Bảng 1). Điều này một phần do đặc điểm công việc chi phối, là KTV nhà nước, các KTV thường xuyên phải đi công tác xa nhà trong thời gian dài, không có thời gian và điều kiện chăm sóc gia đình như những ngành nghề khác, chính điều này đã khiến nhiều chị em cân nhắc khi quyết định lựa chọn và bám trụ với nghề.

Bảng 1. Giới tính của KTV công tác tại KTNN vùng ĐBSCL

Giới tính	Tần số	Tần suất (%)
Nữ	35	32,4
Nam	73	67,6
Tổng cộng	108	100,0

Bảng 2. Độ tuổi và thâm niên nghề của KTV công tác KTNN vùng ĐBSCL

Chỉ tiêu	Tuổi				Tổng cộng
	< 30 tuổi	30 - <40 tuổi	40 - <50 tuổi	≥ 50 tuổi	
Dưới 5 năm	8	7	0	0	15
Từ trên 5 năm đến dưới 10 năm	0	45	22	0	67
Từ trên 10 năm đến dưới 15 năm	0	0	9	11	20
Trên 15 năm	0	0	0	6	6
Tổng cộng	8	52	31	17	108

(Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu điều tra 108 KTV, 2018)

Lực lượng KTV công tác tại KTNN vùng ĐBSCL phần lớn là từ 30 tuổi trở lên. Trong đó, các KTV có độ tuổi từ 30 đến 40 tuổi chiếm 48,1% và từ 40 đến 50 tuổi chiếm 28,7% (Bảng 2), đây cũng là độ tuổi mà các KTV đã có độ chín mùi trong nghề nghiệp, tích lũy được nhiều kinh nghiệm và là lực lượng nòng cốt trong đoàn kiểm toán khi tham gia thực hiện nhiệm vụ.

4.2. Kết quả kiểm định hệ số tin cậy Cronbach's Alpha

Theo Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), hệ số Cronbach's

Alpha từ 0,6 trở lên là có thể sử dụng được. Đồng thời, việc đánh giá thang đo có tin cậy hay không cũng phụ thuộc vào hệ số tương quan biến tổng, thông thường giá trị này phải lớn hơn 0,3 (Nguyễn Đình Thọ, 2011). Kết quả kiểm định cho thấy có 06 biến quan sát bị loại gồm các biến DT5, CD1, CD7, CV2, CV3, TQ3 do không đạt yêu cầu nêu trên. Như vậy, qua kết quả kiểm định, bộ thang đo các nhân tố độc lập còn lại 41 biến quan sát và thang đo biến phụ thuộc gồm 05 biến quan sát được chấp nhận và đưa vào phân tích nhân tố khám phá.

Bảng 3. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo lần cuối

Mã hóa	Biến quan sát	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
Thang đo Cơ hội đào tạo và phát triển, Cronbach's Alpha = 0,866			
DT1	Có trường đào tạo bồi dưỡng chuyên môn nghiệp vụ kiểm toán	0,629	0,851
DT2	Được định hướng và huấn luyện các kỹ năng phù hợp với công việc đảm nhận	0,740	0,825
DT3	Sau khi được đào tạo, kỹ năng của KTV được nâng cao hơn nhiều	0,758	0,819
DT4	KTNN có hỗ trợ thời gian và kinh phí khi KTV tự học tập nâng cao trình độ tại các cơ sở đào tạo bên ngoài	0,638	0,850
DT6	Chính sách và điều kiện thăng tiến cụ thể, rõ ràng	0,680	0,840
Thang đo Điều kiện làm việc, Cronbach's Alpha = 0,931			
DK1	Có đủ trang thiết bị, thông tin để làm việc	0,745	0,925
DK2	Thời gian làm việc phù hợp	0,821	0,916
DK3	Các KTV được đối xử công bằng, không phân biệt	0,706	0,929
DK4	Công việc xác định được phạm vi trách nhiệm rõ ràng	0,806	0,918
DK5	Những chính sách, thủ tục liên quan đến KTV trong KTNN đều được thông báo đầy đủ	0,866	0,909
DK6	KTV được biết nhận xét của cấp trên về mức độ hoàn thành công việc	0,850	0,912

Thang đo Hành vi lãnh đạo, Cronbach's Alpha = 0,894			
LD1	Lãnh đạo luôn quan tâm công tác đánh giá phát triển KTV	0,765	0,865
LD2	KTV luôn nhận được sự hướng dẫn của cấp trên khi gặp khó khăn trong giải quyết công việc	0,745	0,870
LD3	Lãnh đạo ghi nhận sự đóng góp của KTV	0,739	0,871
LD4	KTV được tôn trọng và tin cậy trong công việc	0,700	0,879
LD5	Môi trường thoải mái cho KTV phát biểu ý kiến	0,748	0,869
Thang đo Lương, thưởng và chế độ đãi ngộ, Cronbach's Alpha = 0,891			
CD2	KTNN có chế độ khen thưởng “nóng” cho KTV trong thực thi nhiệm vụ	0,760	0,861
CD3	Các khoản phụ cấp theo lương trong KTNN phong phú và đa dạng.	0,704	0,874
CD4	Các chương trình phúc lợi (BHYT, BHXH, du lịch, nghỉ phép) thể hiện sự quan tâm chu đáo của KTNN đối với KTV.	0,781	0,856
CD5	So với các cơ quan nhà nước khác, KTV cảm thấy thu nhập của mình cao hơn	0,812	0,849
CD6	Thu nhập KTV nhận được tương xứng với kết quả làm việc của họ.	0,623	0,890
Thang đo Quan hệ đồng nghiệp, Cronbach's Alpha = 0,913			
DN1	Môi trường làm việc thân thiện, thoải mái.	0,819	0,882
DN2	KTV mới luôn được thông cảm, chia sẻ và giúp đỡ hoàn thành công việc.	0,751	0,908
DN3	Khi cần sự hỗ trợ, KTV luôn nhận được sự hợp tác của các phòng ban trong đơn vị	0,809	0,885
DN4	KTV luôn nhận được sự chia sẻ, giúp đỡ của đồng nghiệp	0,842	0,877
Thang đo Đặc điểm công việc, Cronbach's Alpha = 0,806			
CV1	Công việc phù hợp với năng lực và chuyên môn KTV	0,659	0,737
CV4	Công việc được phân chia hợp lý.	0,623	0,780
CV5	Công việc thể hiện vị trí xã hội của KTV	0,696	0,690
Thang đo Thương hiệu tổ chức, Cronbach's Alpha = 0,864			
TH1	Khi có ai ca ngợi KTNN, KTV cảm thấy như chính mình được khen ngợi	0,715	0,826
TH2	Thành công của KTNN chính là thành công của KTV	0,750	0,812
TH3	KTV thấy thích thú với những gì liên quan đến KTNN	0,674	0,843
TH4	Nếu có ai đó phê bình KTNN, KTV cảm thấy như mình bị xúc phạm	0,720	0,825
Thang đo Sự phù hợp với tổ chức, Cronbach's Alpha = 0,848			
PH1	Các giá trị cá nhân của KTV có ảnh hưởng đến việc ra quyết định đạo đức của kiểm toán viên	0,635	0,831
PH2	KTV được biết rõ về các mục tiêu phát triển của KTNN	0,698	0,804

PH3	Mục tiêu cá nhân của KTV phù hợp với mục tiêu phát triển của KTNN	0,686	0,808
PH4	KTV đồng ý với chiến lược phát triển của KTNN	0,734	0,787
Thang đo Sự trao quyền, Cronbach's Alpha = 0,903			
TQ1	KTV tin vào năng lực bản thân có thể đảm nhận công việc được giao.	0,741	0,886
TQ2	Cấp trên có tin vào khả năng phán xét và quyết đoán của KTV khi có tình huống đột xuất xảy ra trong công việc	0,810	0,870
TQ4	KTVNN tin khả năng của bản thân tạo được những ảnh hưởng cá nhân nhất định	0,745	0,885
TQ5	KTVNN cảm nhận được nhiệm vụ kiểm toán là nhiệm vụ có ý nghĩa	0,813	0,870
TQ6	KTVNN có được cảm giác an toàn khi thực hiện nhiệm vụ kiểm toán	0,686	0,897
Thang đo Cam kết gắn bó, Cronbach's Alpha = 0,862			
GB1	KTV không thể rời bỏ KTNN ngay bây giờ mặc dù KTV rất mong muốn làm điều đó.	0,639	0,844
GB2	Cuộc sống của KTV sẽ bị thay đổi nhiều nếu KTV quyết định rời bỏ KTNN ngay bây giờ.	0,716	0,825
GB3	KTV đặt quá nhiều tâm huyết vào KTNN nên KTV đã không có cơ hội để xem xét đến một công việc mới.	0,657	0,840
GB4	KTV chưa đủ khả năng cho việc thay đổi công việc mới	0,643	0,845
GB5	KTV có quá ít sự lựa chọn cho công việc mới	0,762	0,813

4.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Phân tích EFA của thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến Sự cam kết gắn bó

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) với các kiểm định được đảm bảo như sau: (1) Độ tin cậy của các biến quan sát (Factor loading > 0,5); (2) Kiểm định

tính phù hợp của mô hình ($0,5 < KMO = 0,814 < 1$); (3) Kiểm định Barlett về tương quan của các biến quan sát (Sig. < 0,05); kiểm định phương sai cộng dồn là $71,010\% > 50\%$. Kết quả bảng trên cho thấy, theo tiêu chuẩn Eigenvalue > 1 thì có 7 nhóm nhân tố được rút ra và 7 nhóm nhân tố này giải thích được 71,010% biến thiên của dữ liệu.

Bảng 4. Kết quả phân tích EFA của thang đo các nhân tố ảnh hưởng đến Sự cam kết gắn bó

Biến quan sát	Nhân tố						
	1 ĐTTQ	2 PHTH	3 DK	4 LD	5 CD	6 DN	7 CV
DT3	0,807						
DT2	0,774						
TQ4	0,767						
DT4	0,745						
DT1	0,713						
TQ6	0,708						
TQ2	0,674						
DT6	0,668						
TQ5	0,656						
TQ1	0,653						
PH2		0,788					
PH3		0,756					
TH2		0,701					
TH4		0,687					
PH4		0,675					
TH3		0,670					
PH1		0,646					
TH1		0,602					
DK5			0,877				
DK6			0,856				
DK1			0,824				
DK2			0,811				
DK4			0,804				
DK3			0,709				
LD1				0,807			
LD2				0,804			
LD3				0,798			
LD5				0,783			
LD4				0,754			
CD5					0,887		
CD3					0,742		
CD4					0,735		
CD2					0,733		
CD6					0,625		
DN4						0,875	
DN1						0,862	
DN3						0,839	
DN2						0,831	
CV4							0,835
CV5							0,810
CV1							0,722
Giá trị Eigen	12,090	5,626	3,580	2,485	2,193	1,717	1,423
Phương sai trích	29,487	13,722	8,733	6,061	5,348	4,189	3,471

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu điều tra 108 KTV, 2018)

Qua kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA hình thành bảy nhóm nhân tố ảnh hưởng đến sự cam kết gắn bó của KTV, có hai nhóm nhân tố mới được hình thành từ sự kết hợp của bốn nhân tố ban đầu. Nhân tố 1 gồm 10 biến quan sát tương quan chặt chẽ với nhau và được đặt tên là “Đào tạo và Trao quyền” (ĐTTQ). Nhân tố 2 gồm 08 biến quan sát và đặt tên là “Phù hợp – Thương hiệu” (PHTH).

Phân tích nhân tố khám phá của thang đo Sự cam kết gắn bó

Nhân tố 3 gồm 06 biến quan sát và đặt tên là “Điều kiện làm việc” (DK). Tương tự, nhân tố 4 gồm 05 biến quan sát và đặt tên là “Hành vi lãnh đạo” (LD). Nhân tố 5 gồm 05 biến quan sát và đặt tên là “Lương, thưởng và chế độ đãi ngộ” (CD). Nhân tố 6 gồm biến quan sát và đặt tên là “Quan hệ đồng nghiệp” (DN). Cuối cùng, nhân tố 7 gồm 03 biến quan sát và được đặt tên là “Đặc điểm công việc” (CV).

Năm biến quan sát của thang đo Sự cam kết gắn bó được đưa vào phân tích nhân tố khám phá.

Bảng 5. Kết quả phân tích nhân tố của thang đo Sự cam kết gắn bó

Mã hóa biến quan sát	Nhân tố 1
GB3	0,88
GB1	0,88
GB2	0,84
GB4	0,82
GB5	0,81
Hệ số KMO = 0,82	
Giá trị Sig. Bartlett = 0,00	
Giá trị Eigenvalue = 2,15	
Tổng phương sai trích = 78,03	

(Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu điều tra 108 KTV, 2018)

Dựa vào kết quả kiểm định ta thấy các kiểm định cho việc phân tích nhân tố khám phá đã đạt yêu cầu với hệ số KMO là $0,82 > 0,5$. Giá trị Sig. của kiểm định Bartlett là $0,00 < 0,05$ nên các biến quan sát có mối quan hệ với nhau trên tổng thể. Theo tiêu chuẩn Eigenvalues lớn hơn 1 thì có 1 nhóm nhân tố được rút ra và chúng giải thích được 78,03% độ biến thiên của dữ liệu. Sau khi phân tích nhân tố, nhóm tác giả tính giá trị nhân tố của

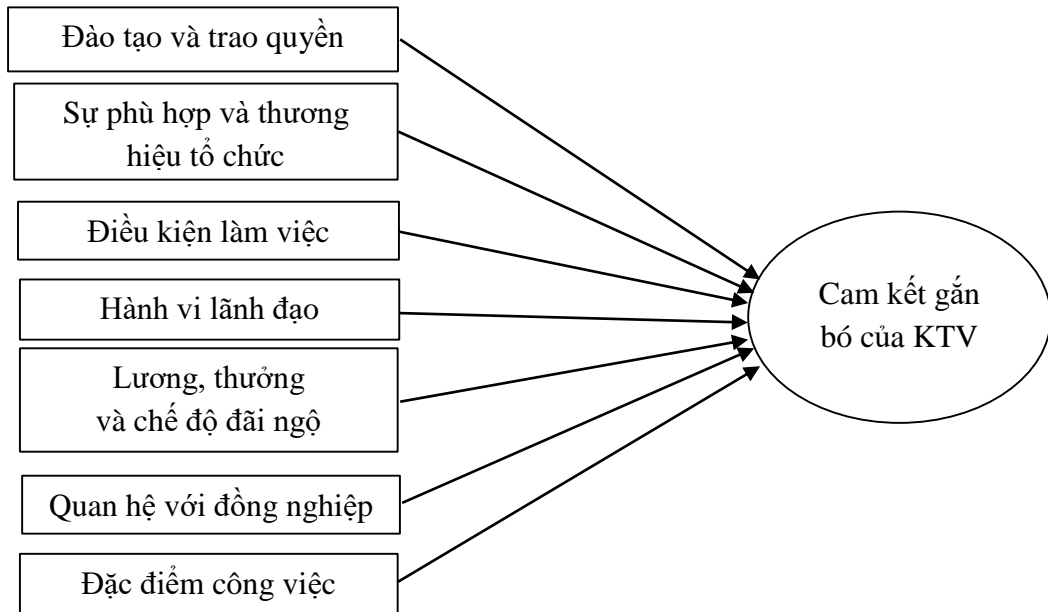
chúng dựa trên giá trị trung bình của tất cả các biến quan sát thuộc từng nhân tố và giá trị trung bình này chính là giá trị đại diện cho nhân tố đó.

4.3. Mô hình nghiên cứu điều chỉnh

Như đã trình bày, kết quả phân tích EFA cho thấy nhân tố Đào tạo và phát triển và nhân tố Trao quyền được kết hợp thành nhân tố Đào tạo và Trao quyền; nhân tố Sự phù hợp và thương hiệu tổ

chức được kết hợp thành nhân tố Sự phù hợp và thương hiệu tổ chức. Do vậy, mô hình nghiên cứu ban đầu được điều chỉnh

lại cho phù hợp và để thực hiện các bước phân tích tiếp theo.



Hình 2. Mô hình nghiên cứu đã điều chỉnh

Giả thuyết H₁: Đào tạo và trao quyền (DTTQ) có tác động cùng chiều (+) đến cam kết gắn bó của KTV.

Giả thuyết H₂: Sự phù hợp và thương hiệu tổ chức (PHTH) có tác động cùng chiều (+) đến cam kết gắn bó của KTV.

Giả thuyết H₃: Điều kiện làm việc (DK) có tác động cùng chiều (+) đến cam kết gắn bó của KTV.

Giả thuyết H₄: Hành vi lãnh đạo (LD) có tác động cùng chiều (+) đến cam kết gắn bó của KTV.

Giả thuyết H₅: Lương, thưởng và chế độ đãi ngộ (CD) có tác động cùng chiều (+) đến cam kết gắn bó của KTV.

Giả thuyết H₆: Quan hệ đồng nghiệp (DN) có tác động cùng chiều (+) đến cam kết gắn bó của KTV.

Giả thuyết H₇: Đặc điểm công việc (CV) có tác động cùng chiều (+) đến cam kết gắn bó của KTV.

4.4. Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự cam kết gắn bó của KTV

4.4.1. Phân tích tương quan

Phân tích tương quan nhằm kiểm tra mối liên hệ tuyến tính giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc. Để thực hiện

điều này tác giả sử dụng hệ số tương quan Pearson – r và giá trị significant (Sig.) của kiểm định Pearson. Nếu Sig.< 5% ta có thể kết luận được là hai biến có tương quan với nhau và ngược lại, đồng thời, hệ số tương quan càng lớn tương quan càng chặt chẽ.

Bảng 6. Ma trận hệ số tương quan giữa các biến

	DK	CD	CV	LD	DN	PHTH	DTTQ	CKGB
DK	1							
CD	0,524***	1						
CV	0,186	0,394***	1					
LD	0,379***	0,222**	0,181	1				
DN	0,306***	0,194**	0,196**	0,410***	1			
PHTH	0,228**	0,211**	0,253***	0,368***	0,198**	1		
DTTQ	0,239**	0,256***	0,143	0,263***	0,158	0,706***	1	
CKGB	0,254***	0,295***	0,125	0,216**	0,162	0,722***	0,906***	1

Ghi chú: ***, **, * tương ứng với các mức ý nghĩa thống kê 1%, 5% và 10%

(Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu điều tra 108 KTV, 2018)

Từ kết quả ma trận hệ số tương quan và kiểm định Pearson (Bảng 6), ta thấy hệ số tương quan của 05 cặp biến độc lập và phụ thuộc gồm DK và CKGB, CD và CKGB, LD và CKGB, PHTH và CKGB, DTTQ và CKGB đều có giá trị Sig. < 5% nên các cặp biến này có tương quan tuyến tính với nhau. Hay nói cách khác, nhóm nhân tố Điều kiện làm việc; Lương, thưởng và chế độ đãi ngộ; Hành vi lãnh đạo; Sự phù hợp và thương hiệu tổ chức; Đào tạo và Trao quyền có tương quan tuyến tính với Sự cam kết gắn bó của KTV với mức ý nghĩa thống kê cao.

4.4.2. Kết quả phân tích hồi quy các nhân tố ảnh hưởng đến cam kết gắn bó với KTV tại KTNN vùng ĐBSCL

Các biến độc lập được đưa vào phân tích hồi quy với phương pháp đưa tất cả các biến vào một lượt (Enter). Biến độc lập và biến phụ thuộc của mô hình là các biến được rút trích từ phương pháp phân tích nhân tố khám phá. Dựa trên bảng 7, ta có hệ số xác định R² hiệu chỉnh = 0,846, có nghĩa là 84,6% sự biến thiên của cam kết gắn bó của KTV có thể được giải thích bởi các nhân tố được đưa vào mô hình, còn lại là do sai số ngẫu nhiên hoặc các nhân tố khác chưa được nghiên cứu. Giá trị kiểm định F = 78,722 và Sig.F = 0,000 < 5% nên mô hình hồi quy có ý nghĩa, tức là các biến độc lập có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc Y từ mối liên hệ tuyến tính bởi các nhân tố độc lập. Hệ số Durbin – Watson của mô hình là

2,029, chứng tỏ không có hiện tượng tự tương quan (Mai Văn Nam, 2008). Bên cạnh đó, giá trị phóng đại phương sai (VIF) của các biến trong mô hình nhỏ

hơn nhiều so với 10 nên ta có thể kết luận các biến đưa vào mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến (Mai Văn Nam, 2008).

Bảng 7. Kết quả phân tích hồi quy

Tên biến	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Giá trị Sig.	Hệ số phóng đại phương sai VIF
	B	Sai số	Beta		
Hằng số	0,266	0,235	-	0,259	-
Đào tạo và Trao quyền (DTTQ)	0,754***	0,056	0,765	0,000	2,074
Sự phù hợp và thương hiệu tổ chức (PHTH)	0,205***	0,060	0,201	0,001	2,233
Điều kiện làm việc (DK)	0,012	0,040	0,015	0,765	1,579
Hành vi lãnh đạo (LD)	0,082*	0,046	0,083	0,079	1,434
Lương, thưởng và chế độ đãi ngộ (CD)	0,077*	0,044	0,087	0,084	1,614
Quan hệ đồng nghiệp (DN)	0,022	0,037	0,026	0,550	1,259
Đặc điểm công việc (CV)	0,064	0,045	0,062	0,162	1,267

Giá trị kiểm định F = 78,722
 Hệ số Sig.F của mô hình = 0,000
 Hệ số xác định R² = 0,843
 Hệ số xác định R² hiệu chỉnh = 0,836
 Hệ số Durbin – Watson = 2,029

Ghi chú: ***, **, * tương ứng với các mức ý nghĩa thống kê 1%, 5% và 10%

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu điều tra 108 KTV, 2018)

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy có bốn nhân tố ảnh hưởng tích cực đến cam kết gắn bó của KTV tại KTNN vùng ĐBSCL với mức ý nghĩa thống kê cao gồm Đào tạo và Trao quyền (DTTQ), Sự phù hợp và thương hiệu tổ chức (PHTH), Hành vi lãnh đạo (LD) và Lương, thưởng và chế độ đãi ngộ (CD). Với giả thuyết các nhân tố khác không đổi, ảnh hưởng của từng nhân tố đến cam kết gắn bó của KTV tại KTNN vùng ĐBSCL được diễn giải như sau:

Nhân tố Đào tạo và Trao quyền có hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa bằng 0,754 và có tương quan cùng chiều với Cam kết gắn bó của KTV, khi nhân tố này tăng 1 điểm thì sự cam kết tăng 0,754 điểm nếu các nhân tố khác không đổi. Hay nói cách khác, khi các hoạt động đào tạo và trao quyền được các KTV đánh giá cao thì mức độ cam kết gắn bó của họ đối với KTNN vùng ĐBSCL càng cao và ngược lại. Đây là nhân tố có sự tác động mạnh mẽ nhất đến cam kết gắn bó với tổ chức,

bởi KTNN là một ngành đòi hỏi các KTV phải có chuyên môn cao, các kiến thức nghiệp vụ phải được cập nhật thường xuyên do chính sách, chế độ nhà nước thường xuyên thay đổi. Qua khảo sát cho thấy, KTNN rất quan tâm đến công tác đào tạo và phát triển, các KTV được định hướng và huấn luyện các kỹ năng phù hợp với công việc đảm nhận và sau khi được đào tạo, kỹ năng của KTV được nâng cao hơn nhiều. Bên cạnh đó, khi thực hiện kiểm toán, KTV có quyền độc lập và chỉ tuân theo pháp luật, việc trao quyền cho KTV sẽ cho phép kết quả kiểm toán được tin cậy trong các trường hợp kiểm toán khác nhau và được tiến hành bởi các KTV khác nhau. Vì vậy, khi nhân viên đạt được sự lành nghề họ càng có thêm năng lượng và có nhận thức tích cực về sự trao quyền (Ayupp & Chung, 2010), từ đó làm gia tăng mức độ phù hợp của KTV với KTNN và gia tăng mức độ cam kết gắn bó với tổ chức của KTV.

Nhân tố Sự phù hợp và thương hiệu tổ chức là mối quan tâm của KTV để gia tăng sự cam kết gắn bó, hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa của Sự phù hợp và thương hiệu tổ chức bằng 0,205, khi nhân tố này tăng 1 điểm thì sự cam kết tăng 0,205 điểm nếu các nhân tố khác không đổi. Các KTV đồng ý rằng khi họ được biết rõ về các mục tiêu phát triển của KTNN và mục tiêu cá nhân của họ phù hợp với mục tiêu phát triển của KTNN thì họ sẽ gắn bó hơn với ngành. Ngày nay, thương hiệu tổ chức chính là sức mạnh ngầm tạo nên niềm tự hào và giữ nhân viên ở lại với tổ chức, ở những người KTV cũng vậy, khi có ai ca ngợi hay xúc phạm KTNN, KTV cảm thấy như chính

mình được ca ngợi hay bị xúc phạm; họ luôn xem thành công của KTNN chính là thành công của bản thân mình.

Nhân tố Hành vi lãnh đạo có hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa bằng 0,082, khi nhân tố này tăng 1 điểm thì sự cam kết tăng 0,082 điểm nếu các nhân tố khác không đổi. Các KTV đồng ý rằng khi họ được đối xử tốt và nhận được sự quan tâm hỗ trợ từ cấp trên thông qua thái độ, lời nói, cử chỉ, hành động... mà cấp trên thể hiện, họ sẽ ra sức phấn đấu cho công việc và muốn đóng góp nhiều hơn cho tổ chức (Trần Kim Dung, 2011). Qua khảo sát cho thấy, các KTV luôn nhận được sự hướng dẫn của cấp trên khi gặp khó khăn trong giải quyết công việc, được tôn trọng và tin cậy trong công việc. Ngoài ra, lãnh đạo đơn vị luôn quan tâm đến công tác đánh giá phát triển KTV và tạo môi trường thoải mái cho KTV phát biểu ý kiến.

Nhân tố Lương, thưởng và chế độ đãi ngộ cũng là một trong những nhân tố ảnh hưởng tích cực đến cam kết gắn bó của KTV với mức ý nghĩa 10%. Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa của nhân tố Lương, thưởng và chế độ đãi ngộ bằng 0,077, khi nhân tố này tăng 1 điểm thì sự cam kết tăng 0,077 điểm nếu các nhân tố khác không đổi. Các KTV luôn mong đợi những cố gắng và kết quả thực hiện công việc của họ sẽ được đánh giá và khen thưởng xứng đáng. Những mong đợi này sẽ hình thành và xác định mục tiêu, mức độ thực hiện công việc cần đạt được trong tương lai (Trần Kim Dung, 2011). Trong khu vực nhà nước, lương cơ bản được tính theo các bậc lương trong hệ thống thang bảng lương theo quy định. Thu

nhập của KTV gồm tiền lương cơ bản, phụ cấp, tiền thưởng và các khoản phúc lợi. Mỗi nhân tố có tính cách riêng và có ý nghĩa khác nhau đối với việc kích thích, động viên người lao động hăng hái, tích cực, sáng tạo trong công việc và trung thành với đơn vị.

Như vậy, kết quả phân tích hồi quy cho thấy rằng giả thuyết H₁, H₂, H₄ và H₅ được chấp nhận, còn các giả thuyết khác không được chấp nhận.

Bảng 8. Kết quả kiểm định các giả thuyết của mô hình nghiên cứu

Giả thuyết	Nội dung	Kết luận
H1	Đào tạo và trao quyền có tác động tích cực đến Cam kết gắn bó của KTV	Chấp nhận
H2	Sự phù hợp và thương hiệu tổ chức có tác động tích cực đến Cam kết gắn bó của KTV	Chấp nhận
H3	Điều kiện làm việc có tác động tích cực đến Cam kết gắn bó của KTV	Không chấp nhận
H4	Hành vi lãnh đạo có tác động tích cực đến Cam kết gắn bó của KTV	Chấp nhận
H5	Lương, thưởng và chế độ đãi ngộ có tác động tích cực đến Cam kết gắn bó của KTV	Chấp nhận
H6	Quan hệ với đồng nghiệp có tác động tích cực đến Cam kết gắn bó của KTV	Không chấp nhận
H7	Đặc điểm công việc có tác động tích cực đến Cam kết gắn bó của KTV	Không chấp nhận

(Nguồn: Tổng hợp kết quả phân tích hồi quy từ dữ liệu điều tra 108 KTV, 2018)

5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

Kết quả nghiên cứu cho thấy có bốn nhân tố tác động tích cực đến Cam kết gắn bó của KTV với mức ý nghĩa thống kê cao gồm nhân tố Đào tạo và Trao quyền, nhân tố Sự phù hợp và thương hiệu tổ chức, nhân tố Hành vi lãnh đạo và nhân tố Lương, thưởng và chế độ đãi ngộ. Dựa trên các kết quả phân tích, một số hàm ý quản trị được đề xuất nhằm tăng

cường mức độ cam kết gắn bó của KTV tại KTNN vùng ĐBSCL như sau:

5.1. Công tác đào tạo và phát triển

Công tác đào tạo cần phải xác định được đúng mục tiêu, đối tượng và nội dung đào tạo, phân đối tượng đào tạo theo từng chuyên ngành và trình độ cụ thể. Xây dựng các biện pháp đánh giá hiệu quả hoạt động đào tạo, cần tổ chức các cuộc kiểm tra, đánh giá và trưng cầu ý kiến sau khi KTV đã hoàn thành khóa huấn luyện hay buổi tập huấn.

5.2. Công tác trao quyền

KTNN nên sớm ban hành đề án vị trí việc làm theo từng chức danh cụ thể, xây dựng bản mô tả công việc và xác định lộ trình thăng tiến nghề nghiệp cho KTV đối với từng chức danh, ngạch bậc cụ thể. Thông báo đến toàn thể KTV để họ thấy được và phấn đấu đạt được mục tiêu thăng tiến trong nghề nghiệp. Theo luật định, KTV nhà nước có quyền độc lập, chỉ tuân theo pháp luật. Trong khi thi hành nhiệm vụ, KTV có quyền bảo lưu ý kiến của mình và đề nghị lãnh đạo cấp trên làm rõ lý do thay đổi những đánh giá, xác nhận, kết luận và kiến nghị trong biên bản và báo cáo kiểm toán. Thông qua công tác đào tạo có thể giúp KTV tăng cường nhận thức tích cực về quyền bảo lưu ý kiến của mình và áp dụng một cách hiệu quả trong khi thực hiện nhiệm vụ.

5.3. Về sự phù hợp và thương hiệu tổ chức

KTNN cần xây dựng, tuyên truyền phổ biến, quán triệt đến toàn thể công chức KTV và người lao động về sứ mệnh, tầm nhìn và giá trị cốt lõi của KTNN, từ đó có thể nâng cao mức độ nhận biết giá trị “thương hiệu KTNN”, nâng cao mức độ phù hợp mục tiêu cá nhân với mục tiêu tổ chức trong công tác tuyển dụng. Đồng thời, lãnh đạo đơn vị nên tìm hiểu, nắm bắt thông tin về những vấn đề cá nhân của KTV và đánh giá thường xuyên các mục tiêu cá nhân có phù hợp với mục tiêu của đơn vị.

5.4. Về công tác lãnh đạo

KTNN cần xây dựng sự công bằng trong tổ chức, lãnh đạo đơn vị nên là

người tiên phong, là tấm gương để KTV học tập và noi theo. Đồng thời, lãnh đạo đơn vị nên gần gũi, hòa nhã, hiểu rõ nguyện vọng nghề nghiệp, tiếp tục lắng nghe, hiểu và hỗ trợ cấp dưới giải quyết các khó khăn trong công việc.

5.5. Về lương, thưởng và chế độ đãi ngộ

KTNN cần xây dựng chính sách lương, thưởng và chế độ đãi ngộ phù hợp với đề án và vị trí việc làm theo từng chức danh cụ thể để mỗi KTV được hưởng lương và chế độ theo thành quả và sự đóng góp của bản thân, từ đó để có thể gắn bó lâu dài với đơn vị.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Abbas Taheri Yeganeh, Akbar Hassanpoor, Mohammad Ataee, 2014. Investigating of Human Resource Management Practices Effects on Knowledge Workers Intention to stay With Emphasis on Organization Commitment (A case Study of Research Institute of Petroleum Industry). International Research Journal of Management Sciences. Vol.2 (11), 365-373.
2. Bùi Thị Minh Thu và Lê Nguyễn Doan Khôi, 2016. Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên Tổng Công ty Lắp máy Việt Nam (Lilama). Tạp chí Khoa học Đại học Mở TP HCM – số 3 (48), 90 – 103.
3. Dileep Kumar M. & Normala S. Govindarajo, 2014. Instrument Development “Intention to Stay Instrument” (ISI). Asian Social Science; Vol. 10, No. 12:149 –169.

4. Dương Đăng Khoa, 2015. Đào tạo nhân lực ở Đồng bằng sông Cửu Long: Thực trạng và giải pháp. Tạp chí Phát triển và Hội nhập, số 21 tháng 3-4/2015, 78 -81.

5. Đỗ Xuân Khánh, Lê Kim Long, 2015. Nghiên cứu sự gắn kết của nhân viên đối với Tổng Công ty Xăng Dầu Quân đội. Tạp chí Khoa học - Công nghệ Thủy sản - số 3/2015, 115-121.

6. Hà Kiên Tân, 2015. Các yếu tố tác động đến sự gắn kết tổ chức của nhân viên khối hành chính tỉnh Bình Dương. Tạp chí Kinh tế Kỹ thuật Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Bình Dương, số 10, 71 – 78.

7. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008. Thống kê ứng dụng. Hà Nội: Nhà xuất bản Thống kê.

8. Hồ Huy Tựu và Phạm Hồng Liêm, 2012. Sự gắn bó của nhân viên đối với Công ty du lịch Khánh Hòa. Tạp chí Phát triển Kinh tế, số 264, 56 – 63.

9. Janet Cheng Lian Chew, 2004. A thesis the influence of Human resource management practices on the retention of core employees of Australian organisations: An empirical study. Murdoch University, July-2004.

10. Johari, J., Tan, F.Y., Adnan, Z., Yahya, K.K., & Ahmad, M.N., 2012. Promoting Employee Intention to Stay: Do Human Resource Management Practices Matter? Journal of Economics and Management 6(2): 396 – 416.

11. Kanter, R. M., 1968. Commitment and social organization: A study of commitment mechanisms in

utopian Communities. American Sociological Review, 33, 4, pp. 499-517.

12. Lee Thomas, 2007. Trao quyền hiệu quả. Sách dịch, Nhà xuất bản Từ điển Bách khoa, Hà Nội.

13. Meyer, J. P. N. J. Allen, 1991. A three-component conceptualization of organizational commitment. Human Resource Management Review. Volume 1, Issue 1, Spring 1991, Pages 61-89.

14. Mai Văn Nam, 2008. Giáo trình Nguyên lý thống kê kinh tế. NXB Văn Hóa Thông Tin.

15. Mohammad Fakhurul Islam and Md. Jahangir Alam, 2014. Factors influencing Intention to Quit or Stay in Jobs: An Empirical Study on selected sectors in Bangladesh. Stamford Journal of Business Studies. Volume 6, Issue I: 142 – 164.

16. Mowday, R.T., Steers, R.M. and Porter, L.W, 1979. The measurement of organizational commitment. Vocational Behavior 14: 224-247.

17. Nguyễn Hoàng Tân, 2016. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn bó của nhân viên với tổ chức tại Khách sạn Dakruco. Luận văn thạc sỹ. Đại học Buôn Ma Thuột.

18. Nguyễn Thành Long, 2016. Nghiên cứu ảnh hưởng của các yếu tố tạo nên lòng trung thành đến sự cam kết của nhân viên, nghiên cứu trường hợp các doanh nghiệp tại Bến Tre. Tạp chí Khoa học Đại học mở TP. HCM - số 3 (48), 64 – 80.

19. Nguyễn Thị Phương Dung 2014. Các yếu tố tác động đến sự gắn kết tổ chức của nhân viên khối văn phòng thành phố Cần Thơ. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 30, 92 – 99.
20. Nguyễn Thị Thu Hằng và Nguyễn Khánh Trang, 2013. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng và lòng trung thành của giảng viên, viên chức tại các trường Đại học, Cao đẳng ở Lâm Đồng. Tạp chí phát triển Khoa học và công nghệ, tập 16, số Q3/2013, 33-44.
21. O'Reilly, C., Chatman, J., 1986. Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effects of Compliance, Identification and Internalization on Prosocial Behavior. *Journal of Applied Psychology*, 71, 3, pp. 492-499
22. Phạm Thế Anh và Nguyễn Thị Hồng Đào, 2013. Quản trị nguồn nhân lực và sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp. Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Kinh tế và Kinh doanh, tập 29, Số 4 (2013), 24-34.
23. Phạm Thị Mỹ Hiền, 2016. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn bó của người lao động tại Công ty Cổ phần thực phẩm - xuất nhập khẩu Lam Sơn. Luận văn thạc sỹ Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Đà Nẵng.
24. Trần Kim Dung, 2011. Quản trị nguồn nhân lực. Nhà xuất bản Tổng hợp TP. Hồ Chí Minh, tái bản lần thứ 8.
25. Trần Văn Ngợi, 2015. Thu hút và trọng dụng người có tài năng trong các cơ quan hành chính nhà nước Việt Nam, Luận án Tiến sĩ Quản lý hành chính công, Học viện hành chính quốc gia, Bộ Nội vụ.
26. Vimala Sanjeevkumar, 2012. A study on employee's intention to stay in public companies, Kedah, Malaysia. *Zenith International Journal of Business Economics & Management Research*. Vol.2, Issue 4: 91 – 101.
27. Võ Quốc Hưng và Cao Hào Thi, 2010. Các yếu tố ảnh hưởng đến dự định nghỉ việc của công chức – viên chức nhà nước. Tạp chí Phát triển KH&CN, tập 13, 5-16.

FACTORS AFFECTING THE ORGANIZATIONAL COMMITMENT OF THE STATE AUDITORS IN THE STATE AUDIT OFFICE OF VIETNAM IN THE MEKONG DELTA

Le Huynh Nhu¹, Nguyen Thien Phong², Phan Ngoc Bao Anh^{2*},
Huynh Thi Cam Tho² and Dinh Cong Hien²

¹Regional State Audit Office No V (Can Tho city), ²Tay Do University
(*Email: pnbanh@tdu.edu.vn)

ABSTRACT

The research aimed to identify factors affecting the organizational commitment of the state auditors in the State Audit Office of Vietnam in the Mekong Delta. The data used in the analysis was collected from 115 auditors working in the State Audit Office of Vietnam in the Mekong Delta. Descriptive statistical methods, Cronbach's Alpha, exploratory factor analysis (EFA) and linear regression analysis were used in the study. The results showed that there were four factors including Training and Empowerment, Organizational Relevancy and Branding, Leadership Behavior, Salary, Bonus and Compensation positively affected the organizational commitment of the state auditors. Based on these analysis results, some administrative considerations were proposed to enhance the organizational commitment of the auditors in the State Audit Office of Vietnam in the Mekong Delta.

Keywords: *Affecting factor, organizational commitment, State auditors, the Mekong Delta*