

PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ TRUNG THÀNH CỦA NHÂN VIÊN ĐỐI VỚI CÔNG TY CỔ PHẦN MÍA ĐƯỜNG CẦN THƠ (CASUCO)

Trần Văn Thanh¹ và Đào Duy Huân²

¹Công ty CP Mía Đường Cần Thơ

²Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Tây Đô

Email: thanhcasuco@gmail.com

Ngày nhận: 01/6/2017

Ngày phản biện: 20/6/2017

Ngày duyệt đăng: 01/7/2017

TÓM TẮT

Mục tiêu nhằm xác định các yếu tố và mức độ tác động của chúng đến sự trung thành của nhân viên đối với công ty, từ đó đưa ra các hàm ý quản trị trong việc xây dựng chiến lược phát triển nhân sự tốt hơn, từng bước nâng cao mức độ trung thành của nhân viên đối với công ty. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng, thực hiện khảo sát 221 nhân viên đang làm việc tại Công ty. Mô hình đề xuất gồm 6 thành phần dựa trên các thang đo của các nhà nghiên cứu trong và ngoài nước, có chỉnh sửa lại cho phù hợp với điều kiện thực tế của Công ty cổ phần mía đường Cần Thơ (CASUCO). Kết quả nghiên cứu cho thấy có 6 thành phần ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên đối với tổ chức: Lương cao, bản chất công việc, đồng nghiệp ủng hộ, hỗ trợ từ cấp trên, khen thưởng công bằng, cơ hội đào tạo và thăng tiến. Trong đó, lương cao là yếu tố ảnh hưởng then chốt đến lòng trung thành của nhân viên.

Từ khóa: Lòng trung thành, CASUCO, nhân viên, tổ chức.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Khi nói đến lòng trung thành của nhân viên, là nói đến sự tự hào, niềm vui khi làm việc, sẵn sàng ở lại Công ty khi có biến động hoặc có cơ hội tốt hơn, sẵn lòng hi sinh lợi ích cá nhân khi cần thiết để giúp Công ty thành công. Yếu tố tạo nên lòng trung thành của nhân viên không chỉ tiền lương, mà còn nhiều yếu tố khác (Cheng và Chew (2004); Kumar và Skekhar (2012)), ngoài lương, các yếu tố tạo nên lòng trung thành của nhân viên còn thể hiện ở các mặt như: Bản chất công việc hay nơi làm việc không như mong đợi; công việc không phù hợp;

có quá ít sự hướng dẫn và phản hồi; có quá ít cơ hội phát triển; không được đánh giá đúng và công nhận; mất cân bằng giữa công việc và cuộc sống; do bị stress; thiếu sự tin tưởng và quan tâm của các nhà lãnh đạo; mâu thuẫn với đồng nghiệp,...

Công ty cổ phần mía đường Cần Thơ hiện có hơn 1.000 lao động, trong đó nhân viên khối văn phòng chiếm khoảng 30%. Mặc dù những năm qua Công ty gặp không ít khó khăn, song vẫn vượt qua và đứng vững trên thị trường. Chính lòng

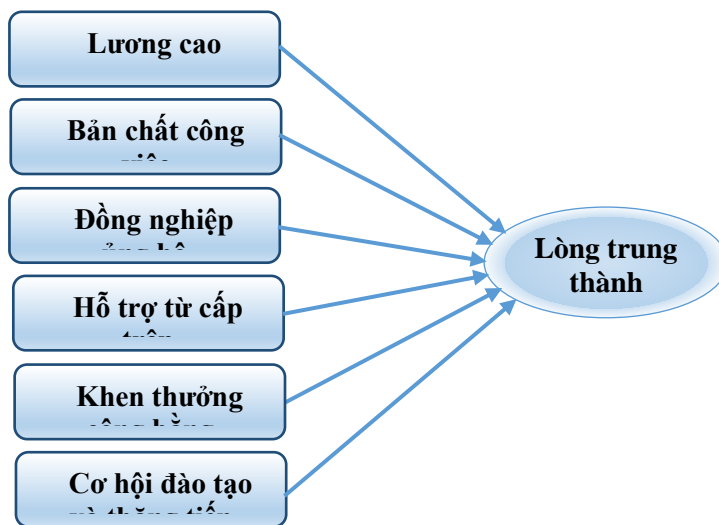
Trích dẫn: Trần Văn Thanh và Đào Duy Huân, 2017. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự trung thành của nhân viên đối với công ty cổ phần Mía đường Cần Thơ (CASUCO). Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô. 01: 103-112.

trung thành của nhân viên đã tạo được sức mạnh nội lực giúp Công ty vượt khó khăn và đạt được thành công.

Tuy vậy, nếu xem xét thấu đáo vấn đề, thì sự trung thành của nhân viên đối với công ty vẫn còn chưa cao. Vẫn còn nhiều nhân viên thiếu gắn bó, thuyên chuyển công việc, xin nghỉ, làm việc kém hiệu quả. Vì vậy, nghiên cứu **“Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên đối với Công ty cổ phần mía đường Cần Thơ”** là cần thiết để đánh giá mức độ tác động các yếu tố và tìm kiếm các chính sách để nâng cao được lòng trung thành của đội ngũ nhân viên đối với công ty.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Trên cơ sở kế thừa, chọn lọc từ các mô hình nghiên cứu của Nguyễn Quang Vinh (2016), Trần Thanh Khoé (2015), Phan Quốc Dũng (2013), thông qua lấy ý kiến của các chuyên gia làm việc tại CASUCO, nghiên cứu đưa ra 6 yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên tại Công ty cổ phần mía đường Cần Thơ gồm: “Lương cao”, “Bản chất công việc”, “Đồng nghiệp ủng hộ”, “Hỗ trợ từ cấp trên”, “Khen thưởng công bằng” và “Cơ hội đào tạo và thăng tiến”. Cụ thể mô hình nghiên cứu đề xuất (Hình 1)



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Trên cơ sở mô hình nghiên cứu đề xuất, đưa ra 6 giả thuyết nghiên cứu như sau:

- H1: Lương cao sẽ tác động cùng chiều với lòng trung thành.
- H2: Bản chất công việc sẽ tác động cùng chiều với lòng trung thành.
- H3: Đồng nghiệp ủng hộ sẽ tác động cùng chiều với lòng trung thành.

- H4: Hỗ trợ từ cấp trên sẽ tác động cùng chiều với lòng trung thành.
- H5: Khen thưởng công bằng sẽ tác động cùng chiều với lòng trung thành.
- H6: Cơ hội đào tạo và thăng tiến tác động cùng chiều với lòng trung thành.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Nghiên cứu định tính

Nghiên cứu được tiến hành thông qua lấy ý kiến chuyên gia làm việc tại Công ty cổ phần mía đường Cần Thơ nhằm lựa chọn thang đo phù hợp để thiết kế và hoàn thành bảng câu hỏi khảo sát chính thức dùng để nghiên cứu định lượng.

3.2. Nghiên cứu định lượng

Thu thập thông tin thông qua bảng câu hỏi khảo sát. Sau đó phân tích độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha và nhân tố khám phá (EFA). Tiếp theo thực hiện phân tích nhân tố khẳng định (CFA), kiểm định mô hình nghiên cứu bằng cấu trúc tuyến tính SEM và kiểm định độ tin cậy của các ước lượng bằng Bootstrap.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Các biến phân tích

Bao gồm 6 biến độc lập (LC: Lương cao, BCCV: Bản chất công việc, DNUH: Đồng nghiệp ủng hộ, HTCT: Hỗ trợ từ cấp trên, KTCB: Khen thưởng công bằng, DTTT: Cơ hội đào tạo và thăng tiến), 1 biến phụ thuộc (LTT: Lòng trung thành) và 36 biến quan sát.

4.2. Kết quả kiểm định thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Với 36 biến đưa vào phân tích, sau khi loại bỏ lần lượt 3 biến không đạt (HTCT3, DTTT6 và DTTT7). Kết quả kiểm định các nhóm nhân tố đều có hệ số Cronbach's Alpha > 0,6 (Bảng 1) và các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến tổng (Corrected Item–Total Correlation) > 0,6. Kết luận thang đo đạt độ tin cậy, phù hợp để tiếp tục phân tích nhân tố khám phá EFA để đánh giá chính xác hơn các thang đo và để thang đo đảm bảo đồng nhất (Nunnally, Burnstein, 1994).

Bảng 1. Kết quả kiểm định Cronbach Alpha

Mã hoá	Yếu tố	Hệ số Cronbach's Alpha
LC	Lương cao	0,879
BCCV	Bản chất công việc	0,886
DNUH	Đồng nghiệp ủng hộ	0,933
HTCT	Hỗ trợ từ cấp trên	0,922
KTCB	Khen thưởng công bằng	0,822
DTTT	Cơ hội đào tạo và thăng tiến	0,913
LTT	Lòng trung thành	0,813

(Nguồn: Từ kết quả phân tích dữ liệu)

4.3. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Với 29 biến của 6 nhân tố thành phần đưa vào phân tích, kết quả đã kết hợp thành 6 nhóm (không có biến nào bị loại). Các chỉ số phân tích đạt được: KMO = 0,9 thoả điều kiện thích

hợp của phân tích nhân tố (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008); kiểm định Bartlett với sig = 0,00 < 0,05 cho biết các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể; tổng phương sai trích = 65,5% > 50% đạt yêu cầu (Gerbing và Anderson, 1988) cho biết các nhân tố

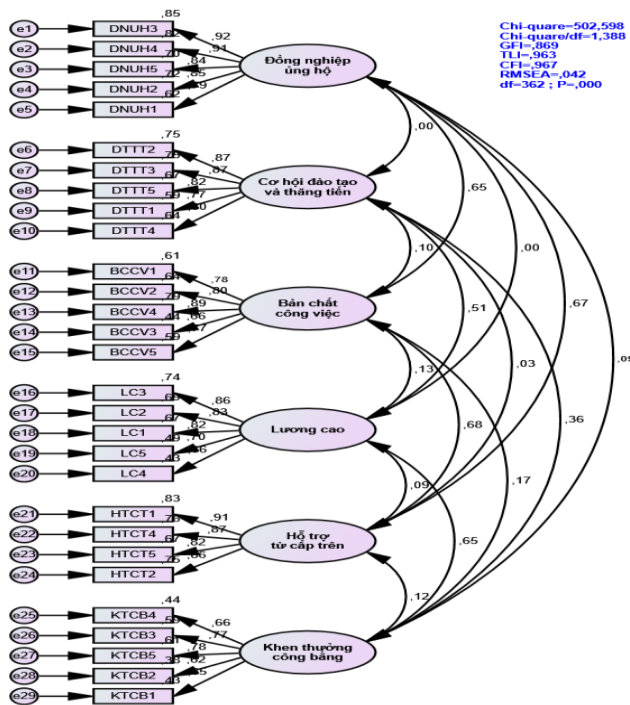
trích được 65,5% của các biến đo lường. Tất cả 6 nhân tố đều thỏa điều kiện chỉ số Eigenvalue đạt > 1 (Gerbing & Anderson, 1988) cho biết các nhân tố có ý nghĩa thống kê. Hệ số tải nhân tố của 29 biến đều đạt > 0,5 chứng tỏ các biến quan sát này có độ tin cậy cao (Hair và cộng sự, 2006). Kết luận phân tích EFA phù hợp để tiếp tục phân tích nhân tố khẳng định CFA.

4.4. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA

Kết quả phân tích các thành phần của thang đo (Hình 2) đều đạt được giá trị hội tụ, tính đơn hướng, giá trị phân biệt và đạt độ tin cậy, cụ thể đánh giá qua các các chỉ số đạt được như sau: Chi-Square/df = 1,388 < 2 (Carmines, McIver, 1981); TLI =

0,963 > 0,9; CFI = 0,967 > 0,9; GFI = 0,869 ≈ 0,9 (Bentler, Bonett, 1980) và

RMSEA = 0,042 < 0,08 (Steiger, 1990) mô hình phù hợp với dữ liệu thị trường. Các trọng số đã chuẩn hoá đều đạt > 0,5 (Gerbring, Anderson 1988) thang đo đạt giá trị hội tụ. Các sai số giữa các biến quan sát không có mối tương quan nhau nên đạt tính đơn hướng (Steenkamp & Vantrijp, 1991). Độ tin cậy tổng hợp (P_c) của các nhân tố đều > 0,5 (Schumaker, Lomax, 2006) đạt được độ tin cậy và tổng phương sai trích (P_{vc}) của các nhân tố đều > 0,5 (Hair, 1998) thang đo đạt giá trị tin cậy (kết quả thể hiện ở Bảng 2). Kết luận mô hình nghiên cứu phù hợp để tiếp tục cho phân tích SEM.



Hình 2. Kết quả CFA (chuẩn hoá) của mô hình nghiên cứu

Bảng 2. Kết quả kiểm định thang đo

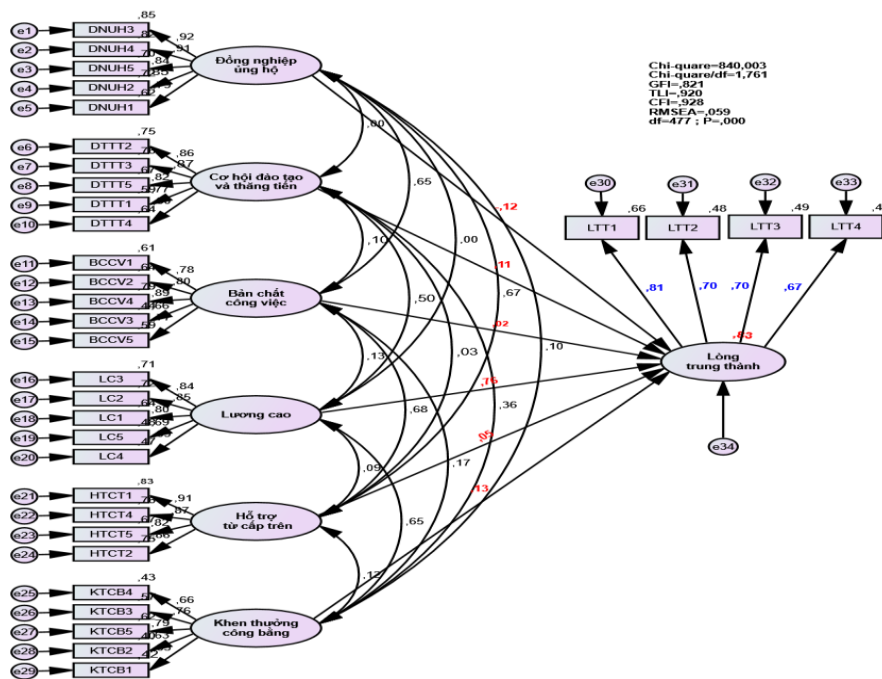
Thành phần	Số biến quan sát	Độ tin cậy		Tổng phương sai trích (P _{vc})
		Cronbach's Alpha	Độ tin cậy tổng hợp (P _c)	
Lương cao	5	0,879	0,88	0,60
Bản chất công việc	5	0,886	0,89	0,61
Đồng nghiệp ủng hộ	5	0,933	0,93	0,74
Hỗ trợ từ cấp trên	4	0,922	0,92	0,75
Khen thưởng công bằng	5	0,822	0,83	0,71
Cơ hội đào tạo và thăng tiến	5	0,913	0,91	0,68

(Nguồn: Từ kết quả phân tích dữ liệu)

4.5. Phân tích cấu trúc tuyến tính SEM

Thông qua các chỉ số đạt được (thể hiện ở Hình 3): Chi – Square = 1,761 < 3 (Chin, Todd, 1995); TLI = 0,92 > 0,9; CFI = 0,928 > 0,9 (Segar, Grover, 1993); RMSEA = 0,059

<0,08 (Taylor, Sharland, Cronin Bullard, 1993); P = 0,000 < 0,05. Kết luận mô hình lý thuyết phù hợp và có thể dùng để kiểm định các mối quan hệ được kỳ vọng và đã được nêu trong mô hình giả thuyết.



Hình 3. Kết quả SEM (chuẩn hóa) của mô hình nghiên cứu

4.6. Kiểm định độ tin cậy của ước lượng bằng Bootstrap

Kết quả ước lượng với N= 500, các ước lượng cho ta tính toán được giá trị CR, thể hiện ở Bảng 3.

Bảng 3. Kết quả tính toán giá trị độ chệch trong Bootstrap

Parameter	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	CR
LTT <--- DNUH	0,079	0,003	-0,105	0,017	0,004	4,3
LTT <--- DTTT	0,088	0,003	0,107	0,00	0,004	0,3
LTT <--- BCCV	0,081	0,003	0,018	-0,005	0,004	-1,3
LTT <--- LC	0,113	0,004	0,778	0,022	0,005	4,4
LTT <--- HTCT	0,081	0,003	0,039	-0,01	0,004	-2,5
LTT <--- KTCB	0,119	0,004	0,106	-0,023	0,005	-4,6

Kết quả được trình bày ở Bảng 3, cho thấy:

+ Có 4 ước lượng có trị tuyệt đối CR > 1,96, suy ra P-value < 5%, chấp nhận H_a, kết luận độ chệch khác 0, có ý nghĩa thống kê ở mức tin cậy 95%.

+ Có 2 ước lượng có trị tuyệt đối CR < 1,96, suy ra P-value > 5%, bác bỏ H_a, chấp nhận H₀, kết luận độ chệch = 0, không có ý nghĩa thống kê ở mức tin cậy 95%.

Kết luận các ước lượng trong mô hình nghiên cứu (Hình 3) đạt được độ tin cậy cho việc kiểm định mô hình giả thuyết.

4.7. Kết quả kiểm định mô hình giả thuyết

Qua kết quả phân tích (Hình 3), cho thấy 6 thành phần nhân tố trong mô hình lý giải được mức độ trung thành của nhân viên đối với Công ty là khá cao (83%), trong đó: 5 nhân tố tác động cùng chiều với lòng trung thành: nhân tố “Lương cao” là 76%, nhân tố “Khen thưởng công bằng” là 13%, nhân tố “Cơ hội đào tạo và thăng tiến” là 11%, nhân tố “Hỗ trợ từ cấp trên” là 5% và nhân tố “Bản chất

(Nguồn: Từ kết quả phân tích dữ liệu) công việc” là 2% và 1 nhân tố tác động ngược chiều với lòng trung thành: nhân tố “Đồng nghiệp ủng hộ” là -12%.

Như vậy, so với kết quả phân tích thì có 5 giả thuyết được chấp nhận: H1, H2, H4, H5, H6 và bác bỏ 1 giả thuyết (H3), cụ thể:

+ Giả thuyết H1: Lương cao tác động cùng chiều với lòng trung thành (có β = 0,76). Cho thấy yếu tố này rất quan trọng, ảnh hưởng rất lớn đến lòng trung thành của nhân viên đối với Công ty. Mức tác động cao như vậy, đánh giá được Công ty đang áp dụng chính sách trả lương có hiệu quả. Cần duy trì và hoàn thiện hơn nữa.

+ Giả thuyết H2: Bản chất công việc tác động cùng chiều với lòng trung thành (có β = 0,02). Có thể trong quá trình phân công công việc cho nhân viên, cũng còn một số vị trí chưa được hợp lý, chưa đúng chuyên môn và sở thích. Cần cải thiện tốt hơn.

+ Giả thuyết H3: Đồng nghiệp ủng hộ tác động ngược chiều với lòng trung thành (có β = -0,12). Cho thấy mối quan hệ, sự tương tác trong công

việc giữa các nhân viên hiện tại không tốt, cần được cải thiện.

+ Giả thuyết H4: Hỗ trợ từ cấp trên tác động cùng chiều với lòng trung thành (có $\beta = 0,05$). Điều này cho thấy, cũng còn nhiều khâu quản lý chưa làm tốt công tác hỗ trợ cho nhân viên trong công việc. Cần được cải thiện tốt hơn.

+ Giả thuyết H5: Khen thưởng công bằng tác động cùng chiều với lòng trung thành (có $\beta = 0,13$). Cho thấy chính sách khen thưởng của Công ty đang áp dụng có hiệu quả nhưng chưa cao, cần đánh giá lại và điều chỉnh cho hợp lý hơn để đạt hiệu quả cao nhất.

+ Giả thuyết H6: Cơ hội đào tạo và thăng tiến tác động cùng chiều với lòng trung thành (có $\beta = 0,11$). Cho thấy công tác đào tạo và quy hoạch phát triển nhân sự của Công ty đang thực hiện có hiệu quả nhưng chưa cao. Cần rà soát, đánh giá lại và hoàn thiện tốt hơn nữa đối với công tác này.

5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

5.1. Kết luận

Mô hình lý thuyết nghiên cứu được đề xuất với 6 yếu tố có ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên đối với Công ty gồm: Lương cao, Bản chất công việc, Đồng nghiệp ủng hộ, Hỗ trợ từ cấp trên, Khen thưởng công bằng, Cơ hội đào tạo và thăng tiến. Trên cơ sở đó, đề ra 6 giả thuyết nghiên cứu có tác động cùng chiều với lòng trung thành.

Qua kết quả kiểm định mô hình giả thuyết, cho thấy 6 thành phần nhân tố trong mô hình đã lý giải được mức độ trung thành của nhân viên đối với

Công ty là khá cao (83%), trong đó 5 nhân tố tác động cùng chiều với lòng trung thành: Lương cao, Khen thưởng công bằng, Cơ hội đào tạo và thăng tiến, Hỗ trợ từ cấp trên, Bản chất công việc, trong đó Lương cao là yếu tố ảnh hưởng then chốt đến lòng trung thành của nhân viên. và 1 nhân tố tác động ngược chiều với lòng trung thành là nhân tố Đồng nghiệp ủng hộ.

5.2. Hàm ý quản trị

Nghiên cứu đưa ra giải pháp dựa trên quan hệ tương quan tuyến tính giữa các yếu tố tác động đến lòng trung thành của nhân viên đối với Công ty.

(1) *Yếu tố “Lương cao”*: Kết quả phân tích tác động cùng chiều với lòng trung thành và mức tác động khá cao. Do vậy, yếu tố này rất quan trọng, Công ty cần đặc biệt quan tâm. Đối với yếu tố này, Công ty cần duy trì chính sách trả lương hợp lý, đảm bảo thu nhập của nhân viên phải hoà với lợi ích kinh tế đạt được. Việc trả lương phải tương xứng với năng lực làm việc, công sức đóng góp của nhân viên, đặc biệt là tạo được niềm tin cho nhân viên về việc trả lương của Công ty là rất công bằng, hợp lý và cao hơn so với các Công ty khác trên cùng địa bàn hoạt động. Nếu làm tốt các việc này sẽ nâng cao mức độ trung thành của nhân viên đối với Công ty.

(2) *Yếu tố “Bản chất công việc”*: Kết quả phân tích tác động cùng chiều với lòng trung thành, nhưng mức tác động thấp. Đối với yếu tố này, các nhà quản lý cần quan tâm phân công công việc phù hợp với chuyên môn và năng lực của nhân viên, công việc có tầm quan trọng nhất định và cho phép nhân viên được chủ động, sáng tạo

khi thực hiện để hoàn thành công việc một cách tốt nhất, công việc có tính thách thức đòi hỏi nhân viên phải sử dụng nhiều kỹ năng để hoàn thành và mang lại hiệu quả. Làm tốt các việc này sẽ giúp nâng cao mức độ trung thành của nhân viên đối với Công ty.

(3) *Yếu tố “Đồng nghiệp ủng hộ”*: Kết quả phân tích tác động ngược chiều với lòng trung thành. Đối với yếu tố này, nhà quản lý cần quan tâm luôn tạo điều kiện, bầu không khí thoải mái để nhân viên chủ động phối hợp, tương tác giúp đỡ nhau trong công việc, thân thiện, gần gũi và đoàn kết. Cấp trên thường xuyên quan tâm bằng cách ủng hộ, động viên, khen ngợi khi nhân viên hoàn thành tốt công việc, chia sẻ khó khăn và lắng nghe ý kiến, quan tâm đến lợi ích của nhân viên, tin tưởng và tôn trọng nhân viên cũng là cách tạo được sự thoải mái trong công việc đối với nhân viên. Làm tốt được các công việc này, sẽ cải thiện và nâng cao được mức độ trung thành của nhân viên đối với Công ty.

(4) *Yếu tố “Hỗ trợ từ cấp trên”*: Kết quả phân tích tác động thuận chiều với lòng trung thành, nhưng mức tác động thấp. Đối với yếu tố này, nhà quản lý cần quan tâm hỗ trợ kịp thời khi nhân viên có những khó khăn, vướng mắc trong công việc không tự giải quyết được, luôn lắng nghe và đáp ứng kịp thời những nhu cầu chính đáng của họ, thường xuyên động viên và chia sẻ khó khăn với nhân viên của mình, luôn quan tâm đến lợi ích chính đáng của nhân viên và giúp họ đạt được lợi ích đó. Trong công tác quản lý phải luôn công tâm, minh bạch, không thiên vị hay chèn ép nhân viên, đặc biệt tạo được niềm tin của nhân viên đối với cấp trên.

Bên cạnh, thực hiện tốt thông tin 2 chiều, truyền đạt thông tin phải thông suốt, thông tin từ trên xuống cấp dưới tiếp nhận và hiểu rõ, đồng thời những thông tin từ cấp dưới đề xuất, phản ánh cấp trên tiếp nhận, xử lý và phản hồi kịp thời... Nếu làm tốt được các việc này sẽ nâng cao mức độ trung thành của nhân viên đối với Công ty.

(5) *Yếu tố “Khen thưởng công bằng”*: Kết quả phân tích cho thấy tác động cùng chiều với lòng trung thành, nhưng mức tác động chưa cao. Đối với yếu tố này, Công ty cần đánh giá lại chính sách khen thưởng và điều chỉnh cho phù hợp với tình hình thực tế đã thay đổi, nhằm đảm bảo khen thưởng được công bằng, hợp lý và khuyến khích được nhân viên tích cực làm việc, phấn đấu phát huy tài năng, sáng tạo trong công việc và mang lại hiệu quả cao, đồng thời nhà quản lý phải quan tâm đến việc đánh giá, công nhận thành tích và đề xuất khen thưởng kịp thời, tương xứng với thành tích đạt được của nhân viên. Đặc biệt tạo được niềm tin cho nhân viên về việc khen thưởng của Công ty là công bằng, hợp lý và khuyến khích họ luôn phấn đấu đạt được nhiều thành tích hơn. Nếu làm tốt các việc này sẽ nâng cao mức độ trung thành của nhân viên đối với Công ty.

(6) *Yếu tố “Cơ hội đào tạo và thăng tiến”*: Kết quả phân tích tác động cùng chiều với lòng trung thành, nhưng mức tác động chưa cao. Đối với yếu tố này, Công ty cần đánh giá lại quy chế đào tạo, kế hoạch đào tạo, chương trình đào tạo và định hướng quy hoạch nhân sự một cách cụ thể mang tính chiến lược, phù hợp với chiến lược phát triển Công ty. Đồng thời, nhà quản lý phải luôn tạo cơ hội cho nhân viên được đào tạo và thăng

tiên thông qua sự tự tâm, sự phấn đấu và nỗ lực của nhân viên trong công việc. Nếu làm tốt các việc này sẽ nâng cao mức độ trung thành của nhân viên đối với Công ty.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Anderson, J.C & D. W. Gerbing, 1988. Structural Equation Modeling in practice: a review and recommended two-step approach, *Psychological Bulletin*, 103 (3): 411-423.
2. Bentler, P.M. & D. G. Bonett, 1980. "Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures", *Psychological Bulletin*, Vol 80, 600.
3. Carmines E.G. and J.P. McIver, 1981. Analyzing Models with Unobserved Variables. In G.W. Bohrnstedt & E.F. Borgatta (Eds.), *Social. Sage Beverly Hills. CA: Measurement: Current Issues.*
4. Cheng, J. & L. Chew, 2004. The influence of human resource management practices on the retention of core employees of Australian organisations. An Empirical Study.
5. Hair, Black, Babin, Anderson, Tatham, 2006. *Multivariate Data Analysis*, Prentice-Hall International, Inc.
6. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008. Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS (2 tập), NXB Hồng Đức.
7. Kumar, D. N. S. & N. Shekhar, 2012. Perspectives envisaging employee loyalty. *Journal of Management Research*. Vol.12, No.2, pp.100-112.
8. Nguyễn Đình Thọ, 2011. Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh, NXB Lao động xã hội.
9. Nguyễn Quang Vinh, 2016. Các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên tại tập đoàn Tân Tạo, Luận văn thạc sĩ kinh tế, ĐH Quốc tế Hồng Bàng.
10. Nunnally, J.C. & I. H. Bernstein, 1994. *Psychometric Theory*, 3rd edition, New York, McGraw Hill.
11. Phan Quốc Dũng, 2013. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự trung thành của nhân viên trong tổ chức, Luận văn thạc sĩ kinh tế - ĐH Kinh tế, TP. Hồ Chí Minh.
12. Schumaker, R. E., & R. G. Lomax, 2006. *Application of Structural Equation Modeling in Educational Research and Practice*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
13. Steiger, J. H., 1990. "Structural Modeling Evaluation and Modification: An Interval Estimation Approach", *Multivariate Behavioral Research*, Vol.25, 176.
14. Steenkamp, J.B.E.M., & H.C.M. Van Trijp, 1991. The use of LISREL in validating marketing constructs. *International Journal of Research in Marketing*, 8(4), pp. 283-299.
15. Trần Kim Dung, 2005. Các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành và kết quả làm việc của nhân viên trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa, Hội thảo quốc tế về doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam, TP HCM 11/2005.
16. Trần Thanh Khoẻ, 2015. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của nhân viên tại VNPT Kiên Giang, Luận văn thạc sĩ kinh tế - ĐH Tài chính – Marketing.

**FACTORS AFFECTING EMPLOYEE LOYALTY AT CAN THO SUGAR
STOCK COMPANY (CASUCO)**

Tran Van Thanh¹ and Dao Duy Huan²

¹Can Tho Sugar Joint Stock Company (Email: thanhcasuco@gmail.com)

²Faculty of Business Administration, Tay Do University

ABSTRACT

The objective of this study was to determine factors impacted on employee loyalty to help managers find solutions for improvement and increasing employee's perception of loyalty. Qualitative and quantitative research methods were applied to conduct a survey of 221 employees. Proposed model consisted of six components based on previous studies which were modified to suit CASUCO's actual conditions. Results indicated that there were 6 factors that influenced employee loyalty to the organization: high salary, job quality, supportive colleagues, superior support, fair compensation, motivation training and promotion. In particular, high salary was the key factor affecting the employee's loyalty.

Keywords: Loyalty, CASUCO, organization