

EVALUATING FACTORS AFFECTING JOB ENGAGEMENT OF SALES STAFF IN THE HEALTHCARE SECTOR IN CAN THO CITY IN 2024-2025

Nguyen Phuc Hung¹, Vo Thi My Huong^{1*}, Pham Thanh Suol¹, Tang Nghiep Minh²
Le Thi Nhan Duyen¹, Tran Ba Kien³, Nguyen Van Bo¹, Bui Thi Ngoc Han¹

¹Can Tho University of Medicine and Pharmacy - 179 Nguyen Van Cu, Tan An ward, Can Tho city, Vietnam

²Can Tho University - Area II, 3/2 street, Ninh Kieu ward, Can Tho city, Vietnam

³Hai Duong Central College of Pharmacy - 324 Nguyen Luong Bang, Le Thanh Nghi ward, Hai Phong city, Vietnam

⁴VNU University of Medicine and Pharmacy - 144 Xuan Thuy, Cau Giay ward, Hanoi, Vietnam

Received: 04/7/2025

Revised: 10/7/2025; Accepted: 29/7/2025

ABSTRACT

Objectives: Assessing the reliability of the scale using Cronbach's Alpha coefficient and evaluating the factors influencing the engagement with retail businesses in the healthcare sector among sales staff in Can Tho city during the period 2024-2025.

Materials and methods: A cross-sectional descriptive study was conducted using direct interviews and surveys via a link to a form or QR code, involving 449 sales staff currently working at healthcare-related business establishments across 9 districts in Can Tho city in 2025.

Results: The reliability analysis results show that all 8 components have high Cronbach's Alpha coefficients (ranging from 0.909 to 0.972), confirming the strong internal consistency of the measurement scales. The component "career development orientation" recorded the highest reliability (Cronbach's Alpha = 0.972). All observed variables have item-total correlations greater than 0.7, and the Cronbach's Alpha if item deleted is lower than the overall Alpha, so all items were retained. The six factors - human resource policies, career development orientation, promotion opportunities, compensation and rewards, workplace environment, and workplace relationships - all have a statistically significant impact on the engagement of sales staff in the healthcare sector (sig < 0.001).

Conclusions: Studies have shown that factors such as human resource policies, career development orientation, promotion opportunities, compensation and rewards, workplace environment, and interpersonal relationships at work have a positive impact on employee engagement.

Keywords: Can Tho, sales staff, engagement, healthcare.

*Corresponding author

Email: vtmhuong@ctump.edu.vn Phone: (+84) 385545033 <https://doi.org/10.52163/yhc.v66iCD12.2977>

ĐÁNH GIÁ CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN SỰ GẮN KẾT VỚI CÔNG VIỆC CỦA NHÂN VIÊN BÁN HÀNG TRONG LĨNH VỰC CHĂM SÓC SỨC KHỎE TẠI THÀNH PHỐ CẦN THƠ NĂM 2024-2025

Nguyễn Phúc Hưng¹, Võ Thị Mỹ Hương^{1*}, Phạm Thành Suôi¹, Tăng Nghiệp Minh²
Lê Thị Nhân Duyên¹, Trần Bá Kiên³, Nguyễn Văn Bộ¹, Bùi Thị Ngọc Hân⁴

¹Trường Đại học Y Dược Cần Thơ - 179 Nguyễn Văn Cừ, phường Tân An, thành phố Cần Thơ, Việt Nam

²Đại học Cần Thơ - Khu II, đường 3 tháng 2, phường Ninh Kiều, thành phố Cần Thơ, Việt Nam

³Trường Cao đẳng Dược Trung ương Hải Dương - 324 Nguyễn Lương Bằng, phường Lê Thanh Nghị, thành phố Hải Phòng, Việt Nam

⁴Trường Đại học Y Dược, Đại học Quốc gia Hà Nội - 144 Xuân Thủy, phường Cầu Giấy, Hà Nội, Việt Nam

Ngày nhận bài: 04/7/2025

Ngày chỉnh sửa: 10/7/2025; Ngày duyệt đăng: 29/7/2025

TÓM TẮT

Mục tiêu: Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha và đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết với doanh nghiệp bán lẻ trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe của nhân viên bán hàng tại địa bàn thành phố Cần Thơ năm 2024-2025.

Đối tượng và phương pháp: Nghiên cứu mô tả cắt ngang thu thập bằng phỏng vấn trực tiếp và khảo sát thông qua liên kết đến biểu mẫu hoặc mã QR trên 449 nhân viên bán hàng đang làm việc tại các cơ sở kinh doanh trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe, trên 9 quận/huyện ở thành phố Cần Thơ năm 2025.

Kết quả: Phân tích độ tin cậy cho thấy tất cả 8 câu phần đều có hệ số Cronbach's Alpha cao (0,909-0,972), đảm bảo độ tin cậy của thang đo. Câu phần “định hướng phát triển nghề nghiệp” có độ tin cậy cao nhất (Cronbach's Alpha = 0,972). Tất cả các biến khảo sát đều có hệ số tương quan biến tổng > 0,7 và hệ số Alpha nếu loại biến thấp hơn Alpha tổng, nên được giữ nguyên. 6 nhân tố chính sách (nguồn nhân lực, định hướng phát triển nghề nghiệp, cơ hội thăng chức, tiền lương và tiền thưởng, không gian làm việc, mối quan hệ trong công việc) còn lại đều có mối quan hệ tác động có ý nghĩa thống kê tới sự gắn kết của nhân viên bán hàng trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe ($\text{sig} < 0,001$).

Kết luận: Nghiên cứu cho thấy các nhân tố: chính sách nguồn nhân lực, định hướng phát triển nghề nghiệp, cơ hội thăng chức, tiền lương và tiền thưởng, không gian làm việc, mối quan hệ trong công việc càng tốt thì sự gắn kết của nhân viên càng cao.

Từ khóa: Cần Thơ, nhân viên bán hàng, sự gắn kết, chăm sóc sức khỏe.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Việt Nam đã chính thức tham gia vào quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, cần phải có đội ngũ nhân sự giỏi. Nghị quyết số 20/NQ-TW năm 2017 đã nhấn mạnh vai trò đặc biệt của ngành y tế và đưa ra nhiệm vụ phát triển nguồn nhân lực y tế đáp ứng các yêu cầu về y đức và chuyên môn [1]. Cũng đã có các nghiên cứu trên thế giới và trong nước đã chỉ ra một số yếu tố liên quan đến sự gắn kết và hài lòng của nhân viên với nơi làm việc [2], [3].

Cần Thơ được biết đến là trung tâm kinh tế và văn hóa của vùng đồng bằng sông Cửu Long, tuy nhiên tình trạng nhân viên rời bỏ công việc hiện tại để chuyển đến nơi làm việc mới có mức lương cao hơn, chế độ đãi ngộ hấp dẫn hơn, môi trường làm việc thân thiện hơn ngày

càng trở nên phổ biến. Chúng tôi tiến hành nghiên cứu đánh giá các nhân tố tác động đến sự gắn kết với công việc của nhân viên bán hàng trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe tại địa bàn thành phố Cần Thơ năm 2024-2025 bằng phương pháp hồi quy tuyến tính đa biến nhằm 2 mục tiêu: (1) Khảo sát thực trạng sự gắn kết với doanh nghiệp bán lẻ trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe của nhân viên bán hàng tại địa bàn thành phố Cần Thơ năm 2024-2025; (2) Đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết với doanh nghiệp bán lẻ trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe của nhân viên bán hàng tại địa bàn thành phố Cần Thơ năm 2024-2025.

2. ĐỐI TƯỢNG, PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp mô tả cắt ngang.

*Tác giả liên hệ

Email: vtmhuong@ctump.edu.vn Điện thoại: (+84) 385545033 <https://doi.org/10.52163/yhc.v66iCD12.2977>

2.2. Địa điểm và thời gian nghiên cứu

Nghiên cứu thực hiện tại 9 quận, huyện trên địa bàn thành phố Cần Thơ từ tháng 12/2024 đến tháng 6/2025.

2.3. Đối tượng nghiên cứu

Nhân viên bán hàng đang công tác tại các doanh nghiệp bán lẻ trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe tại địa bàn thành phố Cần Thơ.

- Tiêu chuẩn chọn mẫu: nhân viên bán hàng đang công tác tại các cơ sở kinh doanh trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe và đồng ý tham gia nghiên cứu.

- Tiêu chuẩn loại trừ: nhân viên bán hàng trả lời không đầy đủ bảng khảo sát.

2.4. Cỡ mẫu và phương pháp chọn mẫu

- Cỡ mẫu áp dụng theo công thức tính cỡ mẫu cho nghiên cứu mô tả để xác định một tỷ lệ:

$$n = Z_{1-\alpha/2}^2 \times p(1-p)/d^2$$

Trong đó: n là cỡ mẫu nghiên cứu; $Z_{1-\alpha/2}$ là giá trị của hệ số giới hạn tin cậy ($Z_{1-\alpha/2} = 1,96$); α là mức ý nghĩa thống kê ($\alpha = 0,05$); d là độ sai lệch giữa tham số mẫu và tham số quần thể ($d = 0,05$); p là giá trị tỉ lệ ước tính tổng thể ($p = 0,5$).

Áp dụng công thức trên, cỡ mẫu tối thiểu là 385 mẫu. Nghiên cứu sẽ điều tra thêm 15% mẫu nghiên cứu để đề phòng có những mẫu khảo sát không đạt yêu cầu, cỡ mẫu là 449.

- Sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện.

2.5. Nội dung nghiên cứu

- Đặc điểm chung của mẫu nghiên cứu: giới tính, tình trạng hôn nhân, khu vực sống, thu nhập, học vấn, kinh nghiệm, số năm thâm niên làm việc tại cơ sở doanh nghiệp, loại hình cơ sở kinh doanh. Kết quả nghiên cứu được trình bày dưới dạng biểu đồ Clustered Bar thể hiện tần suất và tỉ lệ % của thông tin khảo sát.

- Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha: bộ câu hỏi bao gồm 39 câu hỏi, trong đó HRP (4 câu), CDO (9 câu), PO (4 câu), SB (5 câu), OC (3 câu), W (3 câu), WR (4 câu) và C (7 câu).

Nghiên cứu sử dụng thang đo Likert 5, các câu trả lời cho các câu hỏi được đánh số điểm theo thứ tự như sau: 1 (hoàn toàn không đồng ý), 2 (không đồng ý), 3 (bình thường), 4 (đồng ý), 5 (hoàn toàn đồng ý).

Cách đánh giá: bằng phương pháp thực hiện phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha.

- Đánh giá tác động của các nhân tố đến sự gắn kết với công việc của nhân viên bán hàng trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe tại địa bàn thành phố Cần Thơ năm 2024-2025: phân tích hồi quy tuyến tính đa biến được tiến hành bằng phương pháp "Enter" trình bày dưới các thông số: giá trị Durbin-Watson, hệ số xác định (R^2), hệ số xác định hiệu chỉnh (R^2 hiệu chỉnh), phương sai. Kết quả thu được bằng cách thực hiện phân tích hệ số hồi quy: chưa chuẩn hóa (B) và đã chuẩn hóa (Beta).

Kiểm định phân phối chuẩn được thực hiện bằng cách phân tích Kolmogorov-Smirnov dùng trong kiểm tra tính phân phối chuẩn của tập hợp các giá trị trung bình trung thành (L).

2.6. Kỹ thuật thu thập, công cụ, quy trình thu thập và xử lý số liệu

Phương pháp phỏng vấn trực tiếp và phương pháp thu thập thông tin người khảo sát thông qua liên kết đến biểu mẫu hoặc mã QR. Số liệu được lưu trữ và xử lý lần lượt bằng phần mềm thống kê Excel 2016, SPSS 20.0.

2.7. Đạo đức trong nghiên cứu

Đề cương nghiên cứu đã được sự chấp thuận của Hội đồng Đạo đức trong nghiên cứu y sinh học Trường Đại học Y Dược Cần Thơ, văn bản số 24.052.GV/PCT-HĐĐĐ ngày 16/11/2024.

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

3.1. Đặc điểm chung của mẫu nghiên cứu

Bảng 1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu (n = 449)

Đặc điểm		Tần số	Tỉ lệ (%)
Giới tính	Nam	137	30,5
	Nữ	312	69,5
Tình trạng hôn nhân	Độc thân	139	31,0
	Đã kết hôn	310	69,0
Khu vực sinh sống	Thành thị	282	62,8
	Nông thôn	167	37,2
Thu nhập hiện tại	Dưới 5 triệu đồng/tháng	56	12,5
	Từ 5-10 triệu đồng/tháng	320	71,3
	Trên 10 triệu đồng/tháng	73	16,3

Đặc điểm		Tần số	Tỉ lệ (%)
Trình độ học vấn	Trung cấp, cao đẳng	122	27,2
	Đại học	295	65,7
	Sau đại học	32	7,1
Kinh nghiệm làm nhân viên bán hàng	Dưới 5 năm	89	19,8
	Trên 5 năm	360	80,2
Thâm niên làm việc tại cơ sở doanh nghiệp	Dưới 5 năm	63	14,0
	Trên 5 năm	386	86,0
Loại hình cơ sở kinh doanh	Nước ngoài	133	29,6
	Trong nước	316	70,4

Về giới tính, nữ giới chiếm tỷ lệ cao với 69,5%, nam giới chỉ chiếm 30,5%. Thu nhập từ 5-10 triệu đồng/tháng chiếm tỷ lệ cao nhất với 71,3%. Về trình độ học vấn, trình độ đại học chiếm tỷ lệ cao nhất (54,9%). Tỷ lệ có kinh nghiệm làm nhân viên bán hàng trên 5 năm là 80,2%. Tỷ lệ có thâm niên làm việc tại cơ sở doanh nghiệp trên 5 năm là 86%.

3.2. Đánh giá độ tin cậy của thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha

Bảng 2. Thống kê mô tả và độ tin cậy của các nhân tố trong thang đo (n = 449)

Biến khảo sát		Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số CA khi loại biến	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Chính sách nguồn nhân lực (hệ số Cronbach's Alpha = 0,943)	HRP1	0,814	0,943	39,148	0,79750
	HRP2	0,884	0,919		
	HRP3	0,877	0,922		
	HRP4	0,887	0,919		
Định hướng phát triển nghề nghiệp (hệ số Cronbach's Alpha = 0,972)	CDO1	0,897	0,967	38,550	0,78675
	CDO2	0,821	0,970		
	CDO3	0,898	0,967		
	CDO4	0,816	0,971		
	CDO5	0,891	0,967		
	CDO6	0,845	0,969		
	CDO7	0,912	0,966		
	CDO8	0,879	0,968		
	CDO9	0,932	0,966		
Cơ hội thăng chức (hệ số Cronbach's Alpha (CA) = 0,949)	PO1	0,875	0,934	37,433	0,73456
	PO2	0,893	0,929		
	PO3	0,869	0,936		
	PO4	0,875	0,934		
Tiền lương và tiền thưởng (hệ số Cronbach's Alpha = 0,954)	SB1	0,872	0,943	37,283	0,74134
	SB2	0,896	0,938		
	SB3	0,801	0,955		
	SB4	0,882	0,941		
	SB5	0,910	0,936		
Khả năng nghề nghiệp (hệ số Cronbach's Alpha = 0,945)	OC1	0,892	0,913	37,676	0,75112
	OC2	0,882	0,921		
	OC3	0,879	0,923		

Biến khảo sát		Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số CA khi loại biến	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Không gian làm việc (hệ số Cronbach's Alpha = 0,909)	W1	0,838	0,853	37,372	0,79322
	W2	0,823	0,867		
	W3	0,796	0,889		
Mối quan hệ trong công việc (hệ số Cronbach's Alpha = 0,918)	WR1	0,781	0,904	37,622	0,74110
	WR2	0,865	0,875		
	WR3	0,837	0,885		
	WR4	0,767	0,909		
Sự gắn kết (hệ số Cronbach's Alpha = 0,953)	C1	0,814	0,947	37,671	0,71367
	C2	0,865	0,943		
	C3	0,856	0,943		
	C4	0,794	0,949		
	C5	0,851	0,944		
	C6	0,853	0,944		
	C7	0,838	0,945		

Các thang đo có hệ số Cronbach's Alpha dao động từ 0,789-0,846, với hệ số tương quan biến tổng đều lớn hơn 0,4. Giá trị trung bình của các biến dao động từ 3,73-4,16, và độ lệch chuẩn nằm trong khoảng từ 0,737-0,991. Các yếu tố được giữ lại vì đều đáp ứng các điều kiện cần thiết về độ tin cậy. Giá trị trung bình từ 3,73-4,16 cho thấy mức độ đồng tình khá cao; độ lệch chuẩn từ 0,737-0,991 phản ánh sự phân tán vừa phải và nhất quán trong phản hồi.

3.3. Đánh giá tác động của các nhân tố đến sự gắn kết với công việc của nhân viên bán hàng trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe tại địa bàn thành phố Cần Thơ năm 2024-2025 phân tích hồi quy tuyến tính đa biến được tiến hành bằng phương pháp “Enter”

Bảng 3. Tóm tắt Durbin-Watson

Biến	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Lỗi ước tính	Change Statistics
					Sig. F Change
0,896a	0,896a	0,802	0,799	0,31967	0,000b0,000b
Durbin-Watson: 1,716					

Bảng 4. Phân tích phương sai

Biến	Tổng bình phương	df	Bình phương trung bình	F	Sig.
Biến thiên do hồi quy	183,109	7	26,158	255,974	.000b
Biến thiên do phần dư	45,067	441	0,102		
Tổng	228,176	448			

Bảng 5. Hệ số hồi quy

Biến	Hệ số không chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa beta	t Sig.	Sig. thống kê cộng gộp	Thống kê cộng gộp	
	Hệ số không chuẩn hóa	Hệ số chuẩn hóa				Biến	Hệ số không chuẩn hóa
(Constant)	0,012	0,091		0,134	0,893	-0,167	0,192
HRP	0,134	0,028	0,149	4,748	0,000	0,078	0,189
CDO	0,132	0,030	0,145	4,366	0,000	0,072	0,191
PO	0,129	0,035	0,133	3,647	0,000	0,060	0,199
SB	0,279	0,038	0,290	7,389	0,000	0,205	0,353

Biến	Hệ số không chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa beta	t Sig.	Sig. thống kê cộng gộp	Thống kê cộng gộp	
	Hệ số không chuẩn hóa	Hệ số chuẩn hóa				Biến	Hệ số không chuẩn hóa
OC	0,026	0,035	0,027	0,727	0,468	-0,044	0,096
W	0,168	0,030	0,187	5,545	0,000	0,108	0,228
WR	0,126	0,032	0,131	3,946	0,000	0,063	0,189

Để đảm bảo tính phù hợp trong việc áp dụng phân tích hồi quy đa biến, đánh giá sự phân bố của phần dư là cần thiết. Ngoài ra, không có biến số nào được ghi nhận có hệ số phóng đại phương sai (VIF) 2 phù hợp với việc sử dụng thang đo Likert.

Từ bảng 5 cho thấy, nhóm thành tố OC khả năng nghề nghiệp cần loại bỏ do mức độ ảnh hưởng kém không đạt mức ý nghĩa cần thiết (p -value > 0,05). Với 6 nhóm thành tố còn lại, mô hình hồi quy đa biến chưa chuẩn hóa dự đoán R sự gắn kết được xác định: $C = 0,120 + 0,134 \times \text{HRP} + 0,132 \times \text{CDO} + 0,129 \times \text{PO} + 0,279 \times \text{SB} + 0,168 \times \text{W} + 0,126 \times \text{WR} + e$.

Sau khi chuẩn hóa, mô hình được thu gọn: $C = 0,149 \times \text{HRP} + 0,145 \times \text{CDO} + 0,133 \times \text{PO} + 0,290 \times \text{SB} + 0,187 \times \text{W} + 0,131 \times \text{WR} + e$.

Kết quả kiểm định Kolmogorov-Smirnov, p -value = 0,000. Như vậy, dữ liệu không có phân phối chuẩn. Vì lý do đó, để kiểm tra sự khác biệt về trung thành (L) giữa các nhóm của các biến định tính sẽ sử dụng kiểm định phi tham số.

4. BÀN LUẬN

Trong nghiên cứu của chúng tôi, nữ giới (69,5%) chiếm tỷ lệ cao hơn nam giới (30,5%). Về trình độ học vấn, phần lớn có trình độ đại học (65,7%). Tỷ lệ người tham gia khảo sát có kinh nghiệm làm nhân viên bán hàng trên 5 năm là 80,2% và số năm thâm niên làm việc tại cơ sở doanh nghiệp trên 5 năm chiếm tỷ lệ 86%. Điều này có thể được lý giải bởi đây là ngành nghề yêu cầu tích lũy kinh nghiệm lâu dài về chuyên môn, kỹ năng cũng như lòng tin của khách hàng, do đó kinh nghiệm làm việc cũng có thể ảnh hưởng đến sự gắn kết công việc của họ; ngoài ra, người lao động cũng thường có xu hướng giữ ổn định công việc khi đã lập gia đình.

Kết quả phân tích độ tin cậy thang đo bằng Cronbach's Alpha cho thấy tất cả các nhân tố trong nghiên cứu đều đạt độ tin cậy rất cao, với hệ số Cronbach's Alpha dao động từ 0,909-0,972, vượt xa ngưỡng tối thiểu 0,6 theo tiêu chuẩn của Nguyễn Đình Thọ (2011) [5]. Đồng thời, tất cả các biến quan sát đều có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3, cho thấy mức độ liên hệ chặt chẽ với thang đo tổng. Cụ thể, nhân tố "chính sách nguồn nhân lực" (HRP) có Mean cao nhất (3,9148), cho thấy nhận thức tích cực nhất, trong khi "tiền lương và tiền thưởng" (SB) thấp nhất (3,7283), cho thấy đây là lĩnh vực còn cải thiện. Độ lệch chuẩn (SD) khoảng 0,71367-0,79750 cho thấy phản hồi có mức độ nhất quán từ thấp đến trung bình, nghĩa là nhìn chung nhân viên đồng

nhất trong đánh giá, nhưng vẫn có sự biến động nhất định [7].

Thông qua kết quả phân tích hồi quy đa biến, ngoại trừ yếu tố khả năng nghề nghiệp ($\text{sig} > 0,05$), 6 mối quan hệ chính sách nguồn nhân lực định hướng phát triển nghề nghiệp; cơ hội thăng chức; tiền lương và tiền thưởng; không gian làm việc; mỗi quan hệ trong công việc đến nhân tố phụ thuộc là sự gắn kết đều có ý nghĩa thống kê ($\text{sig} < 0,001$) và tác động thuận chiều đến sự gắn kết. Trong đó, tiền lương và tiền thưởng, không gian làm việc và định hướng phát triển nghề nghiệp là 3 yếu tố có ảnh hưởng lớn nhất đến sự gắn kết với công việc của nhân viên bán hàng trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe. Kết quả này tương tự như trong một nghiên cứu trước đây của Võ Ngọc Cẩm Tú và cộng sự [8]. Có thể thấy, yếu tố tiền lương và tiền thưởng cùng với không gian làm việc có sự tương đồng về mặt ý nghĩa với 3 yếu tố mà Nguyễn Danh Nam và cộng sự thu được [9]. Các công ty, doanh nghiệp, cơ sở bán buôn, bán lẻ có thể tăng mức lương, thưởng của nhân viên để tăng động lực làm việc, từ đó người nhân viên sẽ có mong muốn gắn bó lâu dài với công việc. Tuy nhiên, việc này sẽ khó thực hiện đối với các cơ sở công, do có thể bị ràng buộc bởi các quy định về tiền lương, thưởng được nhà nước đưa ra. Ngoài ra cũng có thể cải thiện các yếu tố khác, như đảm bảo việc xem xét cơ hội thăng chức công bằng, đảm bảo cạnh tranh văn minh; quan tâm nhiều hơn đến mối quan hệ đồng nghiệp phải hòa đồng, thân thiện, gần gũi...

5. KẾT LUẬN

Nghiên cứu này nhằm góp phần tìm ra các nhân tố có tác động đến sự gắn kết của nhân viên bán hàng trong lĩnh vực chăm sóc sức khỏe tại Cần Thơ. Cụ thể, các nhân tố: chính sách nguồn nhân lực, định hướng phát triển nghề nghiệp, cơ hội thăng chức, tiền lương và tiền thưởng, không gian làm việc, mỗi quan hệ trong công việc càng tốt thì sự gắn kết của nhân viên càng cao. Từ đây, các nhà nghiên cứu và các doanh nghiệp có thể đề xuất các ý tưởng mới, các phương hướng và biện pháp tốt hơn để nâng cao sự hài lòng và sự mong muốn tiếp tục gắn bó với công việc của nhân viên.

*

* *

Nhóm nghiên cứu xin chân thành cảm ơn Trường Đại học Y Dược Cần Thơ đã hỗ trợ kinh phí thực hiện đề tài theo Quyết định số 4624/QĐ-ĐHYDCT ngày 18/12/2024.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII. Nghị quyết số 20/NQ-TW: Tăng cường công tác bảo vệ, chăm sóc và nâng cao sức khỏe nhân dân trong tình hình mới, 2017.
- [2] Bayad Jamal Ali, Govand Anwar. An empirical study of employees' motivation and its influence job satisfaction. *International Journal of Engineering, Business Management*, 2021, 5 (2): 21-30.
- [3] Phùng Hà Thị Thu Ba, Hoàng Thy Nhac Vũ. Phân tích các yếu tố liên quan đến sự gắn kết của người giới thiệu thuốc với nơi làm việc tại thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2021-2022. *Tạp chí Y học Việt Nam*, 2023, 524 (1B): 160-166.
- [4] Vo Thi My Huong, Nguyen Phuc Hung, Nguyen Thi Tuyen Minh, Tang Nghiep Minh, Le Thi Nhan Duyen et al. Analysis of factors affecting the engagement of pharmacists with the organization working in public health facilities: a quantitative study in Vietnam. *BMC Health Services Research*, March 2025, 25 (1): 464. DOI:10.1186/s12913-025-12236-4
- [5] Nguyễn Đình Thọ. Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh. Nhà xuất bản Tài chính, 2013: 364-365.
- [6] Bùi Thanh Tráng, Đinh Vũ Đình, Phan Thị Lý, Nguyễn Anh Đức. Mối quan hệ giữa chất lượng tín hiệu và sự tin tưởng vào rau an toàn: Vai trò trung gian của sự tin tưởng vào nhà bán lẻ tại thành phố Hồ Chí Minh. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh châu Á*, 2021, 32 (6): 52-73.
- [7] Gail M Sullivan, Anthony R Artino Jr. Analyzing and interpreting data from Likert-type scales. *Journal of graduate medical education*, 2013, 5 (4): 541-542.
- [8] Võ Ngọc Cẩm Tú, Bùi Văn Trịnh. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự gắn kết với tổ chức của người lao động tại các doanh nghiệp may tại các khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long. *Tạp chí Công thương*, 2021, số 25.
- [9] Nguyễn Danh Nam, Uông Thị Ngọc Lan. Các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn kết với tổ chức của công chức, viên chức tại Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Nghệ An. *Tạp chí Kinh tế và Quản trị kinh doanh*, 2021, số 19: 26-36.

