

Vốn tâm lí có thúc đẩy nỗ lực của các nhân viên tiếp thị không?

Nguyễn Thị Mai Trang

Trường Đại học Kinh tế - Luật - mai.ntmt2001@gmail.com

Ngày nhận:
19/11/2013
Ngày nhận lại:
12/3/2014
Ngày duyệt đăng:
10/7/2014
Mã số:
M31-0214-5

Tóm tắt

Nghiên cứu tập trung trả lời câu hỏi “Vốn tâm lí có thúc đẩy nỗ lực của các nhân viên tiếp thị hay không?” Với dữ liệu khảo sát từ 364 nhân viên tiếp thị làm việc tại nhiều loại hình công ty khác nhau ở TP.HCM, kết quả cho thấy mỗi thành phần của vốn tâm lí đều có tác động trực tiếp và tích cực đến nỗ lực công việc của họ. Vì vậy, các công ty cần đề cao sự nỗ lực làm việc của các nhân viên tiếp thị bằng cách xây dựng một hệ thống quản lí nhân lực tập trung chủ yếu không chỉ vào vốn con người mà còn vào vốn tâm lí.

Abstract

This study attempts to answer the question “Does psychological capital drive the effort of marketers?” Using a survey data set collected from 364 marketers working for various types of firms in Ho Chi Minh City, we found that each component of psychological capital has a direct and positive impact on job effort of marketers. These findings suggest that firms could enhance the effort of marketers in performing their job by establishing a human resource management system focusing not only the human capital but also on the psychological capital of marketers.

Từ khóa:

Nỗ lực công việc, nhân viên tiếp thị, vốn tâm lí.

Keywords:

Job effort, marketer, psychological capital.

1. GIỚI THIỆU

Vốn tâm lý là một loại hình của nguồn nhân lực, có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh cho các công ty (Nguyễn D.T & Nguyễn T.M.T, 2012) và được định nghĩa là trạng thái phát triển tâm lý của con người (Luthans & cộng sự, 2005). Cũng theo Luthans (2005, 2008), vốn tâm lý là yếu tố thúc đẩy nỗ lực trong công việc, cũng như chất lượng đời sống công việc (Nguyễn D.T & Nguyễn T.M.T, 2012). Tuy nhiên, chưa có nhiều công trình nghiên cứu về vai trò của vốn tâm lý trong nỗ lực công việc của những nhân viên tiếp thị, đặc biệt là trong những thị trường đang chuyển tiếp như VN.

Trong lĩnh vực tiếp thị chuyên nghiệp, xác định các mối quan hệ và người trung gian thật sự là điều quan trọng đối với các công ty. Với sự hiểu biết thấu đáo về các mối quan hệ, các công ty có thể đưa ra chính sách nhân sự phù hợp để tuyển dụng các nhân viên tiếp thị có vốn tâm lý cao, và giúp loại vốn này phát triển cùng với kỹ năng cũng như tầm hiểu biết của họ. Chính vì lý do đó, mục tiêu bài viết đó là nghiên cứu vai trò của vốn tâm lý đối với nỗ lực công việc của các nhân viên tiếp thị.

Tác giả đưa ra những dẫn chứng về vai trò của các thành phần thuộc vốn tâm lý trong việc quyết định nỗ lực thực hiện công việc của nhân viên tiếp thị. Dựa trên kết quả thu nhận được, tác giả đề xuất các công ty nên cải thiện hiệu suất trong việc phân đầu nâng cao nỗ lực của nhân viên tiếp thị bằng cách tuyển dụng những người có vốn tâm lý cao và nuôi dưỡng loại vốn có giá trị này.

2. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ CÁC GIẢ THUYẾT

2.1. Vốn tâm lý

Vốn tâm lý là một dạng năng lực tâm lý tồn tại trong một số công việc và tình huống nhất định và có xu hướng dễ uốn nắn hơn qua thời gian (Chen & cộng sự, 2000). Đó là một khái niệm đa chiều và được định nghĩa như một trạng thái phát triển tâm lý tích cực của con người với những đặc điểm: (1) Có tự tin (tự tin vào năng lực bản thân) để bắt đầu và thể hiện những nỗ lực cần thiết để thành công trong những công việc nhiều thử thách; (2) Có niềm tin tích cực (sự lạc quan) về sự thành công hiện tại và trong tương lai; (3) Kiên trì hướng tới mục tiêu, và khi cần thiết có thể chuyển hướng đi để đạt được thành công (hi vọng); và (4) Khi gặp phải khó khăn và trở ngại, cần phải chịu đựng và nhanh chóng phục hồi trở lại, thậm chí là còn vươn xa hơn (khả năng tự phục hồi) để đạt được thành công (Luthans & cộng sự, 2007).

Parker (1998) cho rằng tự tin vào năng lực bản thân là sự đánh giá của con người về khả năng của họ khi thực hiện những nhiệm vụ cụ thể. Ở lĩnh vực tiếp thị chuyên

nghiệp, tự tin vào năng lực bản thân là sự tin tưởng vào hiểu biết và kỹ năng của nhân viên tiếp thị khi thực hiện những công việc tiếp thị được giao phó (Nguyễn D.T & Nguyễn T.M.T, 2012).

Theo Schneider (2001), tính lạc quan liên hệ đến sự đề cao và tập trung vào những khía cạnh thuận lợi của kinh nghiệm. Ở trình độ chuyên nghiệp, nhân viên tiếp thị lạc quan thường là những người có mong muốn tích cực về kết quả công việc trong một môi trường luôn thay đổi (Nguyễn D.T & Nguyễn T.M.T, 2012).

Hi vọng là niềm tin của con người rằng họ có thể tìm ra phương cách đạt đến mục tiêu mong muốn và có động lực để đi hết con đường đó (Snyder & cộng sự, 2002). Snyder & cộng sự (1996, 2002) cho rằng hi vọng gắn liền với phương cách, tức là khả năng tạo ra những cách thức khả thi để đạt được mục tiêu, và tác nhân, tức là khả năng sử dụng các phương cách đó để đạt mục tiêu mong muốn. Đối với lĩnh vực tiếp thị, phương cách giúp nhân viên tiếp thị nhận ra được mục tiêu do công ty xác định và biến những mục tiêu đó thành hành động cụ thể để đạt được. Tác nhân giúp các nhân viên tiếp thị điều khiển các hành động của họ để đạt được mục tiêu, và nhất là trong việc vận dụng động lực cần thiết vào phương thức thay thế tốt nhất (Nguyễn D.T & Nguyễn T.M.T, 2012). Cuối cùng, khả năng phục hồi là sự thích ứng tích cực trong hoàn cảnh khó khăn và rủi ro (Masten & Reed, 2002). Trong lĩnh vực tiếp thị, Luthans & cộng sự (2008) cũng như Nguyễn D.T & Nguyễn T.M.T (2012) cho thấy khả năng này biểu trưng bằng hành động phản ứng đối phó của người tiếp thị trước những sự kiện khó khăn lần thuận lợi.

Nghiên cứu làm rõ 4 yếu tố của vốn tâm lý (hi vọng, tính lạc quan, khả năng phục hồi và tự tin vào năng lực) của người lao động có thể giúp nâng cao hiệu quả công việc, cảm giác hạnh phúc, hài lòng và thư thái của họ. Stajkovic & Luthans (1998), Legal & Meyer (2009) chứng minh sự tự tin vào năng lực bản thân có tác động tích cực đến hiệu quả công việc. Bên cạnh đó, Youssef & Luthans (2007) lập luận sự lạc quan của người lao động là nền tảng cho hiệu quả công việc, sự hài lòng và vui vẻ, còn hi vọng lại nâng cao hiệu quả công việc, sự hài lòng, hạnh phúc và khả năng ghi nhớ. Khả năng phục hồi cũng cải thiện hiệu quả công việc, thoải mái và hạnh phúc (Luthans & cộng sự, 2005; Youssef & Luthans, 2007). Bài nghiên cứu này cũng tập trung vào các thành phần của vốn tâm lý.

2.2. Nỗ lực công việc

Nỗ lực công việc là một khái niệm quan trọng trong hành vi của tổ chức. Lusch & Serpkenci (1990) cho rằng nỗ lực công việc là một thành phần của hiệu quả công việc; tuy nhiên, đối với người lao động, 2 yếu tố này hoàn toàn khác nhau. Nỗ lực công việc là đầu vào của hiệu quả công việc và ngược lại, hiệu quả công việc là đầu ra của nỗ lực công việc (Christen & cộng sự, 2006). Vốn tâm lý của các nhà tiếp thị góp phần vào nỗ lực thực hiện nhiệm vụ, bởi vì mọi thành phần của vốn tâm lý đều có vai trò trong việc khuyến khích nhân viên tiếp thị cố gắng hết sức mình để thực hiện nhiệm vụ.

Đặc biệt, sự hi vọng giúp nhân viên tiếp thị nghĩ ra được các phương thức làm việc có tính khả thi và khả năng đạt được mục đích. Sự lạc quan giúp họ hình thành những kì vọng tích cực về kết quả trong môi trường làm việc luôn thay đổi.

Khả năng phục hồi khuyến khích nhân viên tiếp thị đối phó với những tình huống tích cực lẫn những biến cố bất lợi. Cuối cùng, sự tự tin vào năng lực bản thân tăng cường sự tự tin của nhân viên tiếp thị khi thực hiện những nhiệm vụ tiếp thị (Nguyễn D.T & Nguyễn T.M.T, 2012). Như thế, nhân viên tiếp thị có vốn tâm lý cao hơn thường nỗ lực hơn trong công việc và không ngại khó khăn, thậm chí họ còn có thể thích nghi được với những công việc khó. Giả thuyết đặt ra:

H₁: Hi vọng có tác động tích cực đến nỗ lực công việc

H₂: Tính lạc quan có tác động tích cực đến nỗ lực công việc

H₃: Tính nhạy bén tác động tích cực đến nỗ lực công việc

H₄: Tự tin vào năng lực bản thân tác động tích cực đến nỗ lực công việc

3. PHƯƠNG PHÁP

3.1. Tiến trình

Dữ liệu từ cuộc khảo sát 364 nhân viên tiếp thị đang làm việc ở nhiều loại hình công ty khác nhau tại TP.HCM được dùng để xác định thang đo của các khái niệm trong mô hình và kiểm định các giả thuyết. Độ tin cậy tổng hợp (ρ_c) kiểm định mức độ đáng tin cậy của các thang đo; phân tích nhân tố khẳng định (CFA) kiểm định độ giá trị hội tụ của các thang đo và độ giá trị phân biệt giữa các khái niệm.

3.2. Đo lường

Hai khái niệm vốn tâm lý và nỗ lực công việc được dùng để khảo sát.

Vốn tâm lý bao gồm 4 thành phần: Hi vọng, tính lạc quan, khả năng phục hồi và sự tự tin vào năng lực bản thân. Trong nghiên cứu này, hi vọng là dạng hi vọng trạng thái (State Hope- thuật ngữ của Snyder & cộng sự, 2002), và để đo độ hi vọng, tác giả đã sử dụng 3 mục của Snyder & cộng sự (2002). Về tính lạc quan, tác giả sử dụng 3 mục của Carver & Scheier (2002). Ba mục tiếp thu từ Block & Kremen (1996) được dùng để đo khả năng phục hồi. Và 4 mục tiếp thu của Parker (1998) được dùng để đo sự tự tin của bản thân. Cuối cùng, 3 mục do Christen & cộng sự (2006) phát triển, với một số thay đổi để phù hợp với thị trường VN, được dùng để đo nỗ lực công việc.

Trong nghiên cứu này, thang đo Likert 7 điểm từ 1 (hoàn toàn không đồng ý) tới 7 (hoàn toàn đồng ý) được sử dụng. Bảng câu hỏi ban đầu được viết bằng tiếng Anh, sau đó được dịch ra tiếng Việt bởi một chuyên gia thông thạo cả 2 ngôn ngữ, vì có nhiều nhân viên tiếp thị không đọc và hiểu được tiếng Anh.

3.3. Đặc điểm của mẫu

Mẫu khảo sát bao gồm 364 nhân viên tiếp thị; trong đó có 167 nhân viên nam, chiếm 45,9% và 197 nữ, chiếm 54,1%. Có 181 nhân viên tiếp thị làm việc trong lĩnh vực dịch vụ, chiếm 49,7% và 183 nhân viên (50,3%) làm trong ngành công nghiệp. Về loại hình sở hữu doanh nghiệp, có 46 nhân viên tiếp thị làm cho các công ty quốc doanh, chiếm 12,6%; 165 (45,3%) làm cho công ty cổ phần; 15 (4,1%) làm cho công ty liên doanh; 96 (26,4%) làm cho công ty cổ phần nội bộ; và 42 (11,6%) làm cho công ty tư nhân. Về quy mô doanh nghiệp, có 148 nhân viên tiếp thị (40,6%) làm cho các công ty có quy mô dưới 100 nhân viên; 85 nhân viên (23,4%) làm cho các công ty có từ 100 đến 300 nhân viên; và 131 nhân viên (36,0%) làm cho các công ty có trên 300 nhân viên.

4. PHÂN TÍCH DỮ LIỆU VÀ KẾT QUẢ

4.1. Kiểm định thang đo

Phân tích nhân tố khẳng định (CFA) được dùng để đánh giá các giá trị thang đo. Quá trình kiểm tra cho thấy dữ liệu có độ lệch nhẹ so với quy chuẩn. Tuy nhiên, đa số các độ lệch và độ nhọn đơn biến đều ở trong khoảng $[-1;1]$, vì vậy, theo Muthen & Kaplan (1985), nghiên cứu đã sử dụng phương pháp ước lượng khả năng tối đa MLE.

Hai khái niệm được xem xét kỹ là vốn tâm lý (bậc 2) và nỗ lực công việc (bậc 1). Để đánh giá các thước đo của 2 khái niệm này, đầu tiên tác giả đánh giá mô hình CFA của khái niệm bậc 2 (vốn tâm lý), sau đó kết hợp khái niệm bậc 1 (nỗ lực công việc) vào

mô hình CFA của vốn tâm lí để cấu thành mô hình bảo hòa (mô hình đo lường cuối cùng).

4.2. Vốn tâm lí

Vốn tâm lí bao gồm 4 thành phần: Hi vọng, tính lạc quan, khả năng phục hồi, và sự tự tin vào bản thân. Kết quả phân tích nhân tố khẳng định (CFA) cho thấy mô hình đo lường của vốn tâm lí phù hợp với dữ liệu: $\chi^2_{[62]} = 166,28$ ($p = 0,000$); GFI = 0,936; CFI = 0,935; và, RMSEA = 0,068. Ngoài ra, các hệ số tải nhân tố khá cao ($\lambda \geq 0,53$) và có ý nghĩa với $p < 0,001$ (Bảng 1). Kết quả này hàm ý thang đo các thành phần của vốn tâm lí (PsyCap) là một chiều và giá trị hội tụ trong mỗi phương pháp đã đạt được (Steenkamp & van Trijp, 1991).

4.3. Mô hình bảo hòa

Mô hình bảo hòa được hình thành bởi sự kết hợp thước đo nỗ lực công việc vào mô hình CFA của các thành phần trong vốn tâm lí. Mô hình CFA cuối cùng có độ phù hợp với dữ liệu: $\chi^2_{[94]} = 245,38$ ($p = 0,000$); GFI = 0,923; CFI = 0,932; và RMSEA = 0,067. Các hệ số tải nhân tố của tất cả các mục đo lường khái niệm bậc 1 (nỗ lực công việc) khá cao ($\geq 0,72$) và có ý nghĩa ($p < 0,001$). Kết quả này minh chứng thang đo nỗ lực công việc là một chiều và giá trị hội tụ trong mỗi phương pháp đã đạt được. Theo Steenkamp & Van Trijp (1991), mối tương quan giữa nỗ lực công việc và các thành phần của vốn tâm lí, cùng với sai số chuẩn (Bảng 2) đã cho thấy chúng rất khác so với thể thống nhất, do đó bảo đảm độ giá trị phân biệt của khái niệm. Lưu ý: Hầu hết các giải pháp trong mô hình đều thích hợp: không xảy ra trường hợp Heywood, tất cả phương sai lỗi hạn đều có ý nghĩa, và các số dư chuẩn đều nhỏ hơn [2,58]. Hệ số tải CFA, độ tin cậy tổng hợp (ρ_c), và phương sai trích xuất trung bình (ρ_{vc}) của các thang đo được trình bày trong Bảng 1.

Bảng 1. Trung bình, độ lệch chuẩn và hệ số tải chuẩn hóa CFA

Các mục	M	SD	λ	t
Vốn tâm lí: Hi vọng: Độ tin cậy tổng hợp $\rho_c=0,67$; phương sai trích xuất trung bình $\rho_{vc}=0,41$				
Tại thời điểm hiện tại, tôi đang hăng hái theo đuổi mục tiêu của mình	5,47	1,363	0,53	-
Có rất nhiều cách cho bất cứ vấn đề nào tôi đang gặp phải	5,10	1,315	0,67	7,92
Tôi có thể nghĩ tới nhiều cách để đạt được các mục tiêu hiện	5,00	1,423	0,70	8,02

tại

Vốn tâm lí: Sự lạc quan: $\rho_c=0,72$; $\rho_{vc}=0,47$

Tôi thường mong chờ những điều tốt đẹp nhất vào những thời điểm không chắc chắn	4,91	1,529	0,71	9,97
Tôi luôn mong mọi thứ sẽ theo đúng cách của tôi	5,23	1,405	0,64	9,44
Nói chung, tôi mong những điều tốt đẹp sẽ đến với tôi hơn là những điều tồi tệ	5,10	1,430	0,70	-

Vốn tâm lí: Khả năng phục hồi $\rho_c=0,60$; $\rho_{vc}=0,33$

Tôi nhanh chóng vượt qua và phục hồi sau khi bị choáng	4,91	1,329	0,60	8,19
Tôi thường hào phóng với các đồng nghiệp của mình	5,71	1,274	0,55	7,71
Tôi đã khắc phục được sự tức giận của mình với một ai đó một cách nhanh chóng	4,66	1,414	0,57	-

Vốn tâm lí: Sự tự tin vào bản thân: $\rho_c=0,87$; $\rho_{vc}=0,62$

Tôi cảm thấy tự tin về việc phân tích một vấn đề dài hạn để tìm ra cách giải quyết	5,06	1,220	0,75	-
Tôi tự tin khi giới thiệu lãnh vực làm việc của mình trong các cuộc họp với lãnh đạo cấp cao	5,10	1,338	0,80	14,56
Tôi cảm thấy tự tin khi liên hệ với những người ngoài công ty	5,36	1,261	0,81	15,77
Tôi tự tin khi trình bày thông tin với các đồng nghiệp.	5,55	1,195	0,70	15,92

Nỗ lực công việc: $\rho_c=0,81$; $\rho_{vc}=0,59$

Tôi luôn cố gắng hết sức mình để hoàn thành công việc	5,85	1,150	0,80	-
Tôi có trách nhiệm cao đối với công việc của mình	5,88	1,127	0,84	15,40
Tôi luôn sẵn sàng làm việc trong nhiều giờ liền để hoàn thành nhiệm vụ khi cần thiết	5,88	1,241	0,72	13,66

Chú thích: M: Trung bình; SD: Độ lệch chuẩn; λ : Hệ số tải chuẩn hóa CFA; t: Thống kê t (không chuẩn hóa).

Nguồn: Theo tính toán của tác giả

Bảng 2. Mối tương quan giữa các khái niệm

Mối tương quan	r	se	1-r	t(1-r)
Khả năng phục hồi ↔ Nỗ lực công việc	0,69	0,038	0,31	8,10
Tự tin vào bản thân ↔ Nỗ lực công việc	0,59	0,042	0,41	9,66
Khả năng phục hồi ↔ Tự tin vào bản thân	0,83	0,030	0,17	5,87
Tính lạc quan ↔ Tự tin vào bản thân	0,48	0,046	0,52	11,34
Tính lạc quan ↔ Khả năng phục hồi	0,80	0,032	0,20	6,41
Hi vọng ↔ Tính lạc quan	0,52	0,045	0,48	10,68
Hi vọng ↔ Nỗ lực công việc	0,58	0,043	0,42	9,87
Tính lạc quan ↔ Nỗ lực công việc	0,46	0,047	0,54	11,60
Hi vọng ↔ Khả năng phục hồi	0,78	0,033	0,22	6,69
Hi vọng ↔ Tự tin vào bản thân	0,64	0,041	0,36	8,97

Nguồn: Theo tính toán của tác giả

4.4. Kiểm định giả thuyết

Nghiên cứu sử dụng phân tích hồi quy phân cấp để kiểm định các giả thuyết. Hai biến kiểm soát, tức là độ tuổi và giới tính nhân viên được đưa vào mô hình vì 2 yếu tố nhân khẩu học này thường được sử dụng để nghiên cứu khía cạnh tâm lý của con người (Luthans & cộng sự, 2005). Ban đầu, nỗ lực công việc được hồi quy trên 4 thành phần của vốn tâm lý (hi vọng, tính lạc quan, khả năng phục hồi và sự tự tin vào bản thân), sau đó thêm 2 biến điều khiển là giới tính và độ tuổi vào mô hình. Tóm lược các kiểm nghiệm cho 2 mô hình được trình bày trong Bảng 3 cho thấy 3 biến điều khiển không làm thay đổi R^2 của mô hình (Sig F change > 5%). Kết quả cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến ($VIF < 1,772$) và không có hiện tượng phương sai thay đổi (Bảng 4).

Bảng 3. Tóm tắt mô hình

Model	R	R ²	Adjusted R ²	SE (Estimate)	Change statistics				
					ΔR^2	F change	df1	df2	Sig F change
1	0,577 ^a	0,333	0,325	2,493	0,333	44,79	4	359	0,000
2	0,586 ^b	0,344	0,333	2,480	0,011	2,960	2	357	0,053

a. Yếu tố dự đoán: (Hằng số) Hi vọng, tính lạc quan, khả năng phục hồi, tự tin vào năng lực.

b. Yếu tố dự đoán: (Hằng số) Hi vọng, tính lạc quan, khả năng phục hồi, tự tin vào năng lực, giới tính, độ tuổi.

Bảng 4. Kết quả hồi quy

	Yếu tố dự đoán	B	SE	β	t	p	Thống kê cộng tuyến	
							Tolerance	VIF
	Hằng số	6,803	0,823		8,26	0,000		
H ₁	Hi vọng	0,175	0,050	0,184	3,48	0,001	0,668	1,497
H ₂	Tính lạc quan	0,116	0,046	0,135	2,55	0,011	0,661	1,513
H ₃	Khả năng phục hồi	0,161	0,059	0,156	2,72	0,007	0,564	1,772
H ₄	Tự tin vào năng lực	0,182	0,039	0,255	4,62	0,000	0,612	1,634

Ghi chú: Biến phụ thuộc: Nỗ lực công việc

Nguồn: Theo tính toán của tác giả

Tương thích với H₁, mối tương quan giữa hi vọng và nỗ lực công việc là dương ($\beta = 0,183$; $p < 0,01$). H₂ thể hiện mối tương quan dương giữa tính lạc quan và nỗ lực công việc, và hệ số hồi quy ước lượng giữa 2 yếu tố này có ý nghĩa đáng kể ($\beta = 0,135$; $p < 0,05$), vì vậy H₂ được chấp nhận. Hơn nữa, H₃ thể hiện sự tác động tích cực của khả năng hồi phục đến nỗ lực công việc. Kết quả hồi quy cho thấy giả thuyết này cũng được hỗ trợ từ dữ liệu ($\beta = 0,156$, $p < 0,01$). Cuối cùng, H₄ thể hiện mối tương quan dương giữa sự tự tin vào bản thân và nỗ lực công việc, giả thuyết này được cho là có sự hỗ trợ từ dữ liệu ($\beta = 0,255$; $p < 0,001$). Kết quả ở Bảng 4 cũng chỉ ra rằng trong số

4 thành phần của vốn tâm lý thì sự tự tin vào năng lực bản thân tác động nhiều nhất đến nỗ lực công việc.

5. THẢO LUẬN, GỢI Ý CHÍNH SÁCH VÀ KẾT LUẬN

Nhận thấy vai trò của vốn tâm lý của nhân viên tiếp thị trong công việc, nghiên cứu đã phân tích những tác động của các thành phần trong vốn tâm lý đến nỗ lực công việc của các nhân viên tiếp thị. Kết quả nghiên cứu đã đề xuất một số gợi ý mang tính lý thuyết lẫn thực tế như sau:

Về mặt lý thuyết: Trong khi nghiên cứu trước đây tập trung vào khả năng giải thích của vốn tâm lý nói chung, nghiên cứu này ghi nhận tác động của mỗi thành phần trong vốn tâm lý đến nỗ lực công việc của người làm việc ở trình độ chuyên nghiệp, chẳng hạn như các nhân viên tiếp thị. Sự tác động tích cực đáng kể của các thành phần này cho thấy không chỉ vốn tâm lý nói chung mà mỗi thành phần của nó đều đóng vai trò quan trọng đối với nỗ lực công việc của các nhân viên tiếp thị. Không những thế, vai trò của vốn tâm lý còn quan trọng đối với nỗ lực công việc không chỉ trong những nền kinh tế đã phát triển (Luthan & cộng sự, 2008) mà cả trong những nền kinh tế đang chuyển đổi. Điều này càng khuyến khích có thêm nhiều nghiên cứu điều tra về lĩnh vực này tại các thị trường tương tự.

Về những gợi ý thực tế: Nghiên cứu khẳng định vốn tâm lý là yếu tố thúc đẩy nỗ lực công việc của các nhân viên tiếp thị. Vì vậy, các công ty nên chú ý đến khía cạnh tâm lý của nhân viên. Bên cạnh đó, công ty cũng cần chú trọng tuyển dụng những nhân viên tiếp thị có trình độ không chỉ về chuyên môn, kỹ năng mà còn phải có vốn tâm lý, vì vốn tâm lý là một dạng trạng thái, không phải là đặc điểm (Luthans & cộng sự, 2008), nên các công ty có thể tổ chức các chương trình đào tạo trong đó có việc đào tạo vốn tâm lý để nuôi dưỡng, phát triển và đánh giá loại vốn đó. Làm được như vậy, các công ty sẽ có được đội ngũ tiếp thị viên chuyên nghiệp và chất lượng.

Bài nghiên cứu này vẫn còn một số hạn chế. Thứ nhất, nghiên cứu chỉ tập trung phân tích điều tra về vai trò của vốn tâm lý trong nỗ lực công việc. Một vài yếu tố công việc khác như sự hấp dẫn công việc, cam kết công việc...(Christen & cộng sự, 2006), cũng cần được khai thác trong những bài nghiên cứu sau. Thứ hai, nghiên cứu mới đánh giá vai trò của vốn tâm lý trong nỗ lực thực hiện công việc thuộc lĩnh vực tiếp thị chuyên nghiệp. Việc so sánh vai trò của vốn tâm lý trong nỗ lực công việc ở các bộ phận khác trong cùng một công ty như phòng kế toán, phòng tổ chức, phòng hành chính, sẽ giúp làm hiểu rõ hơn về mối tương quan giữa vốn tâm lý và nỗ lực công việc.

Đây cũng là một hướng đi khác cho các nghiên cứu sau này. Thứ ba, tâm điểm của bài nghiên cứu chính là vốn tâm lí. Những bài nghiên cứu sau này có thể kết hợp vốn tâm lí với vốn nhận thức của con người, ví dụ như chuyên môn và kĩ năng của các nhân viên tiếp thị (Nguyễn & Nguyễn, 2011). Bài nghiên cứu dạng này sẽ cho chúng ta có cơ hội để so sánh và đối chiếu vai trò của cả 2 loại vốn này trong nỗ lực thực hiện công việc của các nhân viên tiếp thị. Cuối cùng, bài nghiên cứu chỉ tập trung vào các thành phần trạng thái của yếu tố tâm lí của nhân viên tiếp thị. Việc kết hợp các thành phần đặc điểm như sức chịu đựng tâm lí (Nguyễn & cộng sự, 2012), tính cách của nhân viên tiếp thị (Heaven, 1993) sẽ giúp ta hiểu biết sâu hơn về vai trò của khía cạnh tâm lí của các nhân viên tiếp thị khi thực hiện công việc. Đây cũng là một lĩnh vực thích hợp cho các nghiên cứu sau này■

Tài liệu tham khảo

- Block, J. & A. M. Kremen (1996), “IQ and Ego-Resiliency: Conceptual and Empirical Connections and Separateness”, *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(2), 349-361.
- Carver, C.S. & M. F. Scheier (2002), “Optimism”, in Snyder, C.R. & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of Positive Psychology*, Oxford University Press, Oxford, UK, 231-243.
- Chen, G., S. M. Gully, J. -A. Whiteman & R. N. Kilcullen (2000), “Examination of Relationships among Trait-Like Individual Differences, State-Like Individual Differences, and Learning Performance”, *Journal of Applied Psychology*, 85(6), 835-847.
- Christen, M., G. Iyer & D. Soberman (2006), “Job Satisfaction, Job Performance, and Effort: a Re-Examine Using Agency Theory”, *Journal of Marketing*, 70, 137-150.
- Heaven, P. C. L. (1993), “Human Values and Personality Dimensions: A Test of the Social Values Inventory”, *Personality and Individual Differences*, 15(3), 307-312.
- Legal, J.-B. & T. Meyer (2009), “Goal Priming and Self-Efficacy: Independent Contributions to Motor Performance”, *Perceptual and Motor Skills*, 108(2), 383-391.
- Lusch, R.F. & R. R. Serpkenci (1990), “Personal Differences, Job Tension, Job Outcomes, and Store Performance: A Study of Retail Store Managers”, *Journal of Marketing*, 54 January, 85-101.
- Luthans, F., B. J. Avolio, F. O. Walumbwa & W. Li (2005), “The Psychological Capital of Chinese Workers: Exploring the Relationship with Performance”, *Management and Organization Review*, 1(2), 249-271.
- Luthans, F., C. M. Youssef & B. J. Avolio (2007), *Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*, Oxford University Press, Oxford, UK.

- Luthans, F., S. M. Norman, B. J. Avolio & J. B. Avey (2008), "The Mediating Role of Psychological Capital in the Supportive Organizational Climate: Employee Performance Relationship", *Journal of Organizational Behavior*, 29 (2), 219-238.
- Masten, A.S. & M. -G. J. Reed (2002), "Resilience in Development", in Snyder, C.R. & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of Positive Psychology*, Oxford University Press, Oxford, UK, 74-88.
- Muthen, B. & D. Kaplan (1985), "A Comparison of Some Methodologies for the Factor Analysis of Non-Normal Likert Variables", *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 38(2), 171-189.
- Nguyen, T.D. & T. T. M. Nguyen (2011), "Firm-Specific Marketing Capital and Job Satisfaction of Marketers: Evidence from Vietnam", *Learning Organization*, 18(3), 251-263.
- Nguyen, T.D. & T. T. M. Nguyen (2012), "Psychological Capital, Quality of Work Life and Quality of Life of Marketers: Evidence from Vietnam", *Journal of Micromarketing*, 32(1), 82-90.
- Nguyen T. D, C. J. Shultz & D. M. Westbrook (2012), "Psychological Hardiness in Learning and Quality of College Life of Business Students: Evidence from Vietnam", *Journal of Happiness Studies*, 13 (6), 1091-1103.
- Parker, S.K. (1998), "Enhancing Role Breadth Self-Efficacy: The Roles of Job Enrichment and other Organizational Interventions", *Journal of Applied Psychology*, 83(6), 835-852.
- Schneider, S.L. (2001), "In Search of Realistic Optimism Meaning, Knowledge, and Warm Fuzziness", *American Psychologist*, 56(3), 250-263.
- Snyder, C.R., K. L. Rand & D. R. Sigmon (2002), "Hope Theory: A Member of the Positive Psychology Family", in Snyder, C.R. & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of Positive Psychology*, Oxford University Press, Oxford, UK, 257-276.
- Snyder, C.R. et al. (1996), "Development and Validation of the State Hope Scale", *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(2), 321-335.
- Stajkovic, A.D. & F. Luthans (1998), "Self-Efficacy and Work-Related Performance: A Meta Analysis", *Psychological Bulletin*, 124 (2), 240-261.
- 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), 283-299.
- Youssef, C.M. & F. Luthans (2007), "Positive Organizational Behavior in the Workplace: The Impact of Hope, Optimism, and Resiliency", *Journal of Management*, 33 (5), 774-800.