

Ảnh hưởng của bền vững doanh nghiệp đến sự gắn bó của nhân viên trong các doanh nghiệp du lịch

VÔ THỊ TÂM*

Tóm tắt

Nhằm đánh giá tác động của bền vững doanh nghiệp đến sự gắn bó của nhân viên trong các doanh nghiệp du lịch, tác giả đã khảo sát 366 đối tượng là lãnh đạo các doanh nghiệp du lịch đang hoạt động tại vùng Duyên hải Nam Trung Bộ. Kết quả nghiên cứu cho thấy, khi các doanh nghiệp hành động vì các mục tiêu bền vững sẽ ảnh hưởng tích cực đến sự gắn bó của nhân viên đối với doanh nghiệp.

Từ khóa: du lịch, bền vững, phát triển bền vững, bền vững doanh nghiệp, sự gắn bó của nhân viên

Summary

To assess the impact of corporate sustainability on employee engagement in tourism businesses, the author conducted a survey of 366 leaders of tourism businesses in the South Central Coast region. The results show that when businesses pay attention to sustainable goals, they will positively affect their employee engagement.

Keywords: tourism, sustainability, sustainable development, corporate sustainability, employee engagement

GIỚI THIỆU

Doanh nghiệp bền vững là doanh nghiệp xem xét các hoạt động của mình trong viễn cảnh dài hạn về tác động của các chiến lược kinh doanh để đạt được sự phát triển toàn diện về cả ba khía cạnh: xã hội, kinh tế và môi trường. Bên cạnh đó, toàn cầu hóa lực lượng lao động thông qua những tiến bộ trong công nghệ máy tính và viễn thông đã tạo ra nhiều thách thức hơn cho các doanh nghiệp. Do đó, vai trò của doanh nghiệp trong việc tạo sự gắn bó của nhân viên đối với doanh nghiệp đang trở nên ngày càng khó khăn và phức tạp. Các nghiên cứu về vai trò của nhân viên đối với doanh nghiệp cũng đã khẳng định rằng, sự gắn bó của nhân viên với doanh nghiệp tạo nên lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp (J. K. Harter và cộng sự, 2002). Bên cạnh đó, Choi và Yu (2014) trong nghiên cứu

của mình đã chỉ ra rằng, nhân thức của nhân viên về thực hành các hoạt động bền vững của doanh nghiệp có tác động tích cực đến sự gắn bó của nhân viên với tổ chức và hành vi tổ chức của họ. Chính vì vậy, việc thực hiện bền vững doanh nghiệp sẽ có tác động tích cực đến sự gắn bó của nhân viên. Với tầm quan trọng nói trên, việc nghiên cứu ảnh hưởng của bền vững doanh nghiệp đến sự gắn bó của nhân viên trong các doanh nghiệp du lịch là rất cần thiết đối với sự phát triển của doanh nghiệp.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Cơ sở lý thuyết

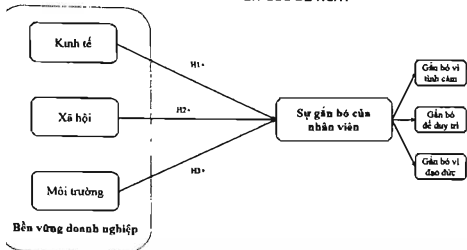
Lý thuyết tính chính đáng

Lý thuyết tính chính đáng bắt nguồn từ khái niệm tính hợp pháp của tổ chức, được định nghĩa là một điều kiện hoặc trạng thái, tồn tại khi một hệ thống giá trị thực thể phù hợp với hệ thống giá trị của hệ thống xã hội lớn mà thực thể là một phần (Dowling và Pfeffer, 1975). Theo Preston và cộng sự (1995), tính chính đáng

*ThS., Khoa Kinh tế - Trường Đại học Phú Yên

Ngày nhận bài: 02/8/2020; Ngày phân biệt: 20/8/2020; Ngày duyệt đăng: 25/8/2020

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



Nguồn: Đề xuất của tác giả

được quan niệm là sự phù hợp giữa các hành động thể chế và các giá trị xã hội và hợp pháp hóa là các hành động mà các tổ chức thực hiện hoặc để báo hiệu sự phù hợp giá trị hoặc thay đổi giá trị xã hội. Tính chính đáng đạt được bằng cách chứng minh rằng, các hoạt động của công ty phù hợp với các giá trị xã hội.

Lý thuyết thể chế

Theo D. C. North (1991), thể chế là những ràng buộc do con người tạo ra, nhằm định hình các mối quan hệ tương tác về chính trị, kinh tế và xã hội. Những ràng buộc này bao gồm các ràng buộc phi chính thức (những điều cấm đoán theo phong tục tập quán, truyền thống và quy tắc ứng xử cộng đồng) và các ràng buộc chính thức (hiến pháp, pháp luật, quyền sở hữu). Tác giả này cũng cho rằng, khuôn khổ chính trị và pháp lý tạo ra những nguyên tắc và luật lệ cơ bản cho hoạt động của cá nhân và doanh nghiệp, những sắp xếp tự nguyện và hợp tác giữa các tác nhân có tác động đến sự trao đổi, các giá trị văn hóa và niềm tin. Từ đó, ảnh hưởng đến hành vi của cá nhân và tổ chức thông qua sự tác động của thể chế dẫn đến sự sẵn lòng tham gia và tuân thủ các nguyên tắc, quy luật.

Lý thuyết các bên liên quan

Lý thuyết các bên liên quan đã xuất hiện như là một sự thay thế cho lý thuyết về cổ đông. Lý thuyết các bên liên quan cho rằng, trong thực tế, hầu hết các doanh nghiệp đều có một quan tâm lớn đến các bên liên quan mà họ có nghĩa vụ và trách nhiệm (Spence và cộng sự, 2001) phải cân đối trong các hoạt động. Khi nhắc đến khái niệm phát triển bền vững cũng như khái niệm tính bền vững doanh nghiệp, chắc chắn không thể không nói đến khái niệm "stakeholder" - tạm dịch là "các đối tượng hữu quan". Khái niệm này được nhắc đến lần đầu tiên vào năm 1963 trong bản ghi nhớ nội bộ tại Viện Nghiên cứu Stanford. Sau này đã được phát triển bởi R. Edward Freeman trong những năm 1980 để trở thành lý thuyết các bên liên quan và trong số hầu hết các nghiên cứu về tính bền vững doanh nghiệp, thì lý thuyết các bên liên quan đều được xem là lý thuyết nền tảng.

Bền vững doanh nghiệp

Khái niệm bền vững doanh nghiệp nhận được nhiều sự quan tâm của nhiều học giả trên thế giới (Dyllick và Hockerts, 2002; Schaltegger và Burritt, 2010; Gurvitch và Sidorova, 2012). Các nghiên cứu đều đi đến kết luận chung rằng, bền vững doanh nghiệp liên quan đến việc bảo vệ và duy trì hệ sinh thái tự nhiên và xã hội cho các thế hệ tương lai trong khi cố gắng đáp ứng tối đa hóa mục tiêu vốn hóa thị trường.

Sự gắn bó của nhân viên

Các nghiên cứu về sự gắn bó của nhân viên đã chỉ ra rằng, sự gắn bó của nhân viên là một quá trình tự phát triển thông qua sự liên kết của một cá nhân với tổ chức (Allen và Meyer, 1990). Nó có thể dựa trên các giai đoạn khác nhau hoặc mức độ gắn bó khác nhau với các tiền đề dựa trên nhận thức về lòng trung thành của cá nhân. Bên cạnh đó, sự gắn bó của nhân viên đối với một tổ chức là rất cần thiết bởi vì nó ảnh hưởng đến sự tham gia của họ vào tổ chức và góp phần giữ chân họ (Allen và Meyer, 1996; Gazzawi, 2008; Tuna và cộng sự, 2011).

Các nghiên cứu có liên quan

Kocmanová A., Dočekalová M., (2011) chỉ ra rằng, tính bền vững là một chiến lược của công ty với mục tiêu tăng trưởng dài hạn, đem lại hiệu quả và làm tăng hiệu suất cũng như khả năng cạnh tranh của công ty bằng cách kết hợp các khía cạnh kinh tế, môi trường và xã hội vào quản lý doanh nghiệp. Những cải tiến trong lĩnh vực kinh tế, môi trường và xã hội có thể giúp tích hợp các khái niệm về phát triển bền vững vào thực tiễn kinh doanh và dẫn đến tính bền vững.

Yongrok Choi và Yanni Yu (2014) khi nghiên cứu ảnh hưởng của thực hành bền vững của doanh nghiệp đối với nhân viên và hiệu quả tổ chức đã điều tra thái độ và hành vi của nhân viên đối với mối quan hệ giữa thực hành trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) và hiệu quả tổ chức. Kết quả thực nghiệm cho thấy, nhận thức của người lao động về thực hành CSR có tác động tích cực đến sự gắn bó của nhân viên và hành vi công dân tổ chức.

Simon và Zhou (2018) đã phân tích tầm quan trọng của tính bền vững và cho thấy sự tham gia của nhân viên nổi lên một yếu tố quan trọng trong sự bền vững kinh doanh trong hai thập kỷ qua. Nghiên cứu cũng khẳng định rằng, mối

BẢNG 1: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH CRONBACH'S ALPHA

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến này
Bên vững xã hội: Cronbach's Alpha = 0,846				
xahoi1	16,4126	5,498	0,535	0,845
xahoi2	16,4044	4,800	0,741	0,790
xahoi3	16,3825	5,201	0,651	0,816
xahoi4	16,3743	5,007	0,691	0,805
xahoi5	16,2842	5,157	0,655	0,815
Bên vững kinh tế: Cronbach's Alpha = 0,803				
kinhte1	11,7240	2,381	0,681	0,723
kinhte2	11,7158	2,494	0,654	0,737
kinhte3	11,7951	2,448	0,620	0,753
kinhte4	11,7732	2,614	0,522	0,800
Bên vững môi trường: Cronbach's Alpha = 0,776				
moitruong1	15,6885	3,437	0,571	0,730
moitruong2	15,8087	3,059	0,638	0,702
moitruong3	15,7404	3,464	0,471	0,760
moitruong4	15,9672	3,144	0,557	0,733
moitruong5	15,7678	3,319	0,517	0,746
Sự gắn bó của nhân viên: Cronbach's Alpha = 0,894				
ganbo1	8,0383	1,094	0,819	0,825
ganbo2	8,0055	1,178	0,804	0,839
ganbo3	8,0820	1,226	0,755	0,880

BẢNG 2: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH EFA

Biến quan sát	Eigenvalue			
	1	2	3	4
xahoi1	0,827			
xahoi2	0,846			
xahoi3	0,638			
xahoi4	0,726			
xahoi5	0,777			
kinhte1		0,779		
kinhte2		0,755		
kinhte3		0,808		
kinhte4		0,644		
moitruong1			0,731	
moitruong2			0,768	
moitruong3			0,638	
moitruong4			0,823	
moitruong5			0,613	
ganbo1				0,891
ganbo2				0,844
ganbo3				0,714
Giá trị KMO				0,850
Kiểm định Bartlett's	Chi-bình phương			2,922,229
	Bậc tự do (df)			136
	Sig.			0,000

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu đã điều tra của tác giả

liên hệ giữa tính bền vững và sự gắn bó của nhân viên chắc chắn sẽ có tác động sâu sắc đến một doanh nghiệp bền vững nói chung.

Mô hình nghiên cứu

Từ tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết trên, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu về mối quan hệ giữa bền vững doanh nghiệp và sự gắn bó của nhân viên như Hình.

Các giả thuyết nghiên cứu được đề xuất như sau:

Giả thuyết H1: Bên vững doanh nghiệp với phương diện xã hội có tác động cùng chiều đến sự gắn bó của nhân viên.

Giả thuyết H2: Bên vững doanh nghiệp với phương diện kinh tế có tác động cùng chiều đến sự gắn bó của nhân viên.

Giả thuyết H3: Bên vững doanh nghiệp với phương diện môi trường có tác động cùng chiều đến sự gắn bó của nhân viên.

BẢNG 3: PHÂN TÍCH HỒI QUY TUYẾN TÍNH

ANOVA*					
Mô hình	Tổng bình phương	Bậc tự do (df)	Trung bình bình phương	Tỷ số F	Mức ý nghĩa (Sig.)
Hồi quy	41,230	3	13,743	83,151	0,000 ^a
Phần dư	59,832	362	0,165		
Tổng	101,062	365			

b. Bộ dự đoán: (Hàng số), Môi trường, Kinh tế, Xã hội

BẢNG 4: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỒI QUY BỘI

Mô hình	Coefficients ^a				Thống kê đa cộng tuyến		
	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	Giá trị t	Mức ý nghĩa Sig.	Dung sai	VIF
	B	Sai số chuẩn	Beta				
(Hàng số)	0,229	0,243		0,941	0,347		
Xã hội	0,289	0,041	0,305	7,035	0,000	0,868	1,152
Kinh tế	0,290	0,043	0,280	6,687	0,000	0,930	1,075
Môi trường	0,373	0,052	0,313	7,202	0,000	0,868	1,152

a. Dependent Variable: Gắn bó

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu từ điều tra của tác giả

Phương pháp nghiên cứu

Dữ liệu nghiên cứu được khảo sát trực tiếp thông qua bảng câu hỏi chi tiết với thang đo Likert 5 bậc (từ 1: Hoàn toàn không đồng ý đến 5: Hoàn toàn đồng ý).

Nghiên cứu này sử dụng kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp bằng bảng câu hỏi chi tiết được gửi đến 400 người thuộc ban lãnh đạo các doanh nghiệp du lịch đang hoạt động tại các doanh nghiệp du lịch vùng Duyên hải Nam Trung Bộ. Kết quả thu về là 375 bảng khảo sát, trong đó có 9 bảng khảo sát không hợp lệ, nên mẫu nghiên cứu chính thức là 366 phiếu. Tác giả sử dụng phần mềm SPSS 24.0 để tiến hành xử lý số liệu. Khảo sát được tiến hành trong năm 2019.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Kết quả hệ số Cronbach's Alpha cho thấy tất cả các biến quan sát đều đạt yêu cầu vì có hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 và tất cả các thang đo này đều có hệ số tin cậy Cronbach's Alpha lớn hơn 0,6 (Bảng 1).

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả giá trị KMO là 0,850 > 0,5 và giá trị Sig. = 0,000 < 0,05. Bên cạnh đó, kết quả cho thấy với eigenvalue lớn hơn 1 thì có 4 nhân tố được rút trích với phương sai trích lũy kế là 65,991% > 50% phương sai trích đạt yêu cầu. Đồng thời, các biến quan sát đo lường đều có trọng số lớn hơn 0,5 đạt yêu cầu (Bảng 2). Như vậy, các thang đo được xác định trong mô hình nghiên cứu đều đạt độ tin cậy, giá trị phân biệt và giá trị hội tụ.

Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính

Bảng 3 cho thấy, F(Fisher) = 83,151 và p(F) = 0,000 < 0,05, do đó có thể khẳng định, có tồn tại mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc trên tổng thể.

Kết quả ở Bảng 4 cho thấy, $t_{Xã\ hội} = 7,035$; $p_{Xã\ hội} =$

$0,000 < 0,05$; $t_{Kinh\ tế} = 6,687$; $p_{Kinh\ tế} = 0,000 < 0,05$; và $t_{Môi\ trường} = 7,202$; $p_{Môi\ trường} = 0,000 < 0,05$. Do đó, có thể khẳng định có mối quan hệ giữa biến độc lập Xã hội, Kinh tế, Môi trường và biến phụ thuộc Gắn bó trên tổng thể. Đồng thời, kết quả cho thấy, các biến đều có VIF < 2, vì thế không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến. Do đó, phương trình hồi quy được thiết lập như sau:

$$BV = 0,229 + 0,289 * XH + 0,290 * KT + 0,373 * MT + e_i$$

Hệ số tương quan R² điều chỉnh = 0,403. Điều này có nghĩa là: 3 biến độc lập (Môi trường, Kinh tế, Xã hội) giải thích được 40,3% biến phụ thuộc (Gắn bó). Bên cạnh đó, hệ số Durbin-Watson là 0,728, chứng tỏ mô hình không có hiện tượng tự tương quan.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, khi các doanh nghiệp du lịch thực hiện các hoạt động vì mục tiêu bền vững liên quan đến các khía cạnh xã hội, kinh tế và môi trường, thì điều này sẽ ảnh hưởng tích cực đến sự gắn bó của nhân viên đối với doanh nghiệp. Cụ thể là: khi doanh nghiệp quan tâm đến việc cải thiện sức khỏe và an toàn của nhân viên, cùng với việc thực hiện các chính sách đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho nhân viên, thì sẽ ảnh hưởng tích cực đến cảm nhận của nhân viên. Điều này giúp cho nhân viên có niềm tin mạnh mẽ vào các mục tiêu và giá trị của doanh nghiệp, đồng thời mong muốn duy trì gắn bó và cảm thấy có nghĩa vụ đối với doanh nghiệp.

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

Kết quả nghiên cứu cho thấy 3 khía cạnh bền vững doanh nghiệp đó là: Môi trường, Kinh tế, Xã hội có ảnh hưởng tích cực đến sự gắn bó của nhân viên trong doanh nghiệp. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, tác giả đưa ra một số hàm ý quản trị đối với các doanh nghiệp như sau:

Thứ nhất, quan tâm đến nhu cầu và mong muốn của nhân viên. Theo đó, doanh nghiệp cần có những chính sách đãi ngộ, đào tạo để giúp nhân viên làm việc hiệu quả hơn, đảm bảo môi trường làm việc thân thiện và khuyến khích được nhân viên phát triển tối kỹ năng chuyên môn và nghiệp vụ. Đồng thời, doanh nghiệp cần có những chế độ và quy định công bằng, không đối xử phân biệt để nhân viên thực sự làm việc vì lợi ích và mục tiêu chung của doanh nghiệp.

Thứ hai, khuyến khích và động viên nhân viên tham gia vào các hoạt động vì sự bền vững của doanh nghiệp, hướng đến mục tiêu vì xã hội, kinh tế và môi trường. Từ đó, biến các hoạt động này trở thành văn hóa doanh nghiệp, để nhân viên có cơ hội cảm nhận những giá trị tinh thần mà các hoạt động vì xã hội và bảo vệ môi trường đem lại cho doanh nghiệp và chính bản thân nhân viên.

Thứ ba, có các chế độ chính sách phù hợp, tạo công ăn việc làm với mức lương tương xứng, tạo niềm tin và sự an tâm để nhân viên gắn bó hơn với doanh nghiệp. Bên cạnh đó, doanh nghiệp nên áp dụng bộ tiêu chuẩn ISO 45001 là tiêu chuẩn quốc tế về quản lý an toàn và sức khỏe nghề nghiệp nhằm đem lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp.

Cuối cùng, nâng cao nhận thức về các hoạt động vì mục tiêu phát triển bền vững của doanh nghiệp đến các đối tượng hữu quan của doanh nghiệp. Những điều này sẽ cải thiện hình ảnh cho doanh nghiệp và giúp tăng cường lợi thế cạnh tranh cho các doanh nghiệp. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. D. C. North (1991). Institutions, *Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 97-111
2. Dyllick T., Hockerts K. (2002). Beyond the Business Case for Corporate Sustainability, *Business Strategy and the Environment*, 11, 130-141
3. Dowling, J. B., Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior, *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122-136
4. Ghazzawi, I. (2008). Job satisfaction antecedents and consequences: A new conceptual framework and research agenda, *The Business Review*, 11(2), 1-10
5. Gurvitsch, N., Sidorova, I. (2012). Survey of sustainability reporting integrated into annual reports of Estonian companies for the years 2007-2010: based on companies listed on Tallin Stock Exchange as of October 2011, *Procedia Economics and Finance*, 2, 26-34
6. J. K. Harter, F. L. Schmidt, T. L. Hayes (2002). Business-unit-level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business outcomes: A meta-analysis, *Journal of Applied Psychology*, 87, 268-279
7. Kocmanová A., Dočekalová M. (2011). Corporate Sustainability: Environmental, Social, Economic and Corporate Performance, *Acta Universitatis Agriculturae Et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 14(7), 203-208
8. N. Allen, J. Meyer (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization, *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18
9. N. J. Allen, J. P. Meyer (1996). Affective, continuance, and normative to the organization: An examination of construct validity, *Journal of Vocational Behaviour*, 49(3), 252-276
10. Preston, A. M., Cooper, D. J., Scarbrough, D. P., Chilton, R. C. (1995). Changes in the code of ethics of the U.S. accounting profession 1917 and 1988: the continual quest for legitimation, *Accounting, Organizations and Society*, 20(6), 507-546
11. Simon, Zhou (2018). Can Corporate Sustainability Influence Employee Engagement?. *International Journal of Human Resource Studies*, 8(2)
12. Spence et al. (2001). Social responsibility, profit maximisation and the small firm owner-manager, *Small Business and Enterprise Development*, 8(2), 126-139
13. Schaltegger, S., Burritt, R. L. (2010). Sustainability accounting for companies. Catchphrase or decision support for business leaders?. *Journal of World Business*, 45(4), 375-384
14. Tuna, M., Ghazzawi, I., Tuna, A. A., Cair, O. (2011). Transformational leadership and organizational commitment: The case of Turkey's hospitality industry. *Management Journal*, 76(3), 10-25
15. Yongrok Choi, Yanni Yu (2014). Corporate social responsibility and firm performance through the mediating effect of organizational trust in Chinese firms. *Chinese Management Studies*, 8(4), 577-592