

Tác động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến sự gắn bó công việc và ý định ở lại của nhân viên ngành khách sạn

The impact of corporate social responsibility on employee engagement and employee retention - a study of the hotel industry

Phạm Thị Hoàng Dung*
Pham Thi Hoang Dung*

*Trường Du lịch, Đại học Duy Tân, Đà Nẵng, Việt Nam
Hospitality and Tourism Institute, Duy Tan University, Danang, 550000, Vietnam*

(Ngày nhận bài: 07/12/2023, ngày phản biện xong: 16/03/2024, ngày chấp nhận đăng: 15/04/2024)

Tóm tắt

Nghiên cứu này nhằm mục đích đánh giá tác động của việc thực hành trách nhiệm xã hội (TNXH) của doanh nghiệp đến sự gắn bó công việc và ý định ở lại của nhân viên trong doanh nghiệp khách sạn. Các doanh nghiệp khách sạn thường tập trung vào các khía cạnh của TNXH, bao gồm: cộng đồng và môi trường, nhân viên và khách hàng. Theo đó, các hoạt động TNXH có thể là một công cụ quan trọng trong việc gia tăng sự gắn bó đối với công việc và giữ chân những nhân viên tài năng. Nghiên cứu áp dụng mô hình lý thuyết các bên liên quan, với dữ liệu điều tra 309 nhân viên làm việc tại doanh nghiệp thuộc lĩnh vực khách sạn ở thành phố Đà Nẵng - Việt Nam trong năm 2022. Dữ liệu điều tra sau khi làm sạch, loại bỏ các phiếu không đạt và tiến hành phân tích mô hình phương trình cấu trúc SEM. Kết quả nghiên cứu cho thấy nhận thức của nhân viên về việc thực hành TNXH tại doanh nghiệp có tác động tích cực cùng chiều với ý định gắn bó công việc và ý định ở lại doanh nghiệp khách sạn. Bài nghiên cứu bổ sung cho tài liệu nghiên cứu về TNXH và các bên liên quan trong ngành khách sạn. Đồng thời bài viết cũng định hướng cho các nhà hoạch định nhân sự giữ chân những nhân viên tài năng và phát huy hiệu quả làm việc từ những nhân viên trong điều kiện nguồn nhân lực trong lĩnh vực khách sạn phải đối mặt với tình trạng thiếu hụt sau đại dịch COVID-19.

Từ khóa: trách nhiệm xã hội; sự gắn bó công việc; ý định ở lại; COVID-9; nguồn nhân lực.

Abstract

This study aims to evaluate the impact of corporate social responsibility (CSR) practices on work engagement and intention to stay in the hotel businesses. Hospitality businesses often focus on aspects of CSR, including: community and environment, employees and customers. Accordingly, CSR activities can be an important tool in increasing work engagement and retaining talented employees. The study applies the theoretical model of stakeholders, with survey data of 309 employees working at hotels in Da Nang city - Vietnam in 2022. After the investigation data are cleaned, the negative votes are removed, SEM structural equation model analysis is conducted. The survey results show that awareness of CSR practices and work engagement and intention to stay have a positive relationship. The study complements the literature on CSR and stakeholders on the hotel industry. At the same time, the study also orients human resource planners to retain talented employees and promote work efficiency from employees in the condition that human resources in the hotel sector face a shortage of employees after the COVID-19 pandemic.

Keywords: CSR; work engagement; intention to stay; COVID-19; human resources.

*Tác giả liên hệ: Phạm Thị Hoàng Dung

Email: phamthoangdung@duytan.edu.vn

1. Giới thiệu

Các doanh nghiệp ngày nay được kỳ vọng sẽ minh bạch hơn và chịu trách nhiệm về các hoạt động và tác động của họ đối với xã hội cũng như môi trường. Do đó, nhiều công ty, thường đề cập đến các chương trình tự nguyện của công ty để giúp cải thiện các điều kiện môi trường và xã hội hướng tới một thế giới bền vững hơn. TNXH cũng có thể là công cụ để đạt được hiệu quả hoạt động tài chính của công ty thông qua danh tiếng tốt và cải thiện mối quan hệ với các bên liên quan. Theo đó, TNXH vốn phù hợp với lý thuyết các bên liên quan ở chỗ doanh nghiệp có thể làm tốt hoặc tốt hơn khi họ cân nhắc một cách có ý thức lợi ích của các bên liên quan trong hoạt động và ra quyết định.

Ngoài mức độ hiểu biết của tổ chức và thể chế về TNXH, đã có lời kêu gọi nghiên cứu về các cơ sở vi mô của TNXH để hiểu rõ hơn về cách TNXH tác động đến các bên liên quan cá nhân như nhân viên. Nhân viên là những bên liên quan chính của công ty [5], những người thực hiện, ảnh hưởng và thường bị ảnh hưởng trực tiếp bởi các chính sách và hoạt động của công ty bao gồm TNXH. Điều này đặc biệt quan trọng đối với các công ty khách sạn và du lịch, vì tương đối ít người biết về vai trò của TNXH đối với cá nhân nhân viên, trong khi nhiều công ty đang tích cực áp dụng TNXH. Nhân viên ngành khách sạn cũng là một nguồn quan trọng để thành công [15], bởi vì thái độ và hành vi của họ ảnh hưởng đến hiệu suất và trải nghiệm của khách hàng, ảnh hưởng đến hoạt động của công ty.

Hai trong số những thách thức lâu dài nhất và mang tính toàn cầu đối với ngành khách sạn là sự thay đổi nhân viên thường xuyên [3] và sự thiếu hụt nguồn cung nhân viên có năng lực cao [13]. Nghiên cứu chỉ ra rằng nhân viên ngành khách sạn có xu hướng thường xuyên thay đổi nhà tuyển dụng hoặc rời bỏ ngành [22], bởi vì họ không cảm thấy nhiệt tình tham gia, không cảm

thấy đủ tự hào hoặc không cảm thấy đủ thử thách bởi công việc của họ.

Sự bùng phát của COVID-19 vào năm 2020 đã tạo ra những thách thức và khó khăn trên toàn thế giới, ảnh hưởng đến nhiều ngành công nghiệp. Trong số các ngành nói trên, ngành du lịch, hàng không và khách sạn là những ngành đầu tiên phải chịu hậu quả nặng nề. Theo WTTC (Hội đồng lữ hành thế giới), chỉ trong hai năm 2020-2021, đại dịch đã làm mất đi 62 trên tổng số 334 triệu việc làm trong ngành du lịch. Theo như khuyến nghị của nhiều tổ chức quốc tế và các chuyên gia trong lĩnh vực du lịch, rất dễ xảy ra khủng hoảng nguồn nhân lực du lịch khi đại dịch đi qua và mỗi quốc gia nên có sự chuẩn bị để không phải đối mặt với việc này. Theo báo cáo của Tổng cục Thống kê, năm 2020, do việc đóng cửa biên giới để ngăn chặn COVID-19, khách quốc tế đến Việt Nam chỉ đạt khoảng 3,7 triệu lượt, giảm 79,5% so với 2019; khách nội địa đạt 56 triệu lượt, giảm 34,1%; tổng thu du lịch đạt 312 nghìn tỷ đồng, giảm 58,7% - mức giảm tương đương 19 tỷ USD. Cũng trong năm này, khoảng 40-60% lao động bị mất việc làm hoặc cắt giảm ngày công. Khoảng 95% doanh nghiệp lữ hành quốc tế đã ngừng hoạt động. Nhiều khách sạn phải đóng cửa, công suất sử dụng phòng có thời điểm chỉ đạt từ 10 - 15%.

Trong 2 năm qua, ngành du lịch Việt Nam đã phải chứng kiến cuộc khủng hoảng nhân lực lớn chưa từng thấy trong lịch sử. Theo thống kê của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch [20], có hơn 300 doanh nghiệp lữ hành quốc tế phải xin thu hồi giấy phép, 90% doanh nghiệp du lịch phải đóng cửa. Năm 2020 - 2021, các doanh nghiệp trong ngành du lịch lần lượt phải cắt giảm nhân sự từ 70 - 80%.

Do đó, mục đích của nghiên cứu này là xem xét nhận thức của nhân viên về thực hành TNXH tại khách sạn ảnh hưởng như thế nào đến sự gắn bó công việc và ý định ở lại. Dựa trên lý thuyết trao đổi xã hội và lý thuyết các bên liên quan,

những phát hiện thực nghiệm của nghiên cứu này sẽ góp phần nâng cao hiểu biết của chúng ta về việc thực hành TNXH trong doanh nghiệp thuộc lĩnh vực khách sạn. Các phát hiện cũng góp phần giúp các nhà tuyển dụng trong lĩnh vực khách sạn nhận thức vai trò của TNXH trong việc thu hút và giữ chân nhân viên tài năng thông qua các hoạt động trách nhiệm xã hội của các khách sạn.

2. Tổng quan tài liệu và phát triển giả thiết TNXH

Ý tưởng về TNXH đã là một chủ đề thảo luận từ những năm 1950. Trong nhiều năm, một số định nghĩa hoặc quan điểm khác nhau về TNXH đã được phát triển, tuy nhiên định nghĩa được sử dụng nhiều nhất là định nghĩa "Kim tự tháp về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (Pyramid of corporate social responsibility)" của Giáo sư Archie B. Carroll (Đại học Georgia), vào năm 1991. "Kim tự tháp về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp" của Carroll gợi ý rằng doanh nghiệp phải thực hiện trách nhiệm xã hội ở bốn cấp độ Kinh tế, Pháp lý, Đạo đức và Từ thiện. Mặc dù đơn giản, nhưng khả năng mô tả ý tưởng về TNXH với bốn lĩnh vực đã khiến định nghĩa của Carroll trở thành một trong những lý thuyết được chấp nhận nhiều nhất về TNXH kể từ đó. Đồng quan điểm, Ủy ban Châu Âu [8] tuyên bố rằng "TNXH là một khái niệm theo đó các công ty quyết định tự nguyện đóng góp cho một xã hội tốt hơn và một môi trường sạch hơn" và việc thực hiện nó có thể thực hiện được bằng cách tích hợp "các khía cạnh xã hội và môi trường vào hoạt động kinh doanh và tương tác của họ với các bên liên quan trên cơ sở tự nguyện".

Mặc dù thực tế nhiều khách sạn đã thực hiện một số TNXH đối với xã hội nhưng các khách sạn vẫn được xem là phải chịu trách nhiệm chính cho những vấn đề mà hoạt động kinh doanh khách sạn gây ra như làm giảm sự đa dạng sinh học, gây ra ô nhiễm môi trường, đối xử bất công với người lao động,... Đây chính là các bên liên

quan quan trọng đối với một doanh nghiệp. Trong khi đó nội dung cơ bản của tất cả các định nghĩa TNXH là các doanh nghiệp phải đáp ứng không chỉ các cổ đông mà cả các bên liên quan, bao gồm: khách hàng, nhân viên, nhà đầu tư, nhà cung cấp và cộng đồng nơi đặt hoạt động của các công ty. Trên thực tế, nhiều nghiên cứu thực nghiệm về TNXH đã được thực hiện dựa trên lý thuyết của các bên liên quan, điều này cho thấy rằng các doanh nghiệp phải thỏa mãn các nhóm người khác nhau trong doanh nghiệp của họ; nếu không, các nhóm này có thể không hỗ trợ các doanh nghiệp nữa.

2.1. TNXH trong lĩnh vực khách sạn

Nghiên cứu về TNXH trong ngành khách sạn góp phần xây dựng mối quan hệ với các bên liên quan, nâng cao hình ảnh của khách sạn và lòng trung thành của khách hàng. Việc tiếp đón số lượng lớn khách du lịch trong thời gian dài sẽ đem đến những hậu quả nghiêm trọng đối với môi trường như: ô nhiễm không khí, ô nhiễm môi trường và ô nhiễm tiếng ồn, gia tăng lượng rác thải và làm cho sự đa dạng sinh học giảm dần. Mặt khác, nhiều nhân viên bị đối xử không tương xứng với nỗ lực của họ trong công việc, chẳng hạn như: thời gian làm việc kéo dài, bị vi phạm quyền lao động và không đạt được sự cân bằng giữa cuộc sống làm việc và cuộc sống riêng tư. Do những lợi ích kinh tế mà ngành khách sạn mang lại, những thiệt hại mà nó gây ra đối với môi trường, xã hội, văn hóa và đời sống nghề nghiệp bị bỏ qua. Nghiên cứu phân tích nội dung về TNXH tiết lộ rằng các doanh nghiệp khách sạn thường tập trung vào các khía cạnh của TNXH: cộng đồng và môi trường, nhân viên và khách hàng [19]. Mặc dù ngành khách sạn có một số tác động tích cực, như đóng góp vào các dịch vụ cơ sở hạ tầng, đem lại các lợi ích về mặt kinh tế, nhưng nó cũng có thể mang lại một số hậu quả tiêu cực như môi trường và các vấn đề về văn hóa xã hội, thương mại và vi phạm quyền của người trung gian và khách hàng. Do đó,

TNXH được coi là một chiến lược để giảm tác động tiêu cực đồng thời gia tăng tác động tích cực của các doanh nghiệp khách sạn đối với cộng đồng, môi trường, nhân viên và khách hàng.

Đại dịch COVID-19 đã có tác động đáng kể đến hầu hết mọi tầng lớp trong xã hội, bao gồm cả các doanh nghiệp. Ngành khách sạn và du lịch là một trong những ngành bị ảnh hưởng nặng nề nhất bởi đại dịch COVID-19, và phần lớn các doanh nghiệp khách sạn và du lịch đã phải trải qua những thách thức tài chính đáng kể do những biện pháp về phòng chống dịch bệnh như hạn chế đi lại, khóa cửa quốc gia và địa phương, các biện pháp giãn cách xã hội. Bất chấp những trở ngại do đại dịch gây ra cho ngành, một số khách sạn đã chủ động tham gia vào các hoạt động TNXH để hỗ trợ nhân viên tuyển đầu và những người khác tham gia cuộc chiến chống COVID-19. Các cuộc khủng hoảng như đại dịch COVID-19 có xu hướng kiểm tra sự cam kết thực sự của các doanh nghiệp đối với TNXH đích thực.

2.2. TNXH và sự gắn bó của nhân viên ngành khách sạn

Người ta thường thừa nhận rằng nhân viên là một trong những bên liên quan quan trọng khi nói đến TNXH. Đây là trường hợp đặc biệt xảy ra trong ngành khách sạn khi do hệ quả của tính không thể tách rời (việc cung cấp và tiêu thụ dịch vụ diễn ra đồng thời tại cơ sở khách sạn). Một nhóm nghiên cứu về khách sạn đã xem xét các hoạt động TNXH ảnh hưởng tích cực đến nhân viên như thế nào [11], [23]. Các nghiên cứu này cho thấy rằng nhận thức của nhân viên về TNXH có thể làm giảm sự luân chuyển của nhân viên, cải thiện kết quả tuyển dụng, tăng cường sự gắn bó của nhân viên, tăng sự hài lòng trong công việc của nhân viên và thúc đẩy các hành vi công dân hơn nữa của nhân viên.

Lý thuyết trao đổi xã hội cung cấp một cơ sở lý thuyết hiệu quả để tìm kiếm các mối quan hệ giữa TNXH và sự gắn bó công việc [14]. Theo lý thuyết trao đổi xã hội [7], khi nhân viên nhận

được sự hỗ trợ hoặc lòng tốt từ công ty và / hoặc chứng kiến những người khác được đối xử tốt, họ sẽ đáp lại theo cách mang lại lợi ích cho công ty của họ. Nghĩa là, khi nhân viên coi công ty của họ là một tổ chức có hành vi cư xử có đạo đức, họ không chỉ nhìn nhận công việc của mình một cách tích cực mà còn nỗ lực để đạt được các mục tiêu của tổ chức bằng cách tham gia nhiều hơn vào công việc như một hình thức trao đổi xã hội. Do đó, mức độ gắn bó công việc của nhân viên có thể là một yếu tố giải thích tại sao hoặc cách thức TNXH ảnh hưởng đến hành vi làm việc của họ. Theo Park và cộng sự [21] cấu trúc này được xác định có ba khía cạnh đó là, TNXH liên quan đến môi trường - cộng đồng, khách hàng và nhân viên.

TNXH liên quan đến môi trường / cộng đồng đề cập đến các hoạt động của công ty nhằm giảm thiểu tác động đến môi trường của hoạt động kinh doanh như mua sắm các sản phẩm và dịch vụ nhạy cảm với môi trường hoặc khuyến khích khách hàng giảm thiểu tác động đến môi trường của họ thông qua các chương trình. TNXH liên quan đến khách hàng là các chương trình đề cập đến việc tôn trọng các quyền của người tiêu dùng ngoài các yêu cầu pháp lý và đáp ứng các khiếu nại của khách hàng. Cuối cùng, TNXH liên quan đến nhân viên là các hoạt động nhằm cung cấp một môi trường làm việc an toàn và lành mạnh cho nhân viên hoặc hỗ trợ nhân viên phát triển các kỹ năng của họ. Do đó, tác giả đưa ra giả thuyết rằng:

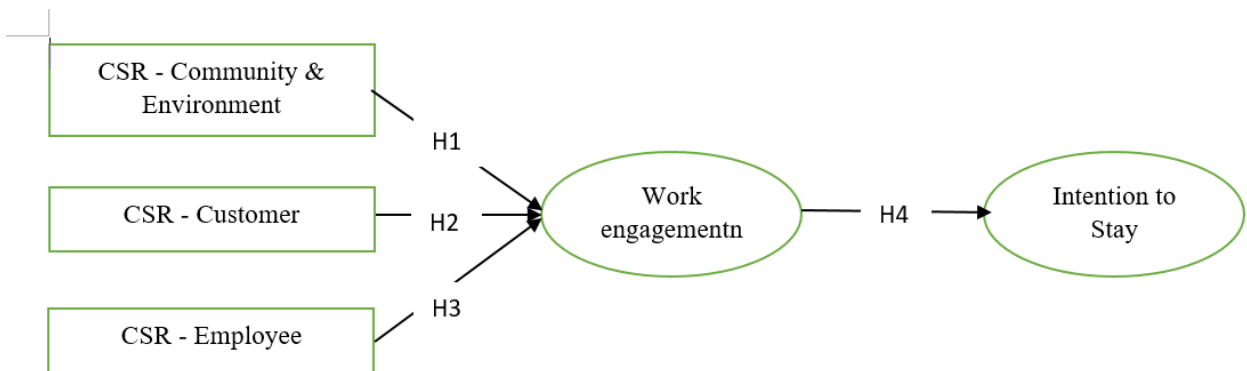
H1. Nhận thức của nhân viên về các hoạt động TNXH liên quan đến cộng đồng và môi trường ảnh hưởng tích cực đến sự gắn kết công việc.

H2. Nhận thức của nhân viên về các hoạt động TNXH liên quan đến khách hàng ảnh hưởng tích cực đến sự gắn kết công việc.

H3. Nhận thức của nhân viên về các hoạt động TNXH liên quan đến nhân viên ảnh hưởng tích cực đến sự gắn kết công việc.

Ngoài ra, những nhân viên gắn bó với công việc ít có khả năng bỏ việc hoặc vắng mặt tại nơi làm việc [24]. Đó là bởi vì khi nhân viên gắn bó với công việc, họ sẽ có động lực làm việc, từ đó nỗ lực hơn nữa để mang lại lợi ích cho công ty. Theo đó, điều này làm tăng ý định ở lại của họ (IS) với công ty hoặc giảm tỷ lệ vắng mặt. Khi

nhân viên nhận thức được các công ty có trách nhiệm cao về trách nhiệm xã hội, họ có xu hướng làm việc lâu dài hơn và ở lại tổ chức lâu hơn. Điều này cũng phù hợp với nghiên cứu trước đó [10] về mối liên hệ tích cực giữa nhận thức của nhân viên về TNXH và ý định ở lại. Do đó, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:



Hình 1. Sự gắn bó với công việc ảnh hưởng tích cực đến ý định ở lại

Mô hình đề xuất của tác giả

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Địa điểm nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện trong lĩnh vực khách sạn. Ngành này hiện đang phát triển nhanh chóng trong bối cảnh du lịch được Việt Nam lựa chọn là ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước. Đà Nẵng là một trong những điểm thu hút khách du lịch lớn nhất Việt Nam. Trong những năm qua, ngành du lịch của thành phố đã đạt nhiều bước tiến trong đầu tư phát triển cơ sở vật chất, đa dạng hóa sản phẩm, xây dựng điểm đến và các tuyến du lịch để thu hút du khách trong và ngoài nước. Đến nay, toàn thành phố có 572 cơ sở lưu trú với 21.197 phòng, với 22.121 lao động đang làm việc - điều này khiến cho thành phố Đà Nẵng được xem như có điều kiện lý tưởng để xem xét ý định gắn bó và ý định ở lại của nhân viên trong ngành khách sạn.

3.2. Thiết kế nghiên cứu

Để kết quả nghiên cứu được chính xác, tác giả đã triển khai thiết kế nghiên cứu nhằm đưa ra

bảng khảo sát phù hợp với mục tiêu và đối tượng nghiên cứu. Một bảng khảo sát trực tuyến được gửi đến cho các nhân viên đang làm việc tại các khách sạn trên địa bàn thành phố Đà Nẵng trong giai đoạn tháng 3 và 4 năm 2022, thời điểm mà ngành du lịch đang bắt đầu phục hồi sau đại dịch COVID-19. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Kết quả là có 309 câu trả lời được sử dụng trong nghiên cứu này. Những nhân viên đang làm việc tại các khách sạn được yêu cầu trả lời về nhận thức của họ đối với hoạt động CSR của khách sạn – nơi họ đang làm việc và ý định gắn bó với công việc cũng như ý định ở lại.

Bảng câu hỏi bao gồm năm phần chính. Phần đầu tiên liên quan đến các câu hỏi về thông tin cá nhân của người trả lời, chẳng hạn như giới tính, tuổi, trình độ học vấn, số năm làm việc tại khách sạn, chức vụ. Các phần tiếp theo được phát triển để đánh giá mức độ đồng ý của người trả lời về nhận thức của nhân viên đối với hoạt động của CSR liên quan đến cộng đồng và môi

trường, khách hàng, nhân viên, sự gắn bó với công việc và ý định ở lại. Các thang đo được phát triển và điều chỉnh dựa trên các nghiên cứu trước [19]. Kết quả 19 thang đo có liên quan đến các hoạt động CSR của khách sạn liên quan đến các bên liên quan chính, đó là môi trường và cộng đồng (6 thang đo), khách hàng (6 thang đo) và nhân viên (7 thang đo). Chúng được đo trên thang điểm kiểu Likert năm điểm - từ 1 (Hoàn toàn không đồng ý) đến 5 (Hoàn toàn đồng ý). Người trả lời được yêu cầu cho biết mức độ đồng ý của họ với từng thang đo. Toàn bộ dữ liệu hồi đáp sẽ được xử lý với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 26.0 và AMOS 20.

4. Kết quả nghiên cứu

Tổng số phiếu khảo sát gửi đi là 315, sau khi thu về và lọc những phiếu khảo sát không hợp lệ (chủ yếu người được khảo sát chỉ chọn duy nhất 1 câu trả lời), số phiếu hợp lệ là 309, chiếm 98% số phiếu. Đa số người phản hồi câu hỏi là nữ (70.6%), trong khi 29.4% là nam. 67% người được khảo sát dưới 25 tuổi, 26.7% lao động có độ tuổi từ 25-35, chỉ có 6.3% có độ tuổi trên 35. Về trình độ học vấn của người được hỏi, có đến 83.3% người được khảo sát có trình độ đại học,

8.5% có trình độ cao đẳng, 4.6% có trình độ trung cấp và THPT, và chỉ có 3.6% có trình độ sau đại học. Phần lớn những người được khảo sát có thời gian làm việc tại khách sạn dưới 2 năm (65.2%), số lượng làm việc tại khách sạn từ 2-5 năm là 19%, và 15.8% nhân viên có thời gian làm việc trên 5 năm. Có đến 86% nhân viên làm ở tuyến đầu và 14% nhân viên thuộc các bộ phận khác. Đa phần người được khảo sát làm ở vị trí là nhân viên (72.9%) và chỉ có 27.1% người được khảo sát đang nắm giữ vị trí quản lý.

Khi kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha của các nhân tố độc lập và nhân tố phụ thuộc, ta thấy kết quả đều đạt hệ số tin cậy cao (>0.6), đồng thời hệ số tương quan biến - tổng của các nhân tố đều lớn hơn 0.3, trừ biến quan sát IS3. Do đó nhóm tác giả đã loại biến quan sát này ra khỏi nhân tố. Do đó còn 32 biến quan sát được đưa vào phân tích nhân tố khám phá EFA.

Từ 32 biến quan sát còn lại sau khi phân tích Cronbach's Alpha, sử dụng phương pháp rút trích Principal Axis Factoring với phép quay Promax để phân tích riêng 3 nhân tố độc lập gồm 19 biến quan sát và 2 nhân tố phụ thuộc gồm 12 biến quan sát.

Bảng 1. Kiểm định hệ số KMO và Kiểm định Bartlett's

KMO and Bartlett's Test			
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.934	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4326.627	
	df	351	
	Sig.	0.000	

Với điều kiện của hệ số tải nhân tố là 0.5, sau 1 lần phân tích ta thu được kết quả bên trên. Từ kết quả đó, có thể thấy tất cả 5 biến của nhân tố đều đảm bảo được điều kiện (>0.3) và hội tụ về một nhóm duy nhất. Ngoài ra, trong kiểm định KMO và Bartlett, ta có hệ số KMO là 0.934 ($0.5 \leq \text{KMO} \leq 1$), với mức ý nghĩa Sig. = 0.000 (< 0.05) cho thấy phân tích nhân tố khám phá là phù hợp. Trong phân tích tổng phương sai trích thu được thông số Eigenvalues là 1.053 > 1 và tổng

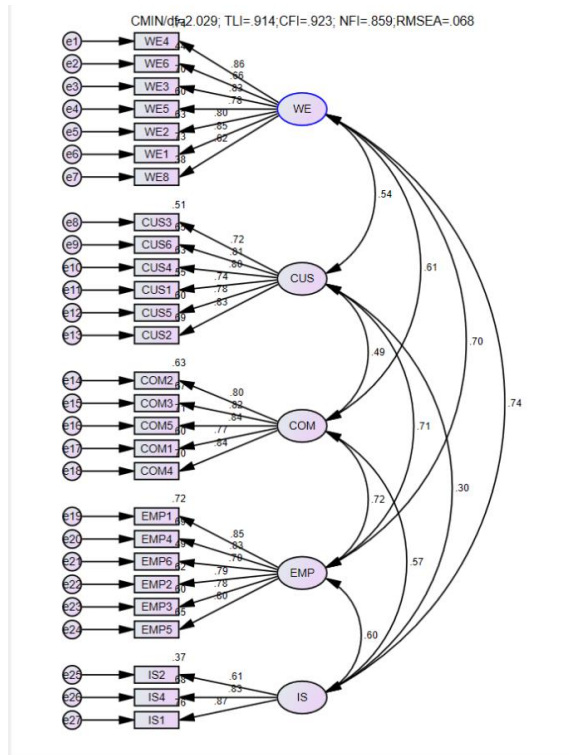
phương sai trích là 70.78% ($>50\%$) nghĩa là nhân tố ý định ở lại - IS giải thích được 70.78% sự biến thiên của dữ liệu.

Kiểm định cấu trúc và giả thuyết

Kết quả CFA cho thấy Chi-bình phương/df=2.029, TLI = 0.914 và CFI = 0.923, NFI = 0.859 và RMSEA = 0.068, các chỉ tiêu này đều cho thấy mô hình này phù hợp với dữ liệu điều tra. Hệ số tương quan cho chúng ta thấy

các hệ số này nhỏ hơn 1 (có ý nghĩa thống kê). Vì vậy, các thang đo về nhận thức của nhân viên về TNXH đối với cộng đồng và môi trường,

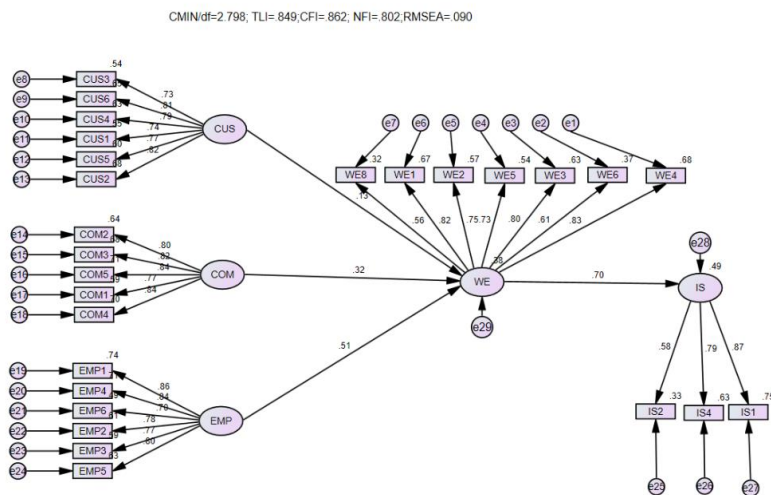
TNXH đối với khách hàng, TNXH đối với nhân viên, sự gắn bó trong công việc và ý định ở lại đạt giá trị phân biệt.



Hình 2. Mô hình đo lường

Kết quả CFA cho thấy CMIN/df = 2.798, TLI = 0.849 và CFI = 0.862, NFI = 0.802 và RMSEA = 0.090, các chỉ tiêu này đều cho thấy mô hình này phù hợp với dữ liệu điều tra. Trong đó, theo nguyên tắc thông thường, các giá trị RMSEA nhỏ hơn 0.08 cho thấy sự phù hợp của mô hình (nghĩa là một sai số hợp lý xấp xỉ), các giá trị

RMSEA nhỏ hơn 0.05 cho thấy mô hình phù hợp tốt và các mô hình có RMSEA ≥ 0.10 là không phù hợp. MacCallum và cộng sự [18] đã xây dựng thêm các hướng dẫn này bằng cách khẳng định rằng RMSEA trong phạm vi 0.08 – 0.10 có mức độ phù hợp thường). Vì vậy RMSEA = 0.090 vẫn được chấp nhận.



Hình 3. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính

Bảng 2. Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Kết quả
WE <--- CUS	0.188	0.088	2.131	0.033	Chấp nhận
WE <--- COM	0.352	0.071	4.980	***	Chấp nhận
WE <--- EMP	0.521	0.069	7.513	***	Chấp nhận
IS <--- WE	0.732	0.103	7.098	***	Chấp nhận

Sử dụng tiêu chuẩn độ tin cậy 95%, sig của khách hàng (CUS), cộng đồng & môi trường (COM), nhân viên (EMP) có sự tác động lên sự gắn bó công việc (WE), biến sự gắn bó công việc (WE) có tác động lên ý định ở lại (IS) do đó, các mối quan hệ này đều có ý nghĩa.

Bảng 3. Standardized Regression Weights

	Estimate
WE <--- CUS	0.132
WE <--- COM	0.323
WE <--- EMP	0.510
IS <--- WE	0.702

Các yếu tố ảnh hưởng đến sự gắn bó công việc của nhân viên làm trong ngành khách sạn lần lượt là nhận thức về các hoạt động CSR liên quan đến nhân viên, nhận thức về các hoạt động TNXH liên quan đến cộng đồng và môi trường và cuối cùng là nhận thức về các hoạt động TNXH liên quan đến khách hàng.

5. Kết luận và một số khuyến nghị

Nghiên cứu này xem xét nhận thức của nhân viên về TNXH ảnh hưởng đến sự gắn bó công việc và ý định của họ với khách sạn hiện tại như thế nào để làm sáng tỏ việc thực hành trách nhiệm xã hội đối với các bên liên quan, cụ thể ở đây là nhân viên trong tổ chức. Kết quả của bài nghiên cứu ủng hộ lý thuyết trao đổi xã hội và khẳng định mối quan hệ cùng chiều khi nhân viên nhận thức tích cực về các hoạt động TNXH mà khách sạn thực hiện, họ có xu hướng gắn bó với công việc và ý định ở lại cao hơn. Trong số các hoạt động TNXH mà khách sạn thực hiện, nghiên cứu này phát hiện ra rằng các hoạt động TNXH liên quan đến nhân viên có tác động đáng kể và tích cực nhất đối với sự gắn bó công việc, và các hoạt động TNXH hướng đến khách hàng có tác động ít nhất đối với ý định gắn bó công

việc của nhân viên. Từ đó tác giả đề xuất một số khuyến nghị nhằm thông qua hoạt động TNXH để các nhà hoạch định nhân sự giữ chân những nhân viên tài năng và phát huy hiệu quả làm việc từ những nhân viên trong điều kiện nguồn nhân lực trong lĩnh vực khách sạn phải đối mặt với tình trạng thiếu hụt sau đại dịch COVID-19.

Yếu tố TNXH đối với nhân viên có tác động mạnh nhất đến sự gắn bó công việc, từ đó ảnh hưởng đến ý định ở lại của nhân viên, do đó nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp sau:

- Đối xử với nhân viên công bằng, tôn trọng, khuyến khích nhân viên phát triển kỹ năng và nghề nghiệp của họ như tạo điều kiện cho nhân viên học tập cao hơn hoặc tổ chức các đợt đào tạo để nhân viên có cơ hội nâng cao kỹ năng nghề nghiệp.
- Khách sạn cần cung cấp một môi trường làm việc an toàn và lành mạnh cho tất cả nhân viên của mình, hỗ trợ cho nhân viên về tinh thần và vật chất sau giai đoạn COVID-19.
- Khách sạn cần mang lại sự cân bằng trong công việc và cuộc sống cho nhân viên của mình, đồng thời kết hợp lợi ích của nhân viên trong các quyết định kinh doanh.

Thông qua lý thuyết về sự trao đổi xã hội, cam kết của khách sạn về các hành động tích cực đối với cộng đồng và môi trường cũng làm gia tăng sự gắn kết công việc của nhân viên và ý định ở lại, do đó khách sạn cần: gia tăng các hoạt động cộng đồng và môi trường nhiều hơn như tích cực làm từ thiện, tổ chức các hoạt động nhằm bảo vệ môi trường, sử dụng các sản phẩm giảm thiểu tác động xấu đến môi trường, luôn suy nghĩ đến cộng đồng và môi trường trong các quyết định của mình.

Bởi vì nhân viên tiếp xúc trực tiếp nhiều với khách hàng và nhận thức về trách nhiệm xã hội đối với khách hàng giúp nhân viên cảm thấy khách sạn cư xử có đạo đức, và gia tăng ý định gắn bó và cam kết làm việc với tổ chức, vì nhân viên cảm thấy mình là một phần của tổ chức đó, vì vậy, khách sạn cần:

- Gia tăng sự hài lòng của khách hàng cũng như nâng cao chất lượng phục vụ, giải quyết phàn nàn nhanh chóng cho khách, kết hợp lợi ích khách hàng trong các quyết định kinh doanh.

Kết luận

Kết quả của nghiên cứu này chỉ giới hạn ở các khách sạn trên địa bàn thành phố Đà Nẵng, có thể không đại diện cho ngành khách sạn hoặc ở mức độ quốc gia. Để nâng cao hiểu biết về vai trò TNXH ở cấp độ nhân viên thì cần có thêm những nghiên cứu ở các địa phương khác. Điều này sẽ hữu ích cho các nhà quản trị nhân lực trong việc gia tăng sự gắn bó và giữ chân các nhân viên trong ngành khách sạn.

Tài liệu tham khảo

- [1] Ali, I., & Ali, S. (2021). The Effect of Corporate Social Responsibility on Employee Satisfaction, Employee Engagement and Employee Retention. *SME Review and Analysis*, 1.
- [2] Bizri, R., Wahbi, M., & Al Jardali, H. (2021). The impact of CSR best practices on job performance: The mediating roles of affective commitment and work engagement. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 8(1), 129-148.
- [3] Bonn, M. A., & Forbringer, L. R. (1992). Reducing turnover in the hospitality industry: an overview of recruitment, selection and retention. *International Journal of Hospitality Management*, 11(1), 47-63.
- [4] Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- [5] Clarkson, M. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of management review*, 20(1), 92-117.
- [6] Du Plooy, J., & Roodt, G. (2010). Work engagement, burnout and related constructs as predictors of turnover intentions. *SA journal of Industrial Psychology*, 36(1), 1-13.
- [7] Emerson, R.M. (1976). Social exchange theory. *Annual Review of Sociology*. Vol. 2 No. 1, pp. 335-362.
- [8] European Commission. (2017). Corporate Social Responsibility: What is CSR? Retrieved from http://ec.europa.eu/growth/industry/corporate-social-responsibility_en
- [9] Fabrigar, L. R., Wegener, D. T., MacCallum, R. C., & Strahan, E. J. (1999). Evaluating the use of exploratory factor analysis in psychological research. *Psychological methods*, 4(3), 272.
- [10] Hassan, Z., & Nareeman, A. (2013). Impact of CSR practices on customer satisfaction and retention: an empirical study on foreign MNCs in Malaysia. Available at SSRN 2327243.
- [11] He, J., Zhang, H., & Morrison, A. M. (2019). The impacts of corporate social responsibility on organization citizenship behavior and task performance in hospitality: A sequential mediation model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 2582-2598.
- [12] Huang, B., Sardeshmukh, S., Benson, J., & Zhu, Y. (2023). High performance work systems, employee creativity and organizational performance in the education sector. *The International Journal of Human Resource Management*, 34(9), 1876-1905.
- [13] Hughes, J. C., & Rog, E. (2008). Talent management: A strategy for improving employee recruitment, retention and engagement within hospitality organizations. *International journal of contemporary hospitality management*, 20(7), 743-757.
- [14] Jamali, D., & Karam, C. (2018). Corporate social responsibility in developing countries as an emerging field of study. *International journal of management reviews*, 20(1), 32-61.
- [15] King, C., Funk, D. C., & Wilkins, H. (2011). Bridging the gap: An examination of the relative alignment of hospitality research and industry priorities. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1), 157-166.
- [16] Kloutsiniotis, P. V., & Mihail, D. M. (2018). The link between perceived high-performance work practices,

- employee attitudes and service quality: The mediating and moderating role of trust. *Employee Relations*, 40(5), 801-821.
- [17] Lee, C. K., Song, H. J., Lee, H. M., Lee, S., & Bernhard, B. J. (2013). The impact of CSR on casino employees' organizational trust, job satisfaction, and customer orientation: An empirical examination of responsible gambling strategies. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 406-415.
- [18] MacCallum, R. C., Browne, M. W., & Sugawara, H. M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling. *Psychological methods*, 1(2), 130.
- [19] Moyeen, A., Kamal, S., & Yousuf, M. (2019). A content analysis of CSR research in hotel industry, 2006–2017. *Responsibility and governance: The twin pillars of sustainability*, 163-179.
- [20] Thu, N.T. (2022). *Giải pháp phục hồi nguồn nhân lực ngành Du lịch Việt Nam sau đại dịch COVID-19*. Truy cập tại: <https://tapchitaichinh.vn/giai-phap-phuc-hoi-nguon-nhan-luc-nganh-du-lich-viet-nam-sau-dai-dich-covid-19.html>
- [21] Park, S. Y., Lee, C. K., & Kim, H. (2018). The influence of corporate social responsibility on travel company employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 178-196.
- [22] Paul, B., & Gill, M. (1993). Hospitality Management Students' Image of the Hospitality Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 5(5).
- [23] Wong, A. K. F., & Kim, S. S. (2020). Development and validation of standard hotel corporate social responsibility (CSR) scale from the employee perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102507.
- [24] Yalabik, Z. Y., Popaitoon, P., Chowne, J. A., & Rayton, B. A. (2013). Work engagement as a mediator between employee attitudes and outcomes. *The International Journal of Human Resource Management*, 24(14), 2799-2823.