

VAI TRÒ CỦA GIÁ TRỊ CẢM NHẬN TRONG MỐI QUAN HỆ GIỮA NGƯỜI LAO ĐỘNG VÀ THỰC THI TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI TẠI CÁC ĐIỂM DU LỊCH THÀNH PHỐ PHÚ QUỐC

Mã Xuân Vinh, Võ Thị Bích Hạnh, Đinh Vũ Hoàng Tuấn

Khoa Du lịch – Khách sạn, Trường Đại học Ngoại ngữ -Tin học TP.HCM

vinhmx@huflit.edu.vn, hanhvtb@huflit.edu.vn, tuandvh@huflit.edu.vn

TÓM TẮT— Nghiên cứu đánh giá mức độ tác động của các yếu tố người lao động bao gồm: (1) Đào tạo và phát triển, (2) Chính sách phúc lợi, (3) Làm việc nhóm và (4) Môi trường làm việc đến thực thi trách nhiệm xã hội tại các điểm du lịch thành phố Phú Quốc thông qua vai trò trung gian là giá trị cảm nhận. Nghiên cứu sử dụng phương pháp bình phương bé nhất từng phần để ước lượng mô hình cấu trúc tuyến tính (PLS - SEM), thông qua cách tiếp cận để phân tích với 284 nhân viên đang làm việc tại các điểm du lịch thành phố Phú Quốc. Kết quả phân tích dữ liệu chỉ ra rằng các giả thuyết đề xuất đều được ủng hộ, trừ giả thuyết Chính sách xã hội có tác động đến giá trị cảm nhận. Đồng thời, kết quả cho thấy giá trị cảm nhận đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa ba yếu tố người lao động (đào tạo và phát triển, làm việc nhóm và môi trường làm việc) và việc thực thi trách nhiệm xã hội tại các điểm du lịch thành phố Phú Quốc.

Từ khóa— Trách nhiệm xã hội, giá trị cảm nhận, du lịch Phú Quốc, người lao động.

I. GIỚI THIỆU

Thành phố Phú Quốc một hòn đảo phía Tây Nam của đất nước, nơi được xem là hòn đảo ngọc của Việt Nam, là một địa điểm hấp dẫn đối với khách du lịch quốc tế và khách du lịch nội địa. Với khí hậu ôn hòa của miền nhiệt đới quanh năm nóng ẩm, làn nước trong xanh của biển khơi, và một hệ sinh thái du lịch đa dạng. Hiện nay, các điểm du lịch tại Phú Quốc đang là một điểm đến thu hút sự chú ý của khách du lịch trong và ngoài nước.

Nhắc đến vai trò và nhiệm vụ của một doanh nghiệp, khái niệm Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (Corporate Social Responsibility, sau đây viết tắt là CSR) hiện đang là mối quan tâm của các doanh nghiệp và toàn xã hội. CSR được nhận định là một trong những yếu tố quyết định hành vi của người tiêu dùng và đồng thời việc thực thi CSR được xem là cần thiết trong mối quan hệ người lao động và việc thực thi CSR tại các điểm du lịch. Người lao động ngày nay được xem là được đào tạo chuyên môn, nghiệp vụ tốt hơn. Do đó, người lao động luôn có xu hướng muốn các doanh nghiệp phải thông tin cho họ về rất nhiều khía cạnh khác nhau của hoạt động kinh doanh, đặc biệt là các hoạt động thực thi CSR. Ngoài ra, theo Brien, 2001 cho rằng “CSR xuất phát từ tác động của môi trường, người lao động”. Do đó, nhóm tác giả không thực hiện phân tích chung cho nhiều yếu tố tác động đến việc thực thi CSR của các điểm du lịch tại thành phố Phú Quốc mà chỉ xem xét khía cạnh chuyên sâu về yếu tố người lao động.

Khi phân tích yếu tố người lao động, Trí (2021) [1] đã đề xuất mô hình nghiên cứu bao gồm các thành tố: Đào tạo và phát triển, Chính sách phúc lợi, Làm việc nhóm và Môi trường làm việc để khám phá về trách nhiệm xã hội, văn hoá doanh nghiệp trong bối cảnh người lao động tại các đơn vị kinh doanh dịch vụ. Trong việc tìm hiểu tác động của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến thái độ của du khách của tác giả Vy (2019) [2]. Ngoài ra, nghiên cứu của Khương và Cộng sự (2021) [3] cũng đã xem xét việc đánh giá CSR và xem yếu tố này là nền tảng phát triển bền vững cho ngành du lịch tại Việt Nam.

Nhóm tác giả đã lược khảo nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước có liên quan về việc thực thi CSR trong các ngành cũng như nghiên cứu về du lịch. Tuy nhiên, nhiều nghiên cứu chỉ xem xét, đánh giá về khía cạnh là du khách cũng như xem xét về sự hài lòng, quyết định quay lại của du khách đối với điểm đến du lịch, cơ sở lưu trú,... Do đó, việc nghiên cứu về thực thi CSR dưới góc nhìn là người lao động đang làm việc tại các điểm du lịch cần được nghiên cứu thêm. Đồng thời, nghiên cứu về thực thi CSR chịu tác động bởi yếu tố người lao động cũng như việc xác định thành tố trung gian trong mô hình được xem là cần thiết nhằm mục tiêu lấp đầy các khoảng trống nghiên cứu trước đó. Qua đó, đóng góp vào việc khẳng định khung lý thuyết, mô hình khi nghiên cứu về du lịch. Kết quả nghiên cứu sẽ mang ý nghĩa thực tiễn nhằm nâng cao việc thực thi CSR cho các nhà quản lý địa phương và các nhà quản lý các điểm du lịch tại thành phố Phú Quốc.

II. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT

Các Lý thuyết nền tảng

Nội dung của mô hình kim tự tháp của Carrol (1991) [4] nội hàm bao gồm bốn cấp độ được đề cập là: trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm pháp lý, trách nhiệm đạo đức và trách nhiệm từ thiện. Qua đó, CSR được xem là cam

kết của doanh nghiệp đóng góp cho việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua việc tuân thủ chuẩn mực về bảo vệ môi trường, bình đẳng về giới, an toàn lao động, quyền lợi lao động, trả lương công bằng, đào tạo và phát triển nhân viên, phát triển cộng đồng,... theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp cũng như phát triển chung của xã hội. Do đó, người lao động sẽ có mối quan hệ tích cực với doanh nghiệp có xu hướng phát triển nhận thức về giá trị cảm nhận và điều này có thể dẫn đến sự hình thành nên việc đánh giá việc thực thi CSR của các điểm du lịch.

Ngoài ra, nghiên cứu kế thừa các thuộc tính khái niệm từ mô hình SOR, mối quan hệ người lao động tại các điểm du lịch với việc đánh giá thực thi CSR của họ thông qua trung gian là giá trị nhận thức, có thể giải thích dựa trên mô hình SOR (Stimulus – Organism – Response Model) của Mehrabian và Russell (1974) [5]. Đây là mô hình được sử dụng để mô tả mối quan hệ giữa tác nhân kích thích (S) là: (1) Đào tạo và phát triển, (2) Chính sách phúc lợi, (3) Làm việc nhóm và (4) Môi trường làm việc của các điểm du lịch mà nhân viên làm việc ở đây cảm nhận được (O) và phản ứng tiếp theo của họ (R) đối với các yếu tố kích thích đầu vào (S). Mối quan hệ giữa thực thi CSR của các điểm du lịch đối với các yếu tố mà họ nhận được thông qua giá trị cảm nhận tại các điểm du lịch thành phố Phú Quốc mà họ đang làm việc. Đồng thời, nghiên cứu của Vinh (2020) [6] đề xuất mô hình trách nhiệm xã hội dựa trên nguồn nhân lực trong bối cảnh hội nhập quốc tế đã đề xuất yếu tố nguồn nhân lực để nâng cao phát triển du lịch bền vững.

Mối quan hệ giữa người lao động với giá trị cảm nhận (PV)

Người lao động theo [2] cho rằng bốn yếu tố: đào tạo và phát triển, chính sách phúc lợi, làm việc nhóm và môi trường làm việc là các yếu tố đánh giá của người lao động đối với nơi mà họ đang làm việc. Đồng thời, theo [6] xem xét sự ảnh hưởng của các tác nhân kích thích đầu vào đối với việc phản ứng lại đối với các tác nhân kích thích đó thông qua nhận thức giá trị (giá trị cảm nhận) của chủ thể. Ngoài ra, nhận thức là kiến thức tạo ra thông qua sự tương tác giữa người lao động và tổ chức, về thuật ngữ đơn giản của nó là hiểu biết những gì xảy ra trong tổ chức (Endsley, 1995) [7]. Dựa trên việc kế thừa từ [2] và [6] kết hợp [7], nhóm nghiên cứu xin đề xuất các giả thuyết sau:

H1: Đào tạo và phát triển (TRD) có tác động tích cực đến giá trị cảm nhận của người lao động.

H2: Chính sách phúc lợi (WEP) có tác động tích cực đến giá trị cảm nhận của người lao động.

H3: Làm việc nhóm (TEW) có tác động tích cực đến giá trị cảm nhận của người lao động.

H4: Môi trường làm việc (WOR) có tác động tích cực đến giá trị cảm nhận của người lao động.

Mối quan hệ giữa giá trị cảm nhận (PV) và thực thi CSR tại các điểm du lịch thành phố Phú Quốc

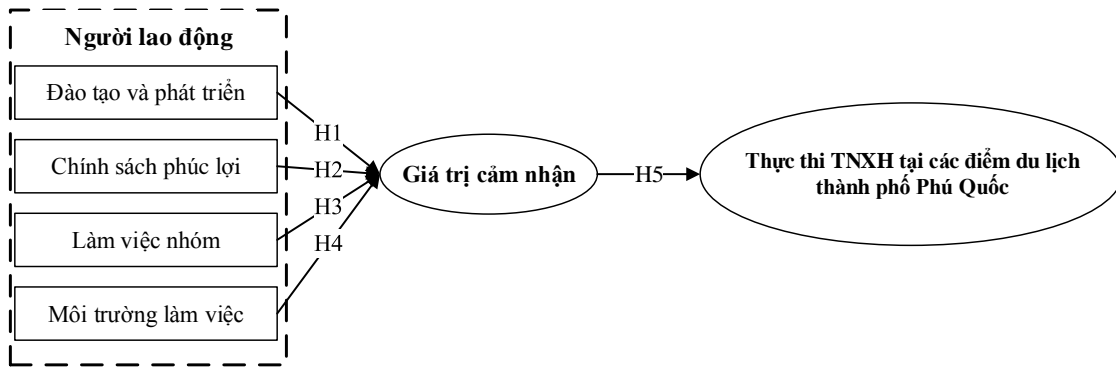
Theo Zeithaml (1988) [8] định nghĩa giá trị cảm nhận là sự đánh giá tổng thể của người tiêu dùng về tiện ích của một sản phẩm hay dịch vụ dựa vào nhận thức của họ về những gì nhận được và những gì phải bỏ ra. Woodruff (1997) [9] cho rằng giá trị cảm nhận của khách hàng là sự yêu thích, cảm nhận và đánh giá của khách hàng về các đặc tính của sản phẩm, sự thể hiện của đặc tính và những kết quả đạt được từ việc sử dụng để đạt được một cách dễ dàng hoặc gây trở ngại ý định và mục tiêu của khách hàng trong các trường hợp sử dụng. Khái niệm này kết hợp chặt chẽ giá trị mong muốn với giá trị nhận được và nhấn mạnh rằng giá trị xuất phát từ nhận thức, sự ưa thích và đánh giá của khách hàng.

Theo [2] cho rằng giá trị cảm nhận hay giá trị nhận được có ảnh hưởng tích cực đến sự thực thi CSR. Điều này tương đồng với quan điểm của các tác giả [3] cho rằng giá trị cảm nhận là yếu tố nhận thức trung gian quan trọng khi nghiên cứu về tác động cùng chiều với việc thực thi CSR của khách hàng cũng như của người lao động được tham gia đánh giá. Chính vì vậy, giả thuyết nghiên cứu sau được nhóm tác giả đề xuất rằng:

H5: Giá trị cảm nhận có tác động tích cực đến thực thi CSR tại các điểm du lịch thành phố Phú Quốc.

Mô hình nghiên cứu đề xuất

Dựa trên cơ sở lý thuyết và qua các nghiên cứu trước đây đã trình bày, mô hình nghiên cứu được nhóm tác giả tổng hợp lại và đề xuất như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu đề xuất

(Nguồn: Tổng hợp và đề xuất từ nhóm tác giả)

III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

A. THANG ĐO LƯỜNG TRONG NGHIÊN CỨU

Thang đo của các biến cấu trúc trong mô hình nghiên cứu được kế thừa từ các nghiên cứu trước đây và được chỉnh sửa để phù hợp với ngữ cảnh của bối cảnh tại các điểm du lịch thành phố Phú Quốc. Thang đo sử dụng Likert 5 điểm với: 1-Hoàn toàn không đồng ý, 3- Trung lập và 5 - Hoàn toàn đồng ý để đánh giá cho các biến độc lập và biến phụ thuộc trong nghiên cứu.

Mô hình nghiên cứu gồm 6 khái niệm được nhóm tác giả kế thừa các nghiên cứu trước đây để đưa ra thang đo lường cho các cấu trúc khái niệm này.

B. THU THẬP DỮ LIỆU

Đối tượng thu thập mẫu là những người lao động hiện đang làm việc tại các điểm du lịch thành phố Phú Quốc. Mẫu được thu thập theo phương pháp thuận tiện với hình thức bảng khảo sát, phát trực tiếp kết hợp với online. Sau khi loại bỏ các phiếu trả lời không hợp lệ còn lại 284 phiếu hợp lệ được đưa vào phân tích, xử lý số liệu phân tích định lượng.

C. PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH

Nghiên cứu sử dụng phần mềm SmartPLS 3.0 với kỹ thuật bình phương bé nhất riêng phần (PLS) làm công cụ thống kê chính để phân tích độ tin cậy của thang đo, tính giá trị và đánh khả năng phù hợp của mô hình được đề xuất và để đánh giá mô hình cấu trúc với mức ý nghĩa của các hệ số trong mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM).

IV. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

A. KIỂM ĐỊNH THANG ĐO: ĐỘ TIN CẬY VÀ ĐỘ GIÁ TRỊ

Kiểm định Cronbach's Alpha (CA): Kết quả phân tích Bảng 1 trình bày cho thấy tất cả các yếu tố đều đạt độ tin cậy với hệ số Cronbach's Alpha đều lớn hơn 0,7, cụ thể dao động từ 0,754 đến 0,886 và tất cả các giá trị của hệ số tải của mỗi chỉ số đều lớn hơn 0,7 (giá trị bé nhất là 0,705). Do đó, độ tin cậy của chỉ số đã được đảm bảo. Như vậy, độ tin cậy thang đo của tất cả các biến phù hợp.

Độ tin cậy tổng hợp (CR): Kết quả phân tích cho thấy độ tin cậy tổng hợp của TRD = 0,836; WEP = 0,861; TEW = 0,861; WOR = 0,921; PV = 0,865 và CSR = 0,891. Nhìn chung, điểm tin cậy tổng hợp cho mỗi cấu trúc lớn hơn 0,8. Do đó, nó đã chứng minh rằng thang đo có độ tin cậy nhất quán bên trong tốt.

Đánh giá giá trị hội tụ của thang đo: kết quả cho thấy, hệ số tổng phương sai trích (AVE) của các yếu tố đều lớn hơn 0,5 đạt yêu cầu kiểm định. Theo Hair và cộng sự (2017) [10] để một thang đo đạt giá trị hội tụ thì giá trị AVE phải lớn hơn 0,5 và điều đó có nghĩa là các yếu tố sẽ giải thích ít nhất một nửa phương sai của các chỉ số tương ứng. AVE dưới 0,5 có nghĩa là phương sai sai số vượt quá phương sai được giải thích. Như vậy, mỗi cấu trúc thể hiện giá trị hội tụ tốt.

Đánh giá giá trị phân biệt: để thang đo đạt giá trị phân biệt thì đối với bất kỳ biến tiềm ẩn nào, căn bậc hai của AVE phải cao hơn so với phương sai của bất kỳ biến tiềm ẩn nào khác. Trong SmartPLS, trong bảng tiêu chuẩn Fornell-Larcker, căn bậc hai của AVE xuất hiện trong các ô đường chéo và các mối tương quan giữa các biến xuất hiện bên dưới nó. Kết quả Bảng 2, phân tích này cho thấy rằng giá trị phân biệt cho các cấu trúc đã đạt được bởi căn bậc hai của các AVE (đường chéo in đậm) cao hơn so với các tương quan ngoài đường chéo.

Ngoài ra, nghiên cứu được ước lượng qua việc sử dụng phương pháp chỉ số Heterotrait - Monotrait (gọi tắt là HTMT), kết quả chỉ ra rằng các chỉ số HTMT đối với tất cả các cặp biến nghiên cứu của yếu tố bậc một là dưới 0,9, thỏa mãn điều kiện chuẩn (Hair và cộng sự, 2016) [11], (xem Bảng 3)

Từ các kết quả phân tích, nhóm tác giả có thể kết luận rằng các thang đo được sử dụng trong mô hình nghiên cứu đã đạt được độ tin cậy và tính giá trị rất tốt.

Bảng 1. Kết quả tóm tắt các hệ số trong mô hình PLS-SEM

Cấu trúc	Chỉ số	Hệ số tải của các chỉ số	Cronbach's Alpha (CA)	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	Tổng phương sai trích (AVE)	VIF
TRD	TRD1	0,754	0,754	0,836	0,508	1,208
	TRD2	0,720				1,500
	TRD3	0,748				1,506
	TRD4	0,827				1,767
	TRD5	0,786				1,331
WEP	WEP1	0,731	0,806	0,861	0,514	1,607
	WEP2	0,750				1,573
	WEP3	0,792				1,798
	WEP4	0,780				1,748
	WEP5	0,754				1,222
	WEP6	0,737				1,578
TEW	TEW1	0,730	0,813	0,861	0,508	1,591
	TEW2	0,782				1,938
	TEW3	0,754				1,813
	TEW4	0,755				1,627
	TEW5	0,705				1,517
	TEW6	0,748				1,459
WOR	WOR1	0,882	0,886	0,921	0,745	3,248
	WOR2	0,886				3,345
	WOR3	0,825				1,898
	WOR4	0,857				2,140
PV	PV1	0,823	0,791	0,865	0,615	1,733
	PV2	0,793				1,628
	PV3	0,792				1,665
	PV4	0,727				1,394
CSR	CSR1	0,767	0,854	0,891	0,577	2,282
	CSR2	0,822				2,624
	CSR3	0,798				1,893
	CSR4	0,767				1,657
	CSR5	0,710				1,827
	CSR6	0,782				1,735

Nguồn: Tổng hợp từ nhóm tác giả

Bảng 2. Fornell-Larcker Criterion

	CSR	PV	TEW	TRD	WEP	WOR
CSR	0,759					
PV	0,485	0,784				
TEW	0,596	0,520	0,713			
TRD	0,453	0,576	0,496	0,713		
WEP	0,521	0,569	0,573	0,660	0,717	
WOR	0,377	0,722	0,482	0,595	0,584	0,863

Bảng 3. Heterotrait - Monotrait Ratio (HTMT)

(Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả)

	CSR	PV	TEW	TRD	WEP	WOR
CSR						
PV	0.579					
TEW	0.726	0.608				
TRD	0.556	0.734	0.606			
WEP	0.627	0.692	0.672	0.829		
WOR	0.416	0.855	0.501	0.705	0.664	

B. KIỂM ĐỊNH MÔ HÌNH CẤU TRÚC: TÍNH ĐA CỘNG TUYẾN VÀ ĐỘ PHÙ HỢP CỦA MÔ HÌNH**1. KIỂM TRA VẤN ĐỀ VỀ ĐA CỘNG TUYẾN**

Theo [11] đa cộng tuyến có thể xảy ra nếu dung sai nhỏ hơn 0.2 hoặc nếu hệ số phương sai phóng đại (VIF) vượt quá 5. VIF là nghịch đảo của dung sai và chứa cùng thông tin về đa cộng tuyến. Dung sai được tính bằng $1 - (\text{trừ}) R^2$ của yếu tố. Điều này có nghĩa là khi R^2 của một yếu tố nhỏ hơn 0.8 tính đa cộng tuyến không phải là vấn đề bởi nó đã đảm bảo các tiêu chí hoặc dung sai nhỏ hơn 0.2 hoặc VIF lớn hơn 5, kết quả phân tích Bảng 1 cho thấy kết quả của VIF đều dưới ngưỡng 5; giá trị tối đa của VIF là 3,345 và giá trị tối thiểu là 1,208 cho thấy các biến tiềm ẩn không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến.

2. KIỂM ĐỊNH SỰ PHÙ HỢP CỦA MÔ HÌNH

Sự phù hợp của mô hình được kiểm định bằng giá trị R^2 . Kết quả phân tích cho thấy, giá trị R^2 hiệu chỉnh của mô hình giá trị cảm nhận (PV) là 0,575; giá trị R^2 hiệu chỉnh của mô hình TNXH (CSR) là 0,232 đạt tiêu chuẩn thống kê về độ phù hợp của mô hình và các R^2 hiệu chỉnh của mô hình được giả thích từ vừa đến mạnh [11], thể hiện trong Bảng 4.

Bảng 4. Kiểm định bằng R và R^2

(Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả)

	R Square	R Square Adjusted
CSR	0,235	0,232
PV	0,581	0,575

Ngoài ra, nhóm tác giả sử dụng chỉ số Communality để đánh giá mô hình phù hợp với mô hình cấu trúc, theo [10] cho rằng chỉ số Communality tương đương với AVE trong mô hình PLS và nên có giá trị lớn hơn 0,5 để mô hình phù hợp. Theo kết quả Bảng 1, mô hình cấu trúc đã thể hiện AVE đều lớn hơn 0,5 cho tất cả các cấu trúc.

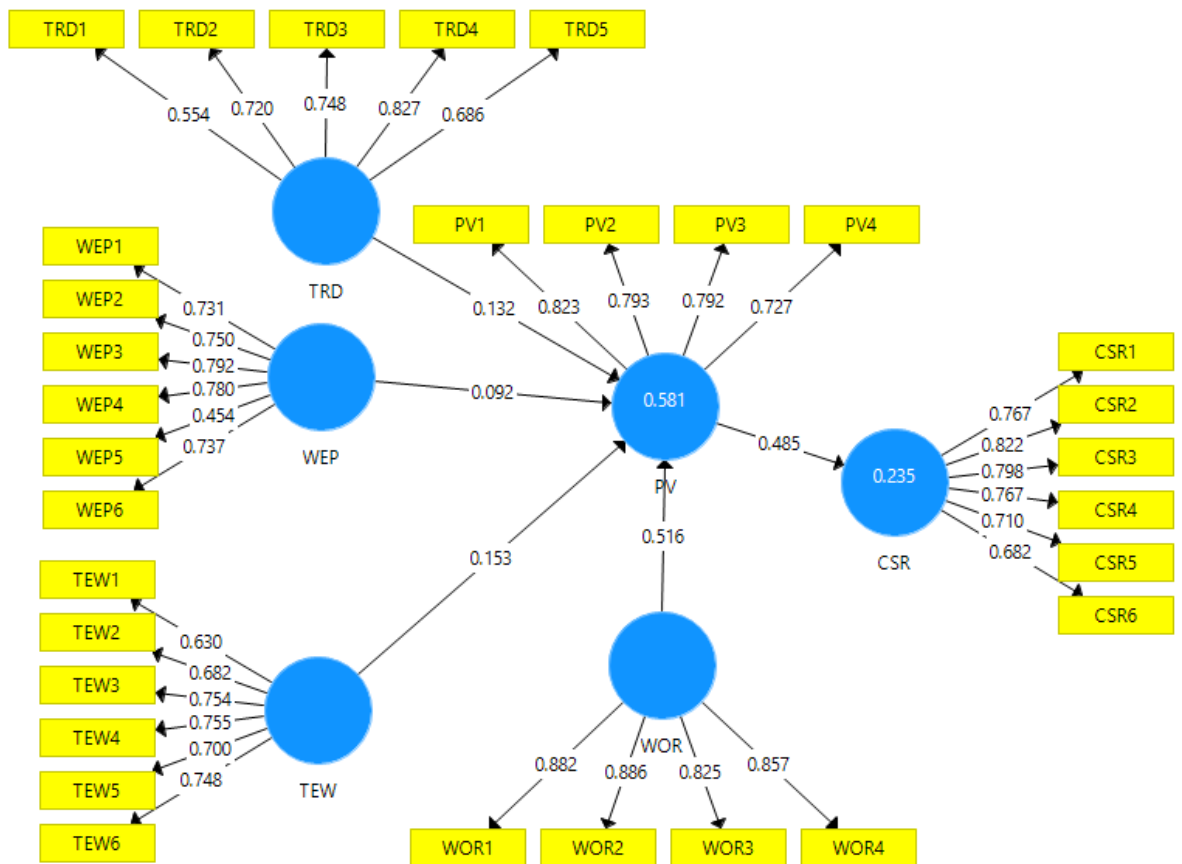
Đồng thời, sử dụng chỉ số kích thước ảnh hưởng của Cohen (1988) [12], được gọi là hệ số tác động f^2 , phân loại kích thước ảnh hưởng thành ba nhóm như sau: kích thước ảnh hưởng lớn ở các giá trị f lớn hơn 0.4; kích thước ảnh hưởng trung bình ở các giá trị f nằm trong khoảng từ 0.25 đến 0.40 và kích thước ảnh hưởng nhỏ ở giá trị f nhỏ hơn 0.1, thể hiện trong Bảng 6.

Bên cạnh đó, chất lượng của mô hình còn được đo bằng chỉ số mức độ phù hợp toàn cầu (GoF). Giá trị GoF bằng 0,75 đã chỉ ra độ phù hợp của mô hình ảnh hưởng lớn [13]; Các giá trị Q^2 đều lớn hơn ngưỡng giá trị 0 với giá trị nhỏ nhất là 0,3 và SRMR (Bảng 5) = 0,082 < 0,1. Từ tất cả các kết quả trên, nghiên cứu này đã chứng minh rằng mô hình PLS được xác nhận mô hình phù hợp tốt với dữ liệu thực nghiệm.

Bảng 5. Fit Summary

(Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả)

Saturated Model	
SRMR	0.082
d_ULS	3.306
d_G	0.808
Chi-Square	1267.651
NFI	0.728



Kiểm định mô hình nghiên cứu và giả thuyết

Hình 2. Kết quả mô hình ước lượng qua Smart PLS-SEM

(Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả)

Bảng 6. Kết quả kiểm định mối quan hệ giữa các biến

(Nguồn: Kết quả phân tích của nhóm tác giả)

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số tác động ((β))	P Value	f ²	Kết quả
H1	TRD → PV	0,132	0,017	0,020	Chấp nhận
H2	WEP → PV	0,092	0,166	0,009	Bác bỏ
H3	TEW → PV	0,153	0,009	0,035	Chấp nhận
H4	WOR → PV	0,516	0,000	0,359	Chấp nhận
H5	PV → CSR	0,485	0,000	0,307	Chấp nhận

Bằng việc sử dụng chức năng Bootstrapping với cỡ mẫu lặp lại là 5.000 quan sát [13]. Từ bảng thống kê phân tích các hệ số hồi quy tại Bảng 6, cho thấy mô hình có tất cả các mối quan hệ đều đạt ý nghĩa thống kê. So sánh mức độ tác động của các biến độc lập đến biến giá trị cảm nhận theo thứ tự giảm dần như sau: WOR, TEW, TRD và mức độ tác động của WEP đến PV là không đáng kể. Ngoài ra, mức độ tác động của giá trị cảm nhận (PV) đến thực thi CSR với $\beta = 0,458$.

Kiểm định giả thuyết nghiên cứu: Các giả thuyết đều được chấp nhận ở độ tin cậy 97,5%, điều này cho thấy rằng tất cả giả thuyết đặt ra đều đạt mức ý nghĩa thống kê và được chấp nhận, ngoại trừ giả thuyết chính sách phúc lợi (WEP) có tác động tích cực đến giá trị cảm nhận (PV) của người lao động tại các điểm du lịch thành phố Phú Quốc không được hỗ trợ.

V. HÀM Ý CHÍNH SÁCH

Từ kết quả nghiên cứu đã cho thấy mối quan hệ giữa các yếu tố người lao động với thực thi CSR tại các điểm du lịch thành phố Phú Quốc. Do đó, để nâng cao hiệu quả thực thi CSR tại các điểm du lịch ở đây, nhóm đề xuất một số hàm ý chính sách như sau:

Về đào tạo và phát triển

Các doanh nghiệp điểm du lịch thành phố Phú Quốc cần tổ chức các khóa đào tạo hàng năm nhằm nâng cao kiến thức và kỹ năng làm việc của người lao động trong công ty mình. Ban lãnh đạo các doanh nghiệp du lịch cần lập ra một bộ phận chuyên môn, để làm công tác đánh giá chất lượng các khóa đào tạo để xác định nhu cầu đào tạo gắn liền với thực tế, cũng như đối tượng cần được tham gia đào tạo. Tìm ra những mặt hạn chế còn tồn đọng trong công tác đào tạo và phát triển nhân sự.

Về làm việc nhóm

Khi thực hiện công việc hay nhiệm vụ nào đó thì cấp quản lý khi phân công công việc cần phải rõ ràng, nhiệm vụ cụ thể gắn với trách nhiệm của mỗi nhân viên ở các phòng ban, bộ phận để nhân viên có thể làm việc được hiệu quả hơn. Cùng nhau thực hiện công việc sẽ tạo nên tinh thần đoàn kết, giúp nhân viên hiểu hơn về những người làm việc chung với mình. Các thành viên khi làm việc trong nhóm cần thống nhất một quy tắc chung trong việc trao đổi thông tin để giúp cho việc giao tiếp giữa các thành viên được rõ ràng, thuận tiện.

Về môi trường làm việc

Dựa vào mô hình cấu trúc tuyến tính đường dẫn, ta có thể thấy đây là yếu tố có tác động lớn nhất đến giá trị cảm nhận của người lao động với các điểm du lịch thành phố Phú Quốc. Môi trường làm việc tốt là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự phát triển của nhân viên cũng như quyết định chất lượng, hiệu quả hoạt động của công ty. Vì vậy, ban lãnh đạo các điểm du lịch tại đây cần phải biết quan tâm đến nhân viên của mình, khuyến khích nhân viên nỗ lực làm việc, khen ngợi các thành viên có thành tích đóng góp. Ngoài ra, công ty nên đẩy mạnh, phát triển, tổ chức phong trào thi đua trong nhân viên thường xuyên.

Về giá trị cảm nhận của người lao động

Các doanh nghiệp kinh doanh điểm du lịch tại thành phố Phú Quốc cần quan tâm yếu tố cảm nhận của người lao động đang làm việc tại doanh nghiệp của mình, vì nhận thức giá trị người lao động cảm nhận tốt sẽ góp phần nâng cao việc thực thi CSR của các điểm du lịch tại đây.

VI. LỜI CẢM ƠN

Nhóm nghiên cứu xin chân thành cảm ơn Trường Đại học Ngoại ngữ – Tin học Thành phố Hồ Chí Minh đã tài trợ để nhóm có nguồn lực và kinh phí để thực hiện nghiên cứu này (Mã số đề tài: H2022-04, hợp đồng số 02/HĐ-KHCN ngày 24/02/2023).

VII. TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Tri, N.M (2021). Tác động của Văn hoá doanh nghiệp đến sự gắn kết tổ chức của nhân viên tại Công ty TNHH Dịch vụ Tin học FPT, *Tạp chí Công thương*, No. 21-Tháng 9/2021, pp.178-185.
- [2] Vy, N. T (2019). TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP TRONG DU LỊCH VÀ TÁC ĐỘNG CỦA NÓ ĐẾN THÁI ĐỘ CỦA DU KHÁCH, *Tạp chí Đại học Văn Hiến*, Vol. 6, No. 5, pp.48-59.
- [3] Khuong, M. N., Thanh Hang, T. T., & Adeola, O (2021). Stakeholders and Corporate Social Responsibility (CSR) programme as key sustainable development strategies to promote corporate reputation—evidence from vietnam, *Cogent Business & Management*, Vol. 8, No. 1.
- [4] Carroll, A. B., A (1991), Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Performance, *Academy of Management*.
- [5] Mehrabian, A., & Russell, J. A (1974), An approach to environmental psychology, *the MIT Press*.
- [6] Vinh, M. X (2020), Mô hình trách nhiệm xã hội (CSR) dựa trên nguồn nhân lực du lịch trong bối cảnh hội nhập quốc tế, *HUFLIT Journal of Science*.
- [7] Endsley, M. R (1995), Measurement of situation awareness in dynamic systems, *Human factors*, Vol. 37, No. 1, pp.65-84.
- [8] Zeithaml, V.A (1988), Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence, *Journal of Marketing*, Vol. 52, No. 3, pp.2-22.
- [9] Woodruff, R. B (1997), Customer value: the next source for competitive advantage, *Journal of the academy of marketing science*, Vol. 25, pp.139-153.
- [10] Cohen, J (1988), Statistical power analysis for the behavioral sciences, *New York: Routledge Academic*.
- [11] Hair, J.F., Hult, G.T M., Ringle, C.M. & Sarstedt, M (2017), A primer on partial least squares structural equation modeling (2nd Ed.), *Thousand Oaks, CA: Sage*.
- [12] Hair, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M. & Sarstedt, M (2016), A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM), *Thousand Oaks, CA: Sage*.

THE ROLE OF PERCEIVED VALUE IN THE RELATIONSHIP BETWEEN EMPLOYEES AND CSR ENFORCEMENT AT TOURIST ATTRACTIONS IN PHU QUOC CITY

ABSTRACT - The study aims to evaluate the impact of factors on workers including (1) Training and development, (2) Welfare policies, (3) Teamwork and (4) Working environment to enforce social responsibility in tourist destinations in Phú Quốc City through the role of an intermediary is the perceived value. The study used the smallest squared method of each part to estimate the linear structure model (PLS - SEM), through an approach to analysis with 284 employees working in tourist destinations in Phú Quốc City. The results of the data analysis indicate that all proposed hypotheses are supported, except for the Social Policy hypothesis that impacts perceived value. Therefore, the results show that perceived value plays a mediating role in the relationship between three factors of workers (Training and Development, Teamwork, and Working Environment) and the implementation of social responsibility in Phú Quốc tourist destinations.

Keywords - Corporation Social Responsibility, Perceived Value, Phú Quốc Tourism, Employees.



Mã Xuân Vinh

Hiện là Giảng viên Khoa Du lịch – Khách sạn, Trường Đại học Ngoại ngữ – Tin học Thành phố Hồ Chí Minh

Hướng nghiên cứu về trách nhiệm xã hội, du lịch cộng đồng, du lịch bền vững và du lịch sinh thái.

Lĩnh vực nghiên cứu: Du lịch lữ hành, Khách sạn.



Võ Thị Bích Hạnh

Hiện là Giảng viên Khoa Du lịch – Khách sạn, Trường Đại học Ngoại ngữ – Tin học Thành phố Hồ Chí Minh

Hướng nghiên cứu về tâm lý và hành vi du khách, đạo đức nghề nghiệp.

Lĩnh vực nghiên cứu: Du lịch, Khách sạn.



Đinh Vũ Hoàng Tuấn

Hiện là Giảng viên Khoa Du lịch – Khách sạn, Trường Đại học Ngoại ngữ – Tin học Thành phố Hồ Chí Minh

Hướng nghiên cứu về hành vi người tiêu dùng, kinh doanh du lịch, quản lý điểm đến du lịch.

Lĩnh vực nghiên cứu: Du lịch lữ hành, quản trị kinh doanh.