
TÁC ĐỘNG CỦA NHẬN THỨC VỀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP ĐẾN HÀNH VI THÔNG QUA SỰ CAM KẾT TỔ CHỨC CỦA NHÂN VIÊN TỔ CHỨC Y TẾ TẠI VIỆT NAM

Ngô Liêm Phước Trọng
Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh
Email: trongnlp.178b@ou.edu.vn

Trần Thị Ngọc Lan
Trường Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh
Email: lanttn.178b@ou.edu.vn

Mã bài: JED-409
Ngày nhận: 19/09/2021
Ngày nhận bản sửa: 16/10/2021
Ngày duyệt đăng: 02/11/2021

Tóm tắt:

Nghiên cứu nhằm kiểm định tác động của nhận thức về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến hành vi thông qua sự cam kết tổ chức của nhân viên ngành y tế tại Việt Nam, từ đó đề xuất các hàm ý quản trị để nâng cao các hành vi tích cực của nhân viên. Phương pháp nghiên cứu gồm nghiên cứu định tính và định lượng. Các phương pháp phân tích dữ liệu được thực hiện là thống kê mô tả, kiểm định độ tin cậy thang đo, phân tích EFA, kiểm định CFA, kiểm định SEM bằng SPSS và AMOS. Kết quả nghiên cứu cho thấy nhận thức của nhân viên về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tác động cùng chiều đến sự cam kết của nhân viên với tổ chức và nhân tố này tác động cùng chiều đến hành vi công dân tổ chức hướng đến tổ chức, hành vi gắn bó với công việc và tổ chức, hành vi cải tiến công việc. Kết quả này được thảo luận để làm cơ sở cho các hàm ý quản trị nhằm nâng cao các hành vi tích cực trong công việc của nhân viên tổ chức y tế tại Việt Nam.

Từ khóa: Nhận thức về trách nhiệm xã hội, cam kết tổ chức, hành vi, tổ chức y tế.

Mã JEL: M12, M14, M54

Impact of perception of corporate social responsibility on behavior through organizational commitment of health staff in Vietnam

Abstract

This study is conducted to investigate the impact of employee's perception of corporate social responsibility on behavior in the Vietnamese health sector through organizational commitment, with the goal of suggesting governance implications to improve the good behaviors of employees. Quantitative and quantitative methods are employed in this research. Statistical descriptions, assessing the reliability of scales, EFA analysis, CFA analysis, and SEM testing using SPSS and AMOS were among the data analysis approaches used. The results show that employee's perceptions of corporate social responsibility have a similar impact on employee commitment with the organization and this factor influences citizen's behavior toward the organization, job engagement and organization engagement and behavior that improves work. These findings were addressed as the foundations for governance implications aimed at improving positive behaviors among staff of health industry in Vietnam.

Keywords: Perception of corporate social responsibility; organizational commitment; behavior; health organization.

JEL Codes: M12, M14, M54

1. Giới thiệu

Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) được chú trọng trong nhiều nghiên cứu học thuật lẫn thực tiễn. Khái niệm về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp khá phổ biến với các doanh nghiệp Việt Nam và thế giới. Trong thời gian qua, nhiều doanh nghiệp tích cực thực thi trách nhiệm xã hội nhằm nâng cao giá trị thương hiệu và hiệu quả hoạt động. Các tổ chức y tế đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế xã hội của mọi quốc gia, đặc biệt là trong bối cảnh phòng chống dịch Covid19 từ đầu năm 2020 đến nay. Nguồn nhân lực là nhân tố quyết định sự thành công bền vững của mọi tổ chức. Nhiều nghiên cứu cho thấy CSR có vai trò quan trọng đối với các bên liên quan bên ngoài lẫn nội bộ, đặc biệt là nhân viên (Aguilera & cộng sự, 2007). Ngày nay, nhân viên không đơn thuần quan tâm đến thù lao mà còn nhiều vấn đề mang ý nghĩa lớn hơn. Đã có nhiều nghiên cứu về CSR tại Việt Nam, tuy nhiên nghiên cứu trong phạm vi mối quan hệ giữa nhận thức về CSR và hành vi của nhân viên trong lĩnh vực y tế còn rất hạn chế. Mối quan hệ này có thể bị nhiều yếu tố chi phối, trong đó vai trò của sự cam kết với tổ chức là thành phần trung gian quan trọng. El Akremi & cộng sự (2015) cho rằng nhân viên có cảm nhận tích cực về CSR sẽ thay đổi thái độ và hành vi để hỗ trợ cho tổ chức thực hiện các mục tiêu. Nghiên cứu “Tác động của nhận thức về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến hành vi thông qua sự cam kết tổ chức của nhân viên tổ chức y tế tại Việt Nam” được thực hiện nhằm kiểm định và hy vọng có đóng góp nhất định cho các nhà quản lý các tổ chức y tế trong công tác quản trị và hoạch định chính sách đảm bảo hiệu quả nguồn nhân lực. Các mục tiêu của nghiên cứu: Xác định mức độ tác động của nhận thức của nhân viên về CSR đến sự cam kết với tổ chức; Xác định mức độ tác động của sự cam kết tổ chức đến hành vi công dân tổ chức hướng đến tổ chức, hành vi gắn bó với công việc, hành vi gắn bó với tổ chức và hành vi cải tiến công việc của nhân viên các tổ chức y tế tại Việt Nam.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

Ngành y tế cung cấp dịch vụ liên quan đến sức khỏe và tính mạng con người, vì vậy bị pháp luật ràng buộc và các cơ quan chức năng giám sát chặt chẽ. Tuy nhiên, vai trò của luật pháp chỉ nhằm đảm bảo rằng một tổ chức y tế hoạt động có trách nhiệm cơ bản chứ không yêu cầu thực hiện các hoạt động trách nhiệm xã hội, chủ động đáp ứng sự mong đợi của các bên liên quan. Các tổ chức y tế cần nhận thức được sứ mệnh trong sự nghiệp toàn cầu, thúc đẩy các giá trị chung bằng cách tích hợp các chính sách trách nhiệm xã hội trong chiến lược hoạt động.

2.1. Một số khái niệm

2.1.1. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Khái niệm trách nhiệm xã hội doanh nghiệp xuất hiện từ thập niên ba mươi thế kỷ XIX. Đến nay, đã có nhiều định nghĩa và nghiên cứu xoay quanh CSR cấp độ vi mô lẫn vĩ mô. Với định hướng nghiên cứu CSR trong mối quan hệ với nhân viên, nghiên cứu sử dụng định nghĩa của Barnett (2007), CSR là sự phân bổ tùy ý các nguồn lực của doanh nghiệp theo hướng cải thiện phúc lợi xã hội như một phương thức tăng cường mối quan hệ với các bên liên quan chính.

2.1.2. Nhận thức của nhân viên về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp

Theo Endsley (1996), nhận thức của nhân viên về tổ chức là sự hiểu biết những sự việc trong tổ chức thông qua sự tương tác. Nhận thức của nhân viên về CSR là sự hiểu biết của nhân viên về hoạt động CSR của doanh nghiệp. Nhiều tổ chức sử dụng CSR như công cụ chiến lược để phát triển lực lượng lao động ổn định và trung thành. Cách nhân viên cảm nhận về hoạt động CSR có thể tác động trực tiếp và mạnh mẽ đến phản ứng của nhân viên hơn các hành động CSR thực tế của doanh nghiệp mà nhân viên có thể hoặc không thể nhận thấy (Rupp & cộng sự, 2013). El Akremi & cộng sự (2015) cho rằng khi nhân viên nhận thức được CSR của tổ chức sẽ thay đổi thái độ và hành vi để hỗ trợ tổ chức đạt được các mục tiêu kinh tế, xã hội.

2.1.3. Các lý thuyết nền tảng

Lý thuyết các bên liên quan

Freeman (1984) cho rằng doanh nghiệp có mối quan hệ với nhiều bên liên quan quan tâm đến hoạt động và kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Những bên liên quan này ảnh hưởng và bị ảnh hưởng bởi hoạt động của doanh nghiệp, cân bằng nhu cầu của nhiều bên liên quan trong các hoạt động và kết quả kinh doanh là rất quan trọng. Các bên liên quan chính là cộng đồng, môi trường, nhân viên, nhà cung cấp, khách hàng và cổ đông. Nhân viên là bên liên quan quan trọng nhất của doanh nghiệp, lợi ích của họ phải luôn được chú trọng (Clarkson, 1995).

Lý thuyết nhận diện xã hội

Các nghiên cứu trước cho thấy mối quan hệ giữa CSR và nhân viên được phát hiện dựa trên Lý thuyết nhận diện xã hội. Tajfel & Turner (1986) trình bày cơ sở để giải thích nhu cầu của các cá nhân để phân loại theo các nhóm xã hội, một cá nhân có thể được nhận diện thông qua nhóm mà họ thuộc về. Lindgreen & Swaen (2010) bổ sung thêm, khi các tổ chức đầu tư mối quan hệ mạnh mẽ với các bên liên quan, cả hai bên có nhiều khả năng làm việc hướng tới mục tiêu chung. Một nhân viên có thể cảm thấy gắn bó với tư cách thành viên của doanh nghiệp và trải nghiệm thành công hoặc thất bại của doanh nghiệp như một phần thành tích cá nhân của họ.

Lý thuyết trao đổi xã hội

Lý thuyết trao đổi xã hội giải thích mối quan hệ giữa thực tiễn nhân sự, quản lý và cam kết nhân viên (Eisenberger & cộng sự, 1990). Thực thi CSR tập trung vào hạnh phúc của nhân viên sẽ tạo niềm tin đối với tổ chức và nâng cao cam kết, thái độ tích cực, từ đó dẫn đến hành vi tích cực và được mong đợi khác của nhân viên. Ngược lại, khi nguy cơ hoặc phải đánh đổi lớn hơn so với các lợi ích đạt được từ tổ chức, nhân viên sẽ có xu hướng chấm dứt mối quan hệ đó.

2.1.4. Cam kết tổ chức của nhân viên

Theo Meyer & Allen (1997), cam kết với tổ chức được xem là trạng thái tâm lý đặc trưng cho mối quan hệ giữa nhân viên với tổ chức và có ý nghĩa quyết định trong việc nhân viên quyết định tiếp tục hoặc kết thúc quan hệ thành viên trong tổ chức, bao gồm: cam kết cảm xúc, cam kết đạo đức, cam kết duy trì. Maignan & cộng sự (1999) nhận thấy CSR liên quan tích cực đến cam kết tổ chức của nhân viên, họ hạnh phúc nhất khi liên kết chính mình với tổ chức có danh tiếng tốt nhờ các thực thi CSR, qua đó họ nâng cao ý nghĩa và hình ảnh bản thân.

2.1.5. Hành vi của nhân viên

Hành vi công dân tổ chức

Organ (1990) định nghĩa hành vi công dân tổ chức là hành vi mang tính cá nhân, tự nguyện, không được thừa nhận rõ ràng trong hoạt động khen thưởng thông thường nhưng có tác dụng thúc đẩy các hoạt động hiệu quả của tổ chức. Hành vi này không xuất phát từ yêu cầu mệnh lệnh, đặc điểm của công việc hay sự thỏa thuận trong công việc.

Hành vi gắn bó

Trong khi sự cam kết với tổ chức đề cập đến thái độ gắn bó của nhân viên đối với tổ chức còn hành vi gắn bó là mức độ mà một cá nhân chú ý và say mê thực hiện vai trò của họ (Saks, 2006). Nhân viên cần có đầy đủ hai loại hành vi gắn bó để thể hiện vai trò của mình trong tổ chức là hành vi gắn bó với công việc, đề cập đến sự hiện diện tâm lý của một cá nhân trong vai trò liên quan đến công việc của họ, thể hiện sự tham gia của một nhân viên trong việc thực hiện vai trò là thành viên của tổ chức (Kahn, 1990) và hành vi gắn bó với tổ chức đề cập đến trạng thái tâm lý của nhân viên, thể hiện sự gắn bó của nhân viên với tổ chức với tư cách là một thành viên (Saks, 2006).

Hành vi cải tiến công việc

Theo Farr và Ford (1990), hành vi cải tiến công việc là hành vi của một cá nhân sáng tạo và trình bày có chủ ý các ý tưởng, quy trình, sản phẩm hoặc thủ tục mới, hữu ích trong công việc. Hành vi cải tiến công việc không chỉ tạo ra ý tưởng, mà còn bao gồm các hành vi cần thiết để thực hiện ý tưởng và đạt được những cải tiến nâng cao hiệu suất cá nhân và cả tổ chức.

2.2. Các nghiên cứu liên quan

Nhóm tác giả tìm hiểu 6 công trình nghiên cứu liên quan của các tác giả nước ngoài từ năm 2013 đến năm 2020. Các nghiên cứu của Azim (2016), Lee & cộng sự (2013) đều cho thấy sự nhận thức về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tác động tích cực đến sự cam kết tổ chức của nhân viên từ đó thúc đẩy nhân viên thực hiện các hành vi công dân tổ chức, gắn bó với công việc, gắn bó với tổ chức. Nghiên cứu của Hsieh & cộng sự (2016) kết luận nhận thức về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tác động tích cực đến sự cam kết tổ chức của các điều dưỡng làm việc tại các bệnh viện Đà Loan. Nghiên cứu của Sarfraz & cộng sự (2018), Farid & cộng sự (2019) và Afridi & cộng sự (2020) cho rằng nhận thức của nhân viên về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tác động tích cực lên các hành vi của nhân viên tại nhiều lĩnh vực. Qua đó, nhóm tác

giả thấy được tác động của nhận thức của nhân viên về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến hành vi của nhân viên thông qua sự cam kết tổ chức, do vậy muốn kiểm định mối quan hệ này trong bối cảnh ngành y tế tại Việt Nam.

2.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nghiên cứu của Turker (2009) chỉ ra mối quan hệ tích cực giữa nhận thức của nhân viên về CSR và sự cam kết tổ chức. Nhân viên dựa vào nguồn thông tin bên ngoài lẫn bên trong để đưa ra nhận định về tổ chức. Theo Lý thuyết nhận diện xã hội, khi tổ chức có đóng góp tích cực vì sự phát triển bền vững của xã hội thông qua các chương trình CSR và có danh tiếng tốt, nhân viên sẽ nhận diện và hình thành liên kết chặt chẽ với tổ chức, là cơ sở để cam kết với tổ chức. Theo đó, nghiên cứu đề xuất giả thuyết:

H1: Nhận thức của nhân viên về CSR có tác động cùng chiều đến sự cam kết với tổ chức.

Theo Azim (2016), hành vi công dân tổ chức hướng đến tổ chức là một nỗ lực có chủ ý nhằm duy trì sự cân bằng trong trao đổi xã hội giữa nhân viên và tổ chức, hành vi này hoàn toàn có lợi cho tổ chức. Dựa vào Lý thuyết trao đổi xã hội, khi nhân viên nhận thức được hoạt CSR đáp ứng được kỳ vọng, họ cam kết hơn và có hành vi tự nguyện hướng về lợi ích tổ chức vì cảm thấy mình cần đáp trả lại tổ chức thông qua các hoạt động vượt trên yêu cầu của công việc. Vì vậy, đề xuất giả thuyết:

H2: Sự cam kết với tổ chức có tác động cùng chiều đến hành vi công dân tổ chức hướng đến tổ chức.

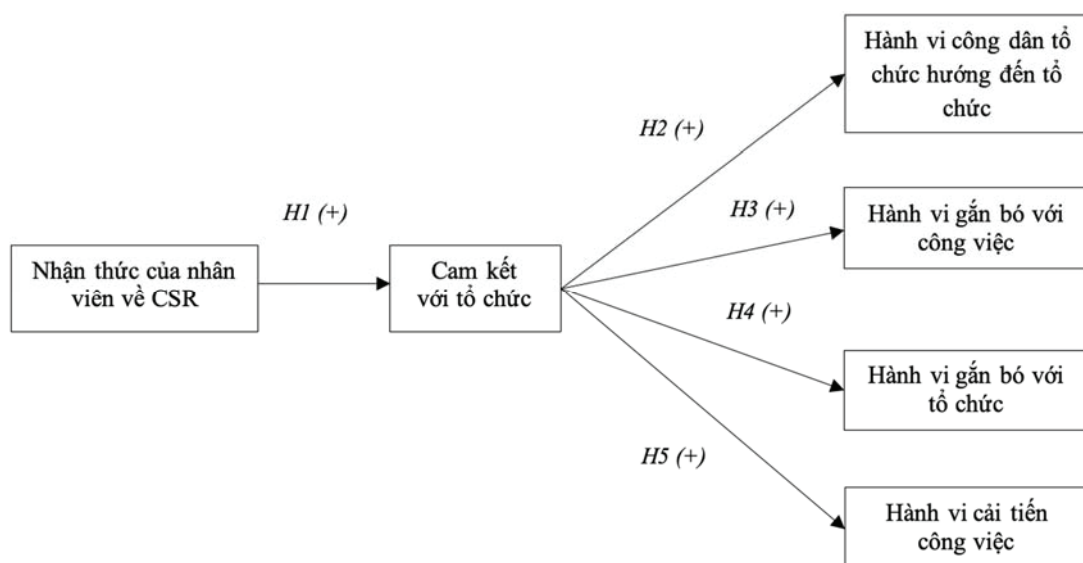
Saks (2006) cho rằng sự cam kết với tổ chức và hành vi gắn bó của nhân viên với công việc và tổ chức có mối quan hệ tích cực. Theo Lý thuyết trao đổi xã hội, khi nhân viên hiểu rằng tổ chức của mình có trách nhiệm với xã hội, họ gắn kết với tổ chức và thực hiện công việc nghiêm túc và say mê hơn. Nhân viên sẽ cảm giác công việc của mình là cao cả khi đang làm việc vì sự tốt đẹp của toàn xã hội, không chỉ vì lợi ích kinh tế cá nhân hay tổ chức. Do đó, nhận thức của nhân viên về CSR và sự cam kết với tổ chức sẽ thúc đẩy sự gắn bó của nhân viên đối với công việc cũng như tổ chức. Từ đó, đề xuất giả thuyết:

H3: Sự cam kết với tổ chức tác động cùng chiều đến hành vi gắn bó với công việc.

H4: Sự cam kết với tổ chức tác động cùng chiều đến hành vi gắn bó với tổ chức.

Số lượng của các nghiên cứu về mối liên hệ giữa sự cam kết với tổ chức và hành vi cải tiến công việc còn giới hạn, tuy nhiên đây là một chủ đề đầy hứa hẹn. Theo Matthew & Yvonne (2013), Lý thuyết trao đổi xã hội có thể được sử dụng như một lăng kính để kiểm tra hành vi cải tiến công việc của nhân viên. Nghiên cứu của Jafri (2010) cho thấy sự liên quan tích cực giữa cam kết của tổ chức và hành vi cải tiến công việc. Hành vi cải tiến công việc được xem là một quá trình mang tính rủi ro, vì vậy thường chỉ được thực hiện bởi các nhân viên có cam kết với tổ chức. Thompson & Heron (2006) cho rằng một nhân viên có cam kết với tổ chức sẽ có xu hướng chia sẻ kiến thức và cải tiến công việc. Các chính sách CSR của tổ chức giúp nhân viên tăng

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



cường sự nhận diện và cam kết với tổ chức. Nhân viên cảm thấy tự tin hơn, sẵn sàng sáng tạo và hiện thực hóa các ý tưởng mới do nhận được sự hỗ trợ mạnh mẽ từ môi trường làm việc. Do đó, đề xuất giả thuyết:

H5: Sự cam kết với tổ chức tác động cùng chiều đến hành vi cải tiến công việc.

Từ những lập luận và giả thuyết nêu trên, mô hình nghiên cứu được đề xuất (Hình 1)

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Nghiên cứu định tính

Nghiên cứu định tính lần 1 được thực hiện qua thảo luận nhóm với 6 chuyên gia, nhà quản lý trong ngành y tế có hiểu biết chuyên sâu về CSR. Nội dung được thảo luận nhằm kiểm tra tính phù hợp của các khái niệm, mô hình và bảng câu hỏi khảo sát. Các chuyên gia đồng ý với khái niệm, giả thuyết nghiên cứu, mô hình đề xuất, đề nghị thêm 1 biến quan sát cho thang đo “Cam kết tổ chức” và điều chỉnh một số từ ngữ cho rõ ràng hơn.

Nghiên cứu định tính lần 2 với các chuyên gia để thảo luận về các biến quan sát bị loại và kết quả nghiên cứu.

Bảng 1: Thang đo nghiên cứu sau khi điều chỉnh

Ký hiệu	Thang đo sau điều chỉnh	Tác giả	Ghi chú	
Nhận thức của nhân viên về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp				
EPC1	So với các tổ chức y tế khác tại Việt Nam, tổ chức của tôi có trách nhiệm xã hội hơn nhằm phục vụ tốt hơn cho cộng đồng	Azim (2016)	Điều chỉnh	
EPC2	So với các tổ chức y tế khác tại Việt Nam, tổ chức của tôi dành nhiều nguồn lực hơn cho các hoạt động trách nhiệm xã hội		Điều chỉnh	
EPC3	Tổ chức của tôi đầu tư vào các dự án nhân đạo ở các quốc gia và vùng nghèo	El Akremi & cộng sự (2015)	Điều chỉnh	
EPC4	Tổ chức của tôi hỗ trợ tài chính cho các hoạt động nhân đạo và từ thiện		Điều chỉnh	
EPC5	Tổ chức của tôi thực hiện các hành động nhằm giảm thiểu ô nhiễm trong các hoạt động		Điều chỉnh	
EPC6	Tổ chức của tôi góp phần tiết kiệm tài nguyên và năng lượng		Điều chỉnh	
EPC7	Tổ chức của tôi thực hiện các chính sách nhằm cải thiện phúc lợi của nhân viên		Điều chỉnh	
EPC8	Tổ chức của tôi đề cao sự an toàn và sức khỏe của nhân viên		Điều chỉnh	
EPC9	Tổ chức của tôi luôn nỗ lực để đảm bảo tất cả các nhà cung cấp dù họ ở đâu, đều phải tôn trọng và áp dụng luật lao động hiện hành		Điều chỉnh	
EPC10	Tổ chức của tôi đảm bảo rằng các nhà cung cấp tôn trọng các quy tắc công bằng tại nơi làm việc		Điều chỉnh	
EPC11	Tổ chức của tôi kiểm tra chất lượng hàng hóa hoặc dịch vụ cung cấp cho khách hàng		Điều chỉnh	
EPC12	Tổ chức của tôi có ích cho khách hàng và tư vấn cho họ về sản phẩm hoặc dịch vụ		Điều chỉnh	
EPC13	Tổ chức của tôi tôn trọng lợi ích tài chính của tất cả các cổ đông		Điều chỉnh	
EPC14	Tổ chức của tôi đảm bảo minh bạch và chính xác trong giao tiếp với các cổ đông		Điều chỉnh	
Cam kết với tổ chức				
OC1	Tôi sẵn lòng làm việc tại tổ chức đến khi nghỉ hưu		Saks (2006)	Điều chỉnh
OC2	Được làm việc tại tổ chức mang đến nhiều ý nghĩa cho cá nhân tôi	Điều chỉnh		
OC3	Tôi cảm thấy các vấn đề của tổ chức cũng là vấn đề của tôi	Điều chỉnh		
OC4	Tôi thấy mình gắn bó với tổ chức	Điều chỉnh		
OC5	Tôi tự hào giới thiệu với những người khác rằng mình làm việc tại tổ chức	Điều chỉnh		
OC6	Tôi cảm thấy mình thuộc về tổ chức	Điều chỉnh		
OC7	Tôi sẵn sàng giới thiệu bạn bè mình tham gia vào tổ chức	Lee & cộng sự (2013)	Điều chỉnh	
OC8	Nếu có tổ chức khác đề nghị tăng một chút thù lao, tôi cũng không nghĩ đến việc thay đổi công việc của mình		Bổ sung	
Hành vi công dân tổ chức hướng đến tổ chức				
OCBO1	Tôi thực hiện các công việc tuy không bắt buộc nhưng giúp nâng cao hình ảnh tổ chức	Lee & Allen (2002)	Điều chỉnh	
OCBO2	Tôi đưa ra ý tưởng để cải thiện hiệu quả của tổ chức		Điều chỉnh	
OCBO3	Tôi hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn		Điều chỉnh	
OCBO4	Tôi bảo vệ tổ chức khi các nhân viên khác chỉ trích tổ chức		Giữ nguyên	
Hành vi gắn bó với công việc				
JE1	Tôi tận tâm với công việc	Saks (2006)	Điều chỉnh	
JE2	Thỉnh thoảng tôi tập trung vào công việc đến mức quên thời gian		Giữ nguyên	
JE3	Công việc này hoàn toàn thu hút tôi		Giữ nguyên	
JE4	Tôi không nghĩ vãn vơ hay nghĩ về điều khác khi đang làm việc		Giữ nguyên	
JE5	Tôi cảm thấy cực kỳ gắn bó với công việc này		Giữ nguyên	
Hành vi gắn bó với tổ chức				

OE1	Việc trở thành thành viên của tổ chức này có sức hút đối với tôi	Saks (2006)	Điều chỉnh
OE2	Một trong những điều thú vị nhất đối với tôi là tham gia vào các công việc xảy ra trong tổ chức		Điều chỉnh
OE3	Tôi thực sự quan tâm đến những việc xảy ra trong tổ chức		Điều chỉnh
OE4	Trở thành thành viên của tổ chức khiến tôi trở nên vui vẻ		Giữ nguyên
OE5	Trở thành thành viên của tổ chức này là điều thú vị đối với tôi		Giữ nguyên
OE6	Tôi thấy mình gắn bó với tổ chức		Điều chỉnh
Hành vi cải tiến công việc			
IWB1	Tôi tìm kiếm những cách mới để thực hiện công việc	Lukes & Stephan (2017)	Điều chỉnh
IWB2	Tôi tìm cách ghi nhận ý tưởng mới từ đồng nghiệp và đối tác		Điều chỉnh
IWB3	Khi có ý tưởng mới, tôi tìm cách đề cập trên ứng hộ mình		Điều chỉnh
IWB4	Để triển khai ý tưởng mới, tôi tìm kiếm các công nghệ, quy trình và thủ tục mới		Giữ nguyên
IWB5	Khi có ý tưởng mới, tôi tìm kiếm những người có thể thúc đẩy ý tưởng này		Giữ nguyên
IWB6	Trong quá trình triển khai ý tưởng mới, tôi có thể kiên trì ngay cả khi mọi việc không thuận lợi		Điều chỉnh

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp.

3.2. Nghiên cứu định lượng

Kích thước mẫu tối thiểu là 215, nhóm tác giả chủ yếu khảo sát trực tuyến theo phương pháp chọn mẫu phi xác suất, thuận tiện. Đối tượng khảo sát là các nhân viên đang làm việc tại các tổ chức y tế tại Việt Nam. Nhóm tác giả thông qua sự hỗ trợ của đồng nghiệp, đối tác là các tổ chức y tế để tiến hành khảo sát và thu về tổng cộng 341 bản trả lời hợp lệ. Dữ liệu thu về được xử lý và phân tích bằng phần mềm SPSS và AMOS, bao gồm: Kiểm định độ tin cậy của thang đo Cronbach's Alpha, Phân tích nhân tố khám phá EFA, Phân tích nhân tố khẳng định CFA, Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM.

4. Kết quả nghiên cứu

Theo kết quả thống kê mô tả, giá trị trung bình của các biến quan sát trong thang đo dao động từ 3.44 (biến IWB2) đến 4.14 (biến OC2), độ lệch chuẩn chênh lệch không đáng kể. Sáu thang đo EPC, OC, OCBO, JE, OE, IWB đều có hệ số Cronbach's Alpha lớn hơn 0.6 với hệ số tương quan biến tổng của từng thang đo lớn hơn 0.3. Riêng thang đo Nhận thức của nhân viên về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (EPC) có hệ số Cronbach's Alpha 0.921, nhưng hệ số tương quan biến tổng của EPC13 là $0.238 < 0.3$ nên bị loại và phải kiểm định độ tin cậy của thang đo lần 2, trước khi chuyển sang phân tích EFA để kiểm tra giá trị phân biệt và giá trị hội tụ của thang đo.

Phân tích EFA, $KMO = 0.916 > 0.5$; giá trị Sig. Bartlett's Test = $0,000 < 0.5$ có ý nghĩa thống kê, các biến quan sát trong tổng thể có mối tương quan với nhau và phân tích EFA là thích hợp. Phân tích nhân tố đã trích được 8 nhóm nhân tố với giá trị Eigenvalue > 1 và giá trị tổng phương sai trích là $52.369\% > 50\%$. Trong ma trận xoay nhân tố, biến quan sát EPC14 và OC8 có hệ số hội tụ nhỏ lần lượt là 0,394 và 0,399 nhỏ hơn 0.5, nên bị loại để đảm bảo tính phân biệt. 44 biến quan sát còn lại đều có hệ số tải nhân tố lớn hơn 0.5. Sự tập trung của các biến quan sát theo tám nhân tố được thể hiện rõ ràng, thang đo đảm bảo tính hội tụ. Mô hình còn đủ sáu thành phần: “Nhận thức của nhân viên về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp - EPC”; “Cam kết với tổ chức - OC”; Hành vi gắn bó với tổ chức - OE”; “Hành vi cải tiến công việc - IWB”; “Hành vi gắn bó với công việc - JE”; “Hành vi công dân tổ chức hướng về tổ chức - OCOB”.

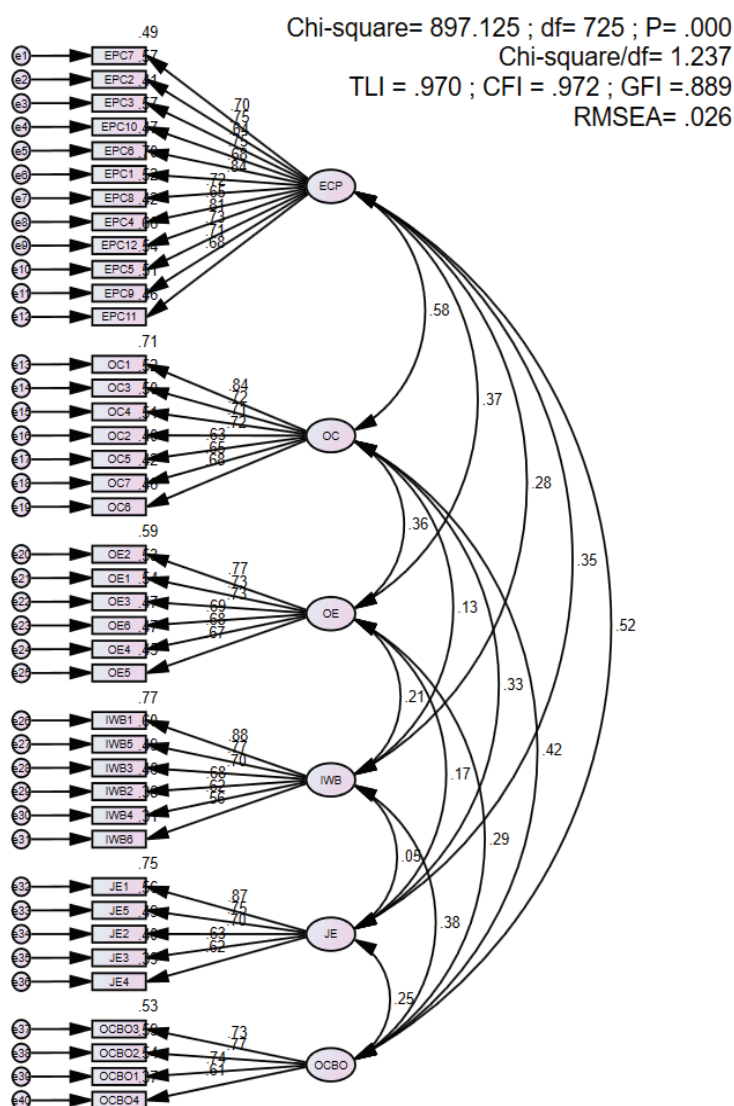
Phân tích CFA được thực hiện để khẳng định lại tính đơn biến, giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo.

Kết quả CFA cho thấy mô hình đạt được độ tương thích với dữ liệu. Trọng số hồi quy của tất cả các biến quan sát đều có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95% ($p < 0,05$), các khái niệm đều đạt giá trị phân biệt. Trọng số hồi quy sau khi chuẩn hóa đều lớn hơn 0,5: các thang đo đều đạt giá trị hội tụ. Hệ số tin cậy tổng hợp và Phương sai trích được tính bằng phần mềm Excel, sử dụng số liệu trong bảng Trọng số hồi quy chuẩn hóa và bảng Hệ số tương quan từ kết quả của CFA.

Các hệ số tin cậy tổng hợp CR đều lớn hơn 0.6, cho thấy bảng câu hỏi đáng tin cậy. Phương sai trích trung bình AVE đều lớn hơn 0.5, đáp ứng yêu cầu về giá trị hội tụ. Căn bậc hai của AVE lớn hơn tương quan giữa các biến, tính phân biệt được đảm bảo (Bảng 2).

Mô hình cấu trúc tuyến tính SEM được thực hiện để kiểm tra các giả thuyết được đề xuất. Các chỉ số này đều đáp ứng được các yêu cầu về mặt lý thuyết nên có thể kết luận mô hình này thích hợp với dữ liệu thu

Hình 2: CFA tối hạn của mô hình đo lường



Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu từ phần mềm AMOS

thập (Hình 3).

Ở độ tin cậy 95%, các giả thuyết H1, H2, H3, H4 và H5 đều được chấp nhận, với mức độ tác động lần lượt là 0.615; 0.465; 0.357; 0.392 và 0.179.

Thực hiện nghiên cứu định tính lần 2, các chuyên gia đều cho rằng các biến quan sát bị loại bỏ không gây ảnh hưởng vì các biến còn lại vẫn đo lường được và kết quả nghiên cứu phù hợp với thực tiễn ngành y tế hiện nay.

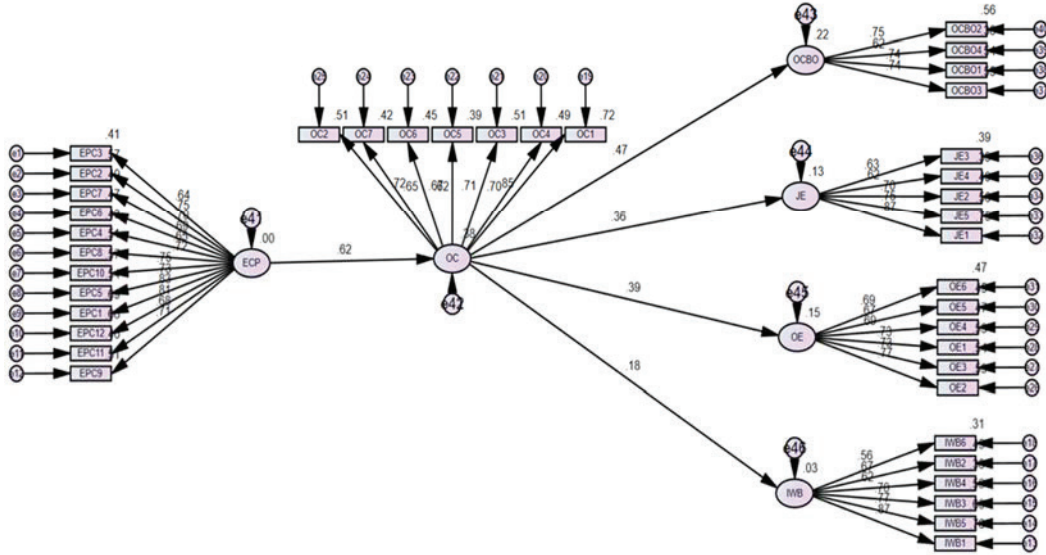
Bảng 2: Kết quả hệ số tin cậy tổng hợp và phương sai trích

STT	Nhân tố	Hệ số tin cậy tổng hợp (CR)	Phương sai trích (AVE)
1	Nhận thức của nhân viên về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (EPC)	0,930	0,525
2	Sự cam kết của nhân viên với tổ chức (OC)	0,876	0,504
3	Hành vi công dân tổ chức hướng đến tổ chức (OCBO)	0,861	0,508
4	Hành vi gắn bó với công việc (JE)	0,855	0,502
5	Hành vi gắn bó với tổ chức (OE)	0,840	0,516
6	Hành vi cải tiến công việc (IWB)	0,804	0,507

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu từ phần mềm AMOS.

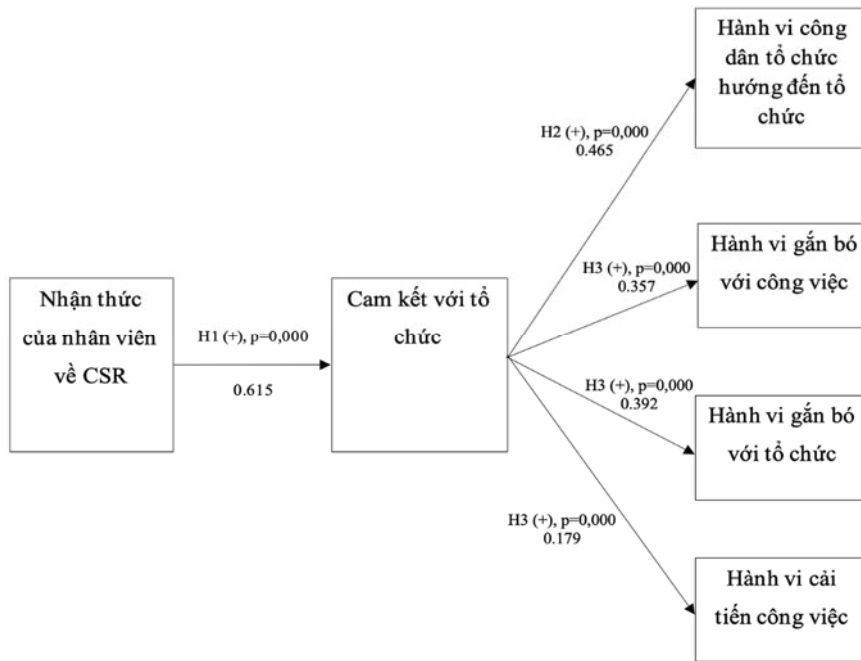
Hình 3: Mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Chi-square= 992.217 ; df= 735 ; P= .000
 Chi-square/df= 1.350
 TLI = .956 ; CFI = .959 ; GFI =.877
 RMSEA= .032



Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu từ phần mềm AMOS.

Hình 4: Mô hình nghiên cứu chính thức



Từ các kết quả trên, mô hình nghiên cứu chính thức được thiết lập (Hình 4).

5. Thảo luận kết quả

Kết quả nghiên cứu phù hợp với bối cảnh ngành y tế Việt Nam hiện nay. Ngày càng nhiều tổ chức y tế xuất hiện trên thị trường, tỷ lệ nghịch với tốc độ cung cấp nguồn nhân lực có chất lượng cao như y bác sĩ, nhân viên kỹ thuật cao..., việc tăng cường nhận thức của người lao động về trách nhiệm xã hội và gia tăng cam kết của người lao động với tổ chức sẽ giúp các tổ chức y tế duy trì được nguồn nhân lực ổn định.

Kết quả nghiên cứu phù hợp của Lee & cộng sự (2013), Azim (2016). Nghiên cứu một lần nữa chứng minh, thông qua các hoạt động của doanh nghiệp, nhân viên hình thành nhận thức về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và cam kết cao hơn với tổ chức. Nghiên cứu cũng cho thấy sự cam kết tổ chức tác động cùng chiều với hành vi của nhân viên. Kết quả này cũng phù hợp với kết quả nghiên cứu của Azim (2016), Farid & cộng sự (2019). Sự cam kết tổ chức đóng vai trò rất quan trọng trong hành trình giúp nhân viên làm việc hiệu quả, thực hiện các hành vi hướng đến đến tổ chức, gắn bó chặt chẽ với công việc và tổ chức. Cùng với đó, nhân viên tích cực cải tiến và triển khai các ý tưởng, quy trình mới. Các hành vi tích cực trên đều là điều mà tất cả các tổ chức y tế Việt Nam đều mong muốn nhân viên của mình luôn có để nâng cao chất lượng dịch vụ, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao và đa dạng, đặc biệt là trong thời điểm hệ thống y tế của Việt Nam đang chịu áp lực rất lớn từ đại dịch Covid-19.

Kết quả nghiên cứu cho thấy một số điểm khác biệt so với các nghiên cứu trước đó. So với nghiên cứu của Azim (2016), nghiên cứu này đã bổ sung yếu tố hành vi cải tiến công việc vào các hành vi chịu sự tác động gián tiếp của nhận thức về CSR và trực tiếp từ sự cam kết tổ chức của nhân viên. So với nghiên cứu của Lee & cộng sự (2013), nghiên cứu này đã bổ sung ba yếu tố hành vi gắn bó với công việc, hành vi gắn bó với tổ chức và hành vi cải tiến công việc vào mối quan hệ giữa nhận thức về CSR, cam kết tổ chức và hành vi của nhân viên.

6. Kết luận và hàm ý quản trị

6.1. Kết luận

Nghiên cứu đã đạt được các mục tiêu nghiên cứu: Nhận thức của nhân viên tác động cùng chiều lên sự cam kết của nhân viên làm việc ở các tổ chức y tế tại Việt Nam với hệ số hồi quy là 0,615; Sự cam kết của nhân viên với tổ chức tác động cùng chiều lên hành vi công dân tổ chức, hành vi gắn bó với công việc, hành vi gắn bó với tổ chức và hành vi cải tiến công việc của nhân viên lần lượt là: 0.465; 0.357; 0.392 và 0.179. Nghiên cứu cho thấy nhân viên không chỉ quan tâm về phúc lợi mà còn tìm kiếm ý nghĩa lớn lao hơn trong công việc. Đặc biệt trong bối cảnh đại dịch Covid-19 bùng phát tại Việt Nam và thế giới từ đầu năm 2020 đến nay, nhân viên y tế luôn phải đối mặt với từ áp lực công việc, tần suất làm việc liên tục và căng thẳng trong môi trường làm việc độc hại, luôn ẩn chứa nguy hiểm, nên đầu tư nguồn lực cho hoạt động CSR là cấp thiết để củng cố nhận thức tốt của nhân viên về tổ chức và gia tăng sự cam kết cũng như hành vi tích cực.

6.2. Hàm ý quản trị

Nghiên cứu củng cố thêm mối quan hệ giữa nhận thức của nhân viên về trách nhiệm xã hội của tổ chức, cam kết tổ chức, hành vi công dân tổ chức hướng đến tổ chức, hành vi gắn bó với công việc và với tổ chức, hành vi cải tiến công việc trong bối cảnh ngành y tế Việt Nam.

Chiến lược và hoạt động của tổ chức y tế không chỉ tuân thủ các quy định pháp lý mà còn phải đáp ứng kỳ vọng của tất cả các bên liên quan, đặc biệt là nhân viên. Các tổ chức y tế có thể sắp xếp nhân viên chuyên trách về CSR để xây dựng chiến lược phù hợp với từng giai đoạn và khu vực. Khách hàng của tổ chức y tế sử dụng dịch vụ ảnh hưởng đến sức khỏe và tính mạng, phải luôn được cung cấp đầy đủ và chính xác thông tin về dịch vụ. Hoạt động của ngành y tế có rất nhiều tác động đến môi trường như chất thải rắn, nước thải, khí,... mang mầm bệnh, chất phóng xạ cần được xử lý, kiểm tra nghiêm ngặt. Tổ chức nên tiết kiệm năng lượng, giảm thiểu in ấn bằng cách sử dụng công nghệ mới và vật liệu thân thiện với môi trường. Ngoài ra, các hoạt động từ thiện nên được xem là một phần quan trọng trong chiến lược CSR vì tổ chức y tế là nơi có nhiều đối tượng yếu thế cần được giúp đỡ. Các chương trình CSR cần có chiến lược truyền thông rộng rãi và trung thực. Truyền thông CSR nội bộ tốt sẽ làm hình ảnh của tổ chức đối với nhân viên tốt đẹp hơn, giúp doanh nghiệp duy trì sự cam kết, các hành vi tích cực của nhân viên.

6.3. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo

Nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu phi xác suất, thuận tiện nên có hạn chế về tính tổng quát. Ngoài ra, nghiên cứu chưa kiểm định sự khác biệt giữa nhóm theo nhân khẩu học như giới tính, độ tuổi và vị trí công việc. Nghiên cứu tiếp theo nên mở rộng mẫu nghiên cứu, tìm hiểu các nhân tố mới, kiểm định sự khác biệt giữa các nhóm theo nhân khẩu học để có các hàm ý quản trị phù hợp với từng nhóm đối tượng.

Tài liệu tham khảo

- Afridi, S. A., Afsar, B., Shahjehan, A., Rehman, Z. U., Haider, M., & Ullah, M. (2020), 'Perceived corporate social responsibility and innovative work behavior: The role of employee volunteerism and authenticity', *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(4), 1865–1877.
- Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A., & Ganapathi, J. (2007), 'Putting the S back in corporate social responsibility: a multilevel theory of social change in organizations', *Academy of Management Review*, 32(3), 836–863.
- Azim, M. T. (2016), 'Corporate Social Responsibility and employee behavior: mediating role of organizational commitment', *Revista brasileira de gestao de negocios*, 18 (60), 207-225.
- Barnett, M. L. (2007), 'Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to corporate social responsibility', *Academy of Management Review*, 32(3), 794-816.
- Clarkson, M. (1995), 'A Stakeholder Framework for Analysing and Evaluating Corporate Social Performance', *Academy of Management Review*, 20(1), 92-118.
- Eisenberger, R., P. Fasolo & V. Davis-LaMastro (1990), 'Perceived organizational support and employee diligence, commitment, and innovation', *Journal of Applied Psychology*, 75(1), 51–59.
- El Akremi, A., Gond, J. P., Swaen, V., De Roeck, K., Igalens, J., (2015), 'How do employees perceive corporate social responsibility? Development and validation of a multidimensional corporate stakeholder responsibility scale', *Journal of Management*, 44, 619-657.
- Endsley, M.R.(1996), 'Toward a theory of situation awareness in dynamic systems', *Human Factors*, 37(1), 32–64.
- Farid, T., Iqbal, S., Ma, J., Castro-González, S., Khattak, A., & Khan, M. K. (2019), 'Employees' perceptions of CSR, work engagement, and organizational citizenship behavior: The mediating effects of organizational justice', *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16, 1731.
- Farr, J. L., & Ford, C. M. (1990), *Individual Innovation*, New York: John Wiley & Sons.
- Freeman, R.E., (1984), *Strategic management: A stakeholder approach*, Boston: Pitman/ Ballinger.
- Hsieh, S. C., Chiu, H. C., Hsieh, Y. H., Ho, P. S., Chen, L. C., & Chang, W. C. (2016), 'The perceptions and expectations toward the social responsibility of hospitals and organizational commitment of nursing staff', *The Journal of Nursing Research*, 24(3), 249-261.
- Jafri, M. (2010), 'Organizational commitment and employee's innovative behavior: A study in retail sector', *Journal of Management Research*, 10(1), 62-68.
- Kanh, W. A. (1990), 'Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work', *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- Lee, K. , & Allen, N.J. (2002), 'Organizational citizenship behavior and workplace deviance: The role of affect and cognitions', *Journal of Applied Psychology*, 18, 131-142.
- Lee, Misung & Kim, Wansoo. (2013), 'The Effect of Perceived Corporate Social Responsibility on Hotel Employee's Attitude and Behavior toward the Organization', *International Journal of Tourism Sciences*, 13, 51-74.
- Lindgreen, A. & V. Swaen (2010), 'Corporate social responsibility', *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 1-7.
- Lukes, M. Stephan, U. (2017), 'Measuring employee innovation: a review of existing scales and the development of the innovative behavior and innovation support inventories across cultures', *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(1), 136-158.
- Maignan, I., Ferrell, O. C., Hult, G. T. M. (1999), 'Corporate citizenship: Cultural antecedents and business benefits'. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27, 455-469.
- Matthew J. Xerri & Yvonne Brunetto (2013), 'Fostering innovative behaviour: the importance of employee commitment and organisational citizenship behaviour', *The International Journal of Human Resource Management*, 24:16, 3163-3177.
- Meyer, J.P. & Allen, N.J. (1997), *Commitment in the workplace*, Theory research and application. Thousand Oaks: Sage

-
- Organ, D.W., (1990), 'The Motivational Basis of Organizational Citizenship Behavior', *Research in Organizational Behavior*, 12, 43-72.
- Rupp, D. E., Shao, R., Thornton, M. A., & Skarlicki, D. P. (2013), 'Applicant's and employee's reactions to corporate social responsibility: The moderating effects of first-party justice perceptions and moral identity', *Personnel Psychology*, 66, 895-933.
- Saks, Alan. (2006), 'Antecedents and Consequences of Employee Engagement', *Journal of Managerial Psychology*, 21, 600-619.
- Sarfraz, M.; Qun, W.; Abdullah, M.I.; Alvi, A.T. (2018), 'Employees' Perception of Corporate Social Responsibility Impact on Employee Outcomes: Mediating Role of Organizational Justice for Small and Medium Enterprises (SMEs)', *Sustainability*, 10, 2429.
- Tajfel, H. & J.C. Turner (1986), 'The social identity theory of intergroup behavior', In S. Worchel & W. G. Austin (Eds). 2nd Edn., *Psychology of intergroup relations*, Chicago: Nelson-Hall, 7-24.
- Thompson, M., & Heron, P. (2006), 'Relational Quality and Innovative Performance in R&D Based Science and Technology Firms', *Human Resource Management Journal*, 16, 28-47.
- Turker, D. (2009), 'How corporate social responsibility influences organizational commitment', *Journal of Business Ethics*, 89(2), 189-204.