

Tác động của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến ý định theo đuổi công việc: Nghiên cứu tại Thành phố Hồ Chí Minh

Lê Đình Nghi^{1*}, Nguyễn Thị Thanh Tâm¹, Từ Minh Khai¹, Trần Nguyên An¹
và Trần Ngọc Thanh Thảo²

¹Trường Đại học Sài Gòn, ²Công ty OPPO Việt Nam

TÓM TẮT

Nghiên cứu nhằm đánh giá tác động của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến ý định theo đuổi công việc. Dữ liệu được thu thập được từ 357 người lao động tại TP. HCM và xử lý trên phần mềm SPSS. Kết quả nghiên cứu chỉ ra các yếu tố của CSR, bao gồm trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm pháp lý, trách nhiệm đạo đức, trách nhiệm từ thiện có ảnh hưởng đáng kể đến ý định theo đuổi công việc của người lao động. Vì vậy, các nhà quản trị cần chú ý đến các hoạt động CSR nhằm thu hút và giữ chân nhân viên tiềm năng.

Từ khóa: Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, ý định theo đuổi công việc

1. GIỚI THIỆU

Thu hút nguồn nhân lực phù hợp là một trong những nhiệm vụ quan trọng của công tác quản trị nguồn nhân lực trong doanh nghiệp. Trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam ngày càng phát triển và hội nhập hiện nay, người lao động có nhiều cơ hội lựa chọn doanh nghiệp làm việc. Khi đó, các công ty cũng cần hiểu rõ hơn về nhu cầu của người lao động, từ đó tạo ra lợi thế cạnh tranh trong việc thu hút các ứng viên phù hợp cũng như giữ chân các nhân viên tiềm năng. Vì vậy, tìm hiểu các yếu tố ảnh hưởng đến ý định theo đuổi công việc của người lao động đóng vai trò vô cùng quan trọng trong hoạt động quản trị nguồn nhân lực của doanh nghiệp.

Hơn 60 năm trước, vấn đề “trách nhiệm xã hội doanh nghiệp” (Corporate Social Responsibility – CSR) được Bowen (1953) đưa ra bàn luận và sau đó trở thành một chủ đề nóng của các nhà kinh doanh, nhà nghiên cứu, của cộng đồng và

của xã hội (Huỳnh Long Hồ & Hoàng Thị Phương Thảo, 2014). Greening & Turban (2000) đã xác nhận mối quan hệ đồng biến giữa việc thực hiện trách nhiệm xã hội doanh nghiệp với ý định theo đuổi công việc của người lao động, cũng như tăng xác suất thành công của việc mời phỏng vấn và sự chấp nhận lời mời làm việc của các ứng viên. Tương tự, Evans & Davis (2011) cũng chỉ ra việc thực hiện trách nhiệm xã hội doanh nghiệp góp phần đáng kể trong việc thu hút và giữ chân nhân viên. Như vậy, có thể thấy doanh nghiệp nâng cao hoạt động quản trị nguồn nhân lực thông qua các hoạt động CSR. Vì vậy, đề tài này sẽ nghiên cứu tác động của CSR đến ý định theo đuổi công việc của người lao động.

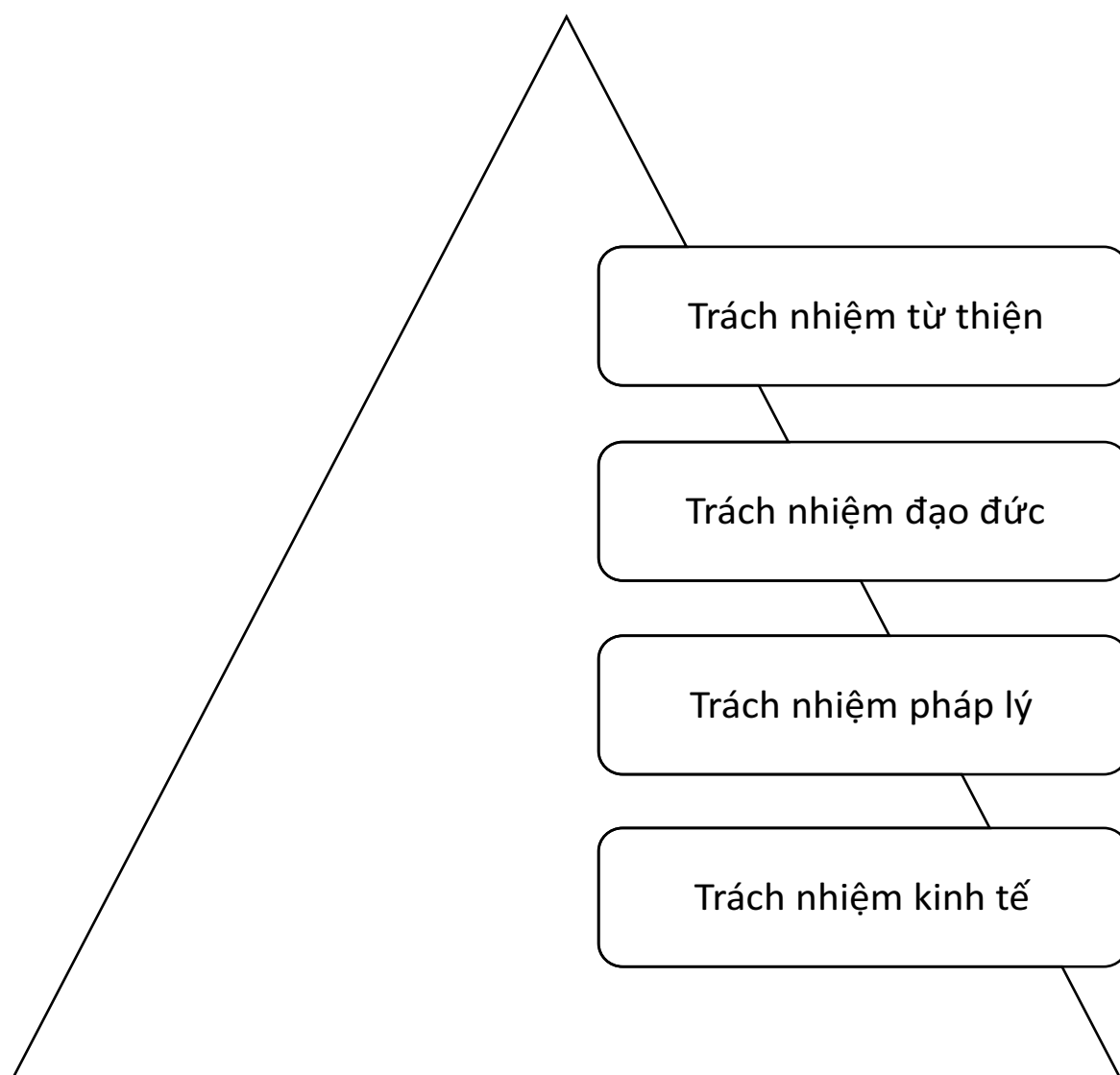
2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Ý định theo đuổi công việc (Job Pursuit Intention) được định nghĩa là khi người tìm

Tác giả liên hệ: TS. Lê Đình Nghi
Email: nghiledinh@sgu.edu.vn

việc có đánh giá tích cực hoặc tiêu cực về việc theo đuổi công việc mục tiêu đối với một tổ chức (Jaidi và cộng sự, 2011) và có ý định tham dự một cuộc phỏng vấn việc làm tại một công ty cụ thể (Veiga & Turban, 2014). Breaugh, Cable và Turban và Rynes cho rằng không thể phủ nhận rằng những người tìm việc thường không thể biết tường tận về một công ty, vì vậy họ coi danh tiếng của công ty như một tín hiệu định hướng cho ý định theo đuổi công việc của họ (Wang, 2013). Vì vậy, CSR là một trong những công cụ hữu hiệu mà doanh nghiệp có thể sử dụng để tạo dựng danh tiếng cho doanh nghiệp và truyền thông đến với người lao động.

Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) ngày càng trở nên cần thiết đối với hoạt động của doanh nghiệp. Việc định nghĩa về CSR cũng khá đa dạng và phức tạp. Mỗi tổ chức, chính phủ nhìn nhận CSR dưới những góc độ và quan điểm khác nhau. Bài nghiên cứu này sử dụng định nghĩa của Carroll (1979) vì đây là định nghĩa được sử dụng khá nhiều trong các nghiên cứu trước tương tự. Theo đó, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) bao gồm sự mong đợi của xã hội về kinh tế, pháp luật, đạo đức và lòng từ thiện đối với các tổ chức tại một thời điểm nhất định (Carroll, 1979), được trình bày như trong Hình 1.



Hình 1. Tháp trách nhiệm xã hội doanh nghiệp

Nguồn: Carroll (1991)

Theo trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, các yếu tố của CSR bao gồm trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm luật pháp, trách nhiệm đạo đức và trách nhiệm từ thiện. Cụ thể hơn, các trách nhiệm đó bao gồm: (Huỳnh Long Hồ & Hoàng Thị Phương Thảo, 2014).

- Trách nhiệm kinh tế (economic responsibility) - Cần phải có lợi nhuận. Đây là nền tảng của mọi trách nhiệm khác. Trách nhiệm kinh tế thể hiện qua hiệu quả và tăng trưởng, là điều kiện tiên quyết bởi doanh nghiệp được thành lập trước hết từ động cơ tìm kiếm lợi nhuận của doanh nghiệp.
- Trách nhiệm pháp lý (legal responsibility) - Cần phải hoạt động theo đúng pháp luật. Trách nhiệm pháp lý thể hiện qua việc doanh nghiệp tuân thủ các luật lệ, luật pháp của địa phương, của đất nước và cả luật pháp quốc tế.
- Trách nhiệm đạo đức (ethical responsibility) - Thực hiện đúng những gì được coi là công bằng, đúng đắn, hợp lý. Đạo đức là những quy tắc, giá trị được xã hội chấp nhận nhưng chưa được đưa vào văn bản luật. Vì vậy, doanh nghiệp cần thực hiện cả những cam kết ngoài luật, ví dụ như tôn trọng quyền con người, uy tín với đối tác, ... Trách nhiệm đạo đức là tự nguyện, nhưng cũng đóng vai trò rất quan trọng trong CSR.
- Trách nhiệm từ thiện (philanthropic responsibility) - Là một công dân doanh nghiệp tốt, có đóng góp nguồn lực cho cộng đồng, xã hội. Chúng bao gồm những hành vi của doanh

nh nghiệp vượt ra ngoài sự mong đợi của xã hội như quyên góp ủng hộ cho người yếu thế, tài trợ học bổng, đóng góp tài chính và nguồn lực cho các dự án cộng đồng, ... Doanh nghiệp phải đáp ứng được các kỳ vọng của xã hội là những công dân tốt (be a good corporate citizens).

Từ đó, nhiều nghiên cứu đã được thực hiện nhằm phân tích tác động của CSR đến ý định theo đuổi công việc. Cụ thể, Prihatiningsih, Syaebani, & Devina (2017) đã xây dựng mô hình tác động của các yếu tố CSR đến ý định theo đuổi công việc. Kết quả nghiên cứu cho thấy cả bốn yếu tố trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm pháp lý, trách nhiệm đạo đức và trách nhiệm từ thiện đều có tác động cùng chiều lên ý định theo đuổi công việc của người lao động. Tương tự, Zhang & Gowan (2012) đã phân tích tác động của các thành phần CSR (kinh tế, pháp lý, đạo đức, từ thiện) trong việc thu hút các ứng viên nộp hồ sơ vào tổ chức. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra mỗi thành phần của CSR đều có tác động dương đến việc thu hút nhân viên. Tsai, Joe, Lin, & Wang (2014) cũng phát hiện tác động dương của bốn yếu tố CSR đến ý định theo đuổi công việc của các sinh viên mới tốt nghiệp tại Đài Loan. Tương tự, nhiều nghiên cứu khác cũng chỉ ra mối quan hệ cùng chiều giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và ý định theo đuổi công việc (Greening & Turban, 2000), (Evans & Davis, 2011), (Moorthy và cộng sự, 2017).

Vì vậy, nghiên cứu đề xuất các giả thuyết nghiên cứu được trình bày trong Bảng 1 như sau:

Bảng 1. Các giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Phát biểu
H1	Trách nhiệm kinh tế của doanh nghiệp có tác động tích cực đến ý định theo đuổi công việc của người lao động.
H2	Trách nhiệm pháp lý của doanh nghiệp có tác động tích cực đến ý định theo đuổi công việc của người lao động.
H3	Trách nhiệm đạo đức của doanh nghiệp có tác động tích cực đến ý định theo đuổi công việc của người lao động.
H4	Trách nhiệm từ thiện của doanh nghiệp có tác động tích cực đến ý định theo đuổi công việc của người lao động.

Nguồn: tác giả tự xây dựng

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU VÀ DỮ LIỆU NGHIÊN CỨU

Phương pháp nghiên cứu:

Nghiên cứu gồm 2 bước chính: nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Nghiên cứu định tính bằng khảo sát ý kiến chuyên gia để bổ sung và hiệu chỉnh thang đo. Nghiên cứu thực hiện phỏng vấn 21 người lao động, trong đó có 17 chuyên gia đã có kinh nghiệm và 4 sinh viên sắp hoặc mới ra trường, nhằm mục đích kiểm tra sự hiểu biết đúng đắn về ý nghĩa của các mục hỏi trong bảng câu hỏi khảo sát, đồng thời có những điều chỉnh về từ ngữ cho thích hợp trước khi đưa vào nghiên cứu chính thức.

Sau khi thực hiện nghiên cứu định tính để hoàn thiện thang đo, nghiên cứu tiến hành phân tích định lượng trên phần mềm SPSS, thông qua các bước đánh giá độ tin cậy của thang đo qua hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố EFA để kiểm định giá trị của khái niệm nghiên cứu, phân tích hồi quy để kiểm định mối quan hệ giữa biến độc lập và biến phụ thuộc.

Nghiên cứu này sử dụng Thang đo Likert 5 điểm, với: 1. Hoàn toàn không đồng ý; 2. Không đồng ý; 3. Bình thường; 4. Đồng ý; 5. Rất đồng ý. Thang đo chính thức bao gồm 27 biến quan sát.

Dữ liệu nghiên cứu:

Nghiên cứu thực hiện lấy mẫu bằng phương pháp phi xác suất (phương pháp thuận tiện). Dữ liệu nghiên cứu được thu thập bằng cách gửi bảng câu hỏi trực tiếp và thông qua Google form đến các sinh viên mới hoặc sắp ra trường và những người lao động đã có kinh nghiệm làm việc. Kết quả thu được bao gồm 357 phiếu hợp lệ, và được tiến hành phân tích định lượng.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thống kê mô tả

Mẫu khảo sát bao gồm 189 nhân viên nữ, chiếm tỷ trọng 52,9% và 168 nhân viên nam, chiếm tỷ trọng 47,1%. Về kinh nghiệm làm việc, có 209 người chưa có kinh nghiệm làm việc, chiếm tỷ trọng 58,5% và 148 người đã có kinh nghiệm làm việc, chiếm tỷ trọng 41,5%. Nhìn chung, do việc thu thập dữ liệu thuận tiện, bị giới hạn trong đối tượng sinh viên và cựu sinh viên nên tỷ lệ người chưa có kinh nghiệm làm việc chiếm tỷ trọng khá cao, chiếm 58,5% trong mẫu khảo sát.

4.2. Phân tích thang đo và mô hình

Kết quả phân tích Cronbach's Alpha được trình bày trong Bảng 2 như sau:

Bảng 2. Kết quả phân tích Cronbach's Alpha

Nhân tố	Hệ số Cronbach's Alpha
Trách nhiệm kinh tế	0,816
Trách nhiệm pháp lý	0,872
Trách nhiệm đạo đức	0,778
Trách nhiệm từ thiện	0,706
Ý định theo đuổi công việc	0,820

Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS

Kết quả trên cho thấy tất cả các nhân tố trên đều đạt yêu cầu. Nghiên cứu tiếp tục thực hiện phân tích nhân tố khám phá (EFA). Kết quả cho thấy hệ số KMO bằng 0.823 và kiểm định Bartlett có Sig.

là .000. Như vậy kết quả kiểm định KMO đạt yêu cầu. Kết quả cho thấy có 4 yếu tố được trích tại eigenvalue là 1.756 và tổng phương sai trích được là 57.503%. Như vậy, phương sai trích đạt

yêu cầu. Như vậy, kết quả EFA cho thấy các biến được tách thành 4 nhóm và phù hợp với thang đo ban đầu, gồm các biến trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm pháp lý, trách nhiệm đạo đức và trách nhiệm từ thiện.

4.3. Phân tích hồi quy

Tiếp theo, nghiên cứu thực hiện phân tích hồi quy tuyến tính bội nhằm tìm hiểu tác động của các yếu tố CSR (trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm pháp lý, trách nhiệm đạo đức, trách nhiệm từ

thiện) đến ý định theo đuổi công việc.

Phương trình hồi quy thể hiện như sau:

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Trong đó:

- Y_1 là ý định theo đuổi công việc
- X_1, X_2, X_3, X_4 lần lượt là các trách nhiệm kinh tế, pháp lý, đạo đức, từ thiện.

Kết quả hồi quy được trình bày trong Bảng sau:

Bảng 3. Kết quả phân tích hồi quy

Mô hình		Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Mức ý nghĩa (Sig.)	Thống kê đa cộng tuyến	
		β	Sai số chuẩn	β			Độ chấp nhận	VIF
1	(Constant)	0.696	0.249		2.798	0.005		
	KINHTE	0.317	0.045	0.331	7.083	0.000	0.844	1.184
	PHAPLY	0.231	0.042	0.269	5.488	0.000	0.769	1.300
	DAODUC	0.168	0.050	0.159	3.328	0.001	0.805	1.242
	TUTHIEN	0.137	0.049	0.123	2.818	0.005	0.975	1.025

Nguồn: Kết quả phân tích từ phần mềm SPSS

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy giá trị Sig. của các yếu tố KINHTE, PHAPLY, DAODUC, TUTHIEN đều nhỏ hơn 0.05. Kiểm định đa cộng tuyến VIF đều nhỏ hơn 2, vậy đạt yêu cầu. Các hệ số hồi quy đều dương chứng tỏ các biến độc lập có tác động cùng chiều đến biến phụ thuộc.

Kết quả kiểm định các giả định cần thiết của mô hình hồi quy tuyến tính cho thấy tất cả các giả định đều không bị vi phạm. Như vậy, sau khi thực hiện phân tích hồi quy và kiểm định các giả định cần thiết, ta có kết luận kiểm định giả thuyết thể hiện như sau:

Bảng 4. Kết quả kiểm định giả thuyết H1-H4

STT	Giả thuyết	Chấp nhận	Bác bỏ
H1	Trách nhiệm kinh tế của doanh nghiệp có tác động tích cực đến ý định theo đuổi công việc của người lao động.	X	
H2	Trách nhiệm pháp lý của doanh nghiệp có tác động tích cực đến ý định theo đuổi công việc của người lao động.	X	

H3	Trách nhiệm đạo đức của doanh nghiệp có tác động tích cực đến ý định theo đuổi công việc của người lao động.	X	
H4	Trách nhiệm từ thiện của doanh nghiệp có tác động tích cực đến ý định theo đuổi công việc của người lao động.	X	

Như vậy, kết quả phân tích hồi quy đã cho thấy tất cả các yếu tố CSR có tác động cùng chiều đến ý định theo đuổi công việc. Kết quả trên phù hợp với các nghiên cứu trước đó của Moorthy và cộng sự (2017), Zhang & Gowan (2012), Tsai và cộng sự (2014).

Hệ số β cho biết mức độ tác động của các yếu tố theo thứ tự từ cao đến thấp như sau: Trách nhiệm kinh tế (0.331) > Trách nhiệm pháp lý (0.269) > Trách nhiệm đạo đức (0.159) > Trách nhiệm từ thiện (0.123). Điều này tương đối phù hợp với thực tế vì trách nhiệm kinh tế liên quan trực tiếp đến thu nhập và sự phát triển nghề nghiệp của ứng viên nên sẽ được người lao động đặc biệt quan tâm. Ngoài ra, trách nhiệm pháp lý bao gồm các ràng buộc mang tính chất bắt buộc, liên quan đến các cam kết của công ty với người lao động và các bên liên quan nên cũng dành được nhiều sự quan tâm của người lao động. Trong khi đó, mặc dù cũng tác động đến ý định lựa chọn doanh nghiệp làm việc của người lao động, các yếu tố trách nhiệm đạo đức và từ thiện ít được chú trọng hơn vì nó mang tính chất tự nguyện và ít liên quan trực tiếp đến người lao

động hơn so với hai yếu tố kinh tế và pháp lý.

5. KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu khẳng định các yếu tố của CSR có tác động đến ý định lựa chọn doanh nghiệp làm việc của người lao động. Với cỡ mẫu là 357, kết quả nghiên cứu chỉ ra các yếu tố kinh tế, pháp lý, đạo đức, từ thiện có tác động đến ý định theo đuổi công việc của người lao động. Kết quả này phù hợp với nhiều nghiên cứu trước như Prihatiningsih và cộng sự (2017), Moorthy và cộng sự (2017), Zhang & Gowan (2012), Tsai và cộng sự (2014).

Vì vậy, các doanh nghiệp cần thực thi tốt giải pháp nhằm gia tăng nhận thức của người lao động đối với hình ảnh của công ty thông qua các hoạt động CSR. Cụ thể, công ty cần nâng cao thực hiện các khía cạnh của CSR, bao gồm trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm pháp lý, trách nhiệm đạo đức, trách nhiệm từ thiện. Thực hiện tốt những việc này sẽ góp phần tác động đáng kể lên ý định theo đuổi công việc, góp phần thu hút và giữ chân nhân viên tiềm năng, góp phần nâng cao hiệu quả quản trị nguồn nhân lực cho doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), 497–505.
- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral

Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34, 39–48. <https://doi.org/10.1177/0312896211432941>

- Evans, W. R., & Davis, W. D. (2011). An Examination of Perceived Corporate Citizenship, Job Applicant Attraction, and CSR Work Role

- Definition. *Business Society*, 50(3), 456 –480. <https://doi.org/10.1177/0007650308323517>
- Greening, D. W., & Turban, D. B. (2000). *Corporate Social Performance as a Competitive Advantage in Attracting a Quality Workforce*. 39(3).
- Hồ, H. L. & Thảo, H. T. P. (2014). Ảnh hưởng của nhận thức trách nhiệm xã hội (CSR) đến niềm tin và cam kết gắn bó của nhân viên ngân hàng TMCP tại TP. HCM (Luận văn Thạc sĩ - Đại học Mở TP. HCM).
- Jaidi, Y., van Hooft, E. A. J., & Arends, L. R. (2011). Recruiting highly educated graduates: A study on the relationship between recruitment information sources, the theory of planned behavior, and actual job pursuit. *Human Performance*, 24(2), 135 - 157. <https://doi.org/10.1080/08959285.2011.554468>
- Moorthy, K., Yee, C. W., Xian, C. Y., Jin, O. T., Mun, T. S. M. T. S., Shan, W. S., & Na, S. A. (2017). Influence of Corporate Social Responsibility in Job Pursuit Intention among Prospective Employees in Malaysia. *International Journal of Law and Management*, 59(6), 1159 - 1180.
- Prihatiningsih, W., Syaebani, M. I., & Devina, M. (2017). Impact Analysis On Corporate Social Responsibility Towards Job Pursuit Intention With Socio-Environmental Consciousness As A Moderating Variable: Case Study Of Undergraduate Students At Universitas Benefit. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 115. <https://doi.org/10.23917/benefit.v2i2.5476>
- Tsai, Y. H., Joe, S. W., Lin, C. P., & Wang, R. T. (2014). Modeling Job Pursuit Intention: Moderating Mechanisms of Socio-Environmental Consciousness. *Journal of Business Ethics*, 125(2), 287 - 298. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1919-4>
- Veiga, S. P. da M., & Turban, D. B. (2014). Who is searching for whom? Integrating recruitment and job search research. *The Oxford Handbook of Job Loss and Job Search*, August, 311–328. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199764921.013.024>
- Wang, R. (2013). Modeling Corporate Social Performance and Job Pursuit Intention: Mediating Mechanisms of Corporate Reputation and Job Advancement Prospects. *Journal of Business Ethics*, 117(3), 569 - 582. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1538-5>
- Zhang, L., & Gowan, M. A. (2012). Corporate Social Responsibility, Applicants' Individual Traits, and Organizational Attraction: A Person-Organization Fit Perspective. *Journal of Business and Psychology*, 27(3), 345 - 362. <https://doi.org/10.1007/s10869-011-9250-5>

Influence of corporate social responsibility in job pursuit intention: Evidence from Ho Chi Minh City

Le Đình Nghi^{1,*}, Nguyen Thi Thanh Tam¹, Tu Minh Khai¹,
Tran Nguyen An¹ and Tran Ngoc Thanh Thao²

ABSTRACT

The study investigates the influence of corporate social responsibility in job pursuit intention. 357 labors from Ho Chi Minh City were surveyed and analyzed using SPSS software. The results show that there are significant effects from CSR dimensions, namely, economics responsibility, legal

responsibility, ethical responsibility, philanthropic responsibility, to job pursuit intention. Therefore, managers need to improve the CSR practices to keep and attract talents.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Job Pursuit Intention*

Received: 25/12/2020

Revised: 24/02/2021

Accepted for publication: 24/02/2021