

TÁC ĐỘNG CỦA BÊN VỮNG DOANH NGHIỆP ĐẾN HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP DU LỊCH VÙNG DUYÊN HẢI NAM TRUNG BỘ

Effect of corporate sustainability on the performance of tourist firms: evidence from Vietnam South Central Coast

VÕ THỊ TÂM
VÕ TẤN PHONG
MAI THỊ ANH TUYẾT

Nghiên cứu tại vùng duyên hải Nam Trung bộ cho thấy, bền vững doanh nghiệp có tác động trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch trong vùng và có tác động gián tiếp đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp thông qua trung gian của sự gắn bó của nhân viên, sự cam kết của nhà đầu tư và sự tham gia của cộng đồng địa phương.

Từ khóa: du lịch, bền vững doanh nghiệp, sự gắn bó, sự cam kết, sự tham gia.

This research shows that corporate sustainability has a direct impact on the performance of tourist enterprises in Vietnam's South Central Coast, and simultaneously has an indirect impact on performance through the mediating role of employee commitment, investor commitment and community participation.

Keywords: tourism, corporate sustainability, commitment, participation.

1. Phương pháp nghiên cứu

1.1. Lý thuyết các bên liên quan

Lý thuyết phụ thuộc nguồn lực giải thích lý do tại sao một doanh nghiệp có thể theo đuổi sự thỏa mãn của các bên liên quan. Lý thuyết phụ thuộc nguồn lực cung cấp cho các nhà chiến lược một phương tiện đánh giá các yếu tố tiềm năng có thể được triển khai để mang lại lợi thế cạnh tranh. Lý thuyết phụ thuộc nguồn lực được sử dụng để giải thích mối quan hệ giữa bền vững doanh nghiệp và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp du lịch, vai trò trung gian của sự gắn bó của nhân viên và sự tham gia của cộng đồng địa phương trong nghiên cứu này.

Lý thuyết tính chính đáng giải thích lý do tại sao các doanh nghiệp tham gia vào các hoạt động hướng đến việc thực hiện mục tiêu phát triển bền vững. Để phù hợp với lý thuyết tính chính đáng, các doanh nghiệp phải tham gia vào các hoạt động vì mục tiêu phát triển bền vững và có trách nhiệm báo cáo, giải trình về những hoạt động này.

Theo lý thuyết thể chế, áp lực xã hội, chính trị và kinh tế bên ngoài ảnh hưởng đến các chiến lược và các quyết định của

Võ Thị Tâm, TS., Trường đại học Phú Yên; Võ Tấn Phong, TS.; Mai Thị Anh Tuyết, TS., Trường đại học Lạc Hồng.

doanh nghiệp. Lý thuyết thể chế được sử dụng để giải thích sự thay đổi của các giá trị xã hội và các quy định ảnh hưởng đến các quyết định liên quan đến các hoạt động bền vững doanh nghiệp. Các doanh nghiệp đang ngày càng quan tâm và thực hiện các hoạt động hướng đến việc thực hiện mục tiêu phát triển bền vững và nhận được sự chấp nhận rộng rãi.

1.2. Các khái niệm

(i) Hiệu quả hoạt động: hiệu quả thường đề cập đến mức độ mà một doanh nghiệp có thể đạt được các mục tiêu của doanh nghiệp. Bernard (1938) định nghĩa hiệu quả là việc hoàn thành các mục tiêu được công nhận của nỗ lực hợp tác và nhấn mạnh thêm rằng mức độ hoàn thành là mức độ hiệu quả. Việc xác định cũng như đo lường hiệu quả hoạt động là một tiếp cận đa chiều. Ngoài khái niệm đa chiều, tính hiệu quả còn là vấn đề đa lĩnh vực, vì tính hiệu quả trong các lĩnh vực là khác nhau tùy thuộc vào các tiêu chí đánh giá khác nhau mà doanh nghiệp xác định. Do đó, hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp là kết quả đạt được các mục tiêu chiến lược của doanh nghiệp. Đồng thời, cần nhấn mạnh rằng việc chuyển một chiến lược thành các đặc điểm cụ thể hướng dẫn các hoạt động đòi hỏi cả việc đánh giá các chỉ tiêu tài chính và phi tài chính. Thay vì chỉ chọn một phương diện, các khía cạnh tài chính và phi tài chính có thể được xem là bổ sung cho nhau.

(ii) Bền vững doanh nghiệp: bền vững doanh nghiệp là ứng dụng khái niệm phát triển bền vững ở cấp độ vi mô. Điều này là doanh nghiệp thực hiện các hoạt động liên quan đến các khía cạnh kinh tế, xã hội và môi trường gắn liền với các chiến lược của doanh nghiệp trong cả ngắn hạn và dài hạn (Steurer và cộng sự, 2005; Baumgartner và

Ebner, 2010; Lozano, 2015; Hahn và cộng sự, 2017). Để được xem là bền vững, các doanh nghiệp cần đưa các chiến lược bền vững liên quan đến các bên liên quan và góp phần cải thiện liên tục các điều kiện kinh tế, môi trường và xã hội (Dyllick và Muff, 2016; Székely và Vom Brocke, 2017). Để thực hiện bền vững doanh nghiệp, các doanh nghiệp phải tích hợp ba nguyên tắc phát triển bền vững vào các hoạt động hàng ngày của doanh nghiệp.

(iii) Sự gắn bó của nhân viên: O'Reilly (1989) định nghĩa sự gắn bó của nhân viên đối với doanh nghiệp là trạng thái tâm lý của nhân viên với một doanh nghiệp, bao gồm: sự tham gia của nhân viên trong công việc, sự trung thành của họ với sứ mệnh và mục tiêu của tổ chức và sự sẵn sàng của nhân viên để thay mặt cho tổ chức. Một khi nhân viên chấp nhận rằng giá trị cá nhân của mình được phản ánh đầy đủ trong doanh nghiệp, thì khả năng nhân viên sẽ trung thành với doanh nghiệp sẽ cao hơn trong thời gian dài hơn (O'Reilly và Chatman, 1986; WeiBo và cộng sự, 2010). Bên cạnh đó, Meyer và Allen (1997) đã định nghĩa sự gắn bó của nhân viên theo ba khía cạnh gồm: sự gắn bó vì tình cảm, sự gắn bó để duy trì và sự gắn bó vì đạo đức.

(iv) Sự cam kết của nhà đầu tư: Silver và cộng sự (2010) cho rằng, thông qua việc đầu tư vào doanh nghiệp, các nhà đầu tư cung cấp thêm sự hỗ trợ cho doanh nghiệp trong quá trình đầu tư. Đồng thời, các nhà đầu tư cũng có vai trò quan trọng trong việc kết nối các doanh nghiệp với các nhà tài chính khác. Nhìn chung, các nhà đầu tư dành nhiều thời gian hơn cho các doanh nghiệp trong danh mục đầu tư của họ và đưa ra lời khuyên về các hoạt động kinh

doanh cho các doanh nghiệp (Silver và cộng sự, 2010).

(v) Sự tham gia của cộng đồng địa phương: Khái niệm về sự tham gia của cộng đồng vào du lịch bắt nguồn từ khái niệm chung về sự tham gia của cộng đồng trong các nghiên cứu phát triển du lịch (Tosun, 1999). Năm 1985, Murphy lần đầu tiên đưa ra khái niệm về sự tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch. Theo đó, nhà khoa học đều đi đến kết luận chung rằng, phương pháp phát triển có sự tham gia sẽ tạo điều kiện thực hiện các nguyên tắc phát triển du lịch bền vững (Simmons, 1994; Tosun, 1999, 2000, 2006). Nói cách khác, sự tham gia của cộng đồng là thiết kế theo cách mà các bên liên quan được khuyến khích tham gia vào sự phát triển của chính họ thông qua huy động các nguồn lực của chính họ, xác định nhu cầu của họ và tự đưa ra quyết định của họ (Stone, 1989). Điều này có nghĩa là sự tham gia của cộng đồng như một chiến lược phát triển dựa trên các nguồn lực, nhu cầu và quyết định của cộng đồng. Do đó, cộng đồng là tác nhân chính trong quá trình phát triển.

1.3. Phát triển các giả thuyết

Hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp là chủ đề nhận được sự quan tâm rộng rãi trong các nghiên cứu chiến lược. Cùng với đó, sự xuất hiện của khái niệm bền vững cho thấy sự thay đổi trong quan điểm chiến lược của các doanh nghiệp, quan điểm này khiến các doanh nghiệp phải xem xét lại mô hình chiến lược kinh doanh của mình. Theo đó, định nghĩa bền vững doanh nghiệp được sử dụng rộng rãi đề cập đến cách tiếp cận của một doanh nghiệp nhằm tạo ra giá trị lâu dài cho các bên liên quan, thông qua việc thực hiện các chiến lược kinh doanh tập trung vào các khía cạnh kinh tế, xã hội

và môi trường trong hoạt động kinh doanh (Dyllick và Hockerts, 2002; Hahn và cộng sự, 2017; Ashrafi và cộng sự, 2019). Bên cạnh đó, các nghiên cứu thực nghiệm gần đây đã cho thấy, tác động tích cực của bền vững doanh nghiệp đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp (Eccles và cộng sự, 2014; Tomšič và cộng sự, 2015; Sy, 2016; El-Khalil và El-Kassar, 2018). Do đó, giả thuyết nghiên cứu được đưa ra như sau:

Giả thuyết H_{1a}: thực hiện các hoạt động kinh tế của doanh nghiệp tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động.

Giả thuyết H_{1b}: thực hiện các hoạt động xã hội của doanh nghiệp tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động.

Giả thuyết H_{1c}: thực hiện các hoạt động môi trường của doanh nghiệp tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động.

Ngoài ra, lý thuyết các bên liên quan chỉ ra rằng, doanh nghiệp không chỉ chịu trách nhiệm trước các cổ đông của mình mà còn phải xem xét lợi ích của các bên liên quan khác (Freeman, 2015). Đồng thời, các hoạt động vì mục tiêu phát triển bền vững doanh nghiệp sẽ thúc đẩy sự tin tưởng, cam kết và hợp tác của các bên liên quan đối với doanh nghiệp (Gao và cộng sự, 2016). Điều này ngụ ý rằng, các hoạt động bền vững doanh nghiệp sẽ ảnh hưởng đến thái độ và hành vi như: sự cam kết, sự gắn bó và sự tham gia của các bên liên quan chủ yếu của doanh nghiệp. Vì vậy, cần phải làm rõ thêm mối quan hệ giữa thực hành bền vững của doanh nghiệp và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, đồng thời, kiểm tra tác động của mối quan hệ này thông qua các biến trung gian là sự gắn bó của nhân viên, sự cam kết của nhà đầu tư và sự tham gia của cộng đồng địa phương. Từ đó, các giả thuyết nghiên cứu sau đây được đưa ra:

Giả thuyết H_{2a}: thực hiện các hoạt động kinh tế của doanh nghiệp tác động cùng chiều đến sự gắn bó của nhân viên.

Giả thuyết H_{2b}: thực hiện các hoạt động xã hội của doanh nghiệp tác động cùng chiều đến sự gắn bó của nhân viên.

Giả thuyết H_{2c}: thực hiện các hoạt động môi trường của doanh nghiệp tác động cùng chiều đến sự gắn bó của nhân viên.

Trong những năm gần đây, các nhà đầu tư, chủ nợ và các nhà đánh giá tài chính đã bắt đầu nhấn mạnh tầm quan trọng của các hoạt động bền vững doanh nghiệp đối với các bên liên quan khác, thay vì chỉ tập trung vào các cổ đông (Rodgers và cộng sự, 2013). Đồng thời, các nhà đầu tư đang suy nghĩ dài hạn hơn, họ đang nhận thức rõ hơn về sự phát triển bền vững của một doanh nghiệp trong xã hội tư bản ngày nay (Lo và Sheu, 2007). Nói cách khác, một doanh nghiệp hoạt động vì mục tiêu cân bằng hài hòa các khía cạnh kinh tế, xã hội và môi trường sẽ nhận được sự ủng hộ và cam kết của các nhà đầu tư. Từ đó, các giả thuyết nghiên cứu sau đây được đưa ra:

Giả thuyết H_{4a}: thực hiện các hoạt động kinh tế của doanh nghiệp tác động cùng chiều đến sự cam kết của nhà đầu tư.

Giả thuyết H_{4b}: thực hiện các hoạt động xã hội của doanh nghiệp tác động cùng chiều đến sự cam kết của nhà đầu tư.

Giả thuyết H_{4c}: thực hiện các hoạt động môi trường của doanh nghiệp tác động cùng chiều đến sự cam kết của nhà đầu tư.

Một số học giả tin rằng sự tham gia của cộng đồng vào du lịch đã trở thành một trong những yếu tố quan trọng trong việc duy trì sự phát triển bền vững của du lịch và đã trở thành một cách phát triển cộng đồng quan trọng và hiệu quả tại địa phương. Khi có sự tham gia của cộng đồng vào du lịch,

thì mâu thuẫn tiềm tàng của các bên liên quan và những trở ngại của phát triển du lịch có thể được loại bỏ (Inskeep, 1991; Tosun, 2006). Bằng cách tham gia vào phát triển du lịch và thu được một số lợi ích, cộng đồng địa phương sẽ tích cực bảo vệ tài nguyên du lịch và hỗ trợ phát triển du lịch, nhằm thúc đẩy nhanh quá trình chuyển đổi văn hóa, xã hội địa phương. Từ đó, các hoạt động bền vững doanh nghiệp sẽ thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng địa phương vào phát triển du lịch. Do đó, các giả thuyết nghiên cứu sau đây được đưa ra:

Giả thuyết H_{6a}: thực hiện các hoạt động kinh tế của doanh nghiệp tác động cùng chiều đến sự tham gia của cộng đồng địa phương.

Giả thuyết H_{6b}: thực hiện các hoạt động xã hội của doanh nghiệp tác động cùng chiều đến sự tham gia của cộng đồng địa phương.

Giả thuyết H_{6c}: thực hiện các hoạt động môi trường của doanh nghiệp tác động cùng chiều đến sự tham gia của cộng đồng địa phương.

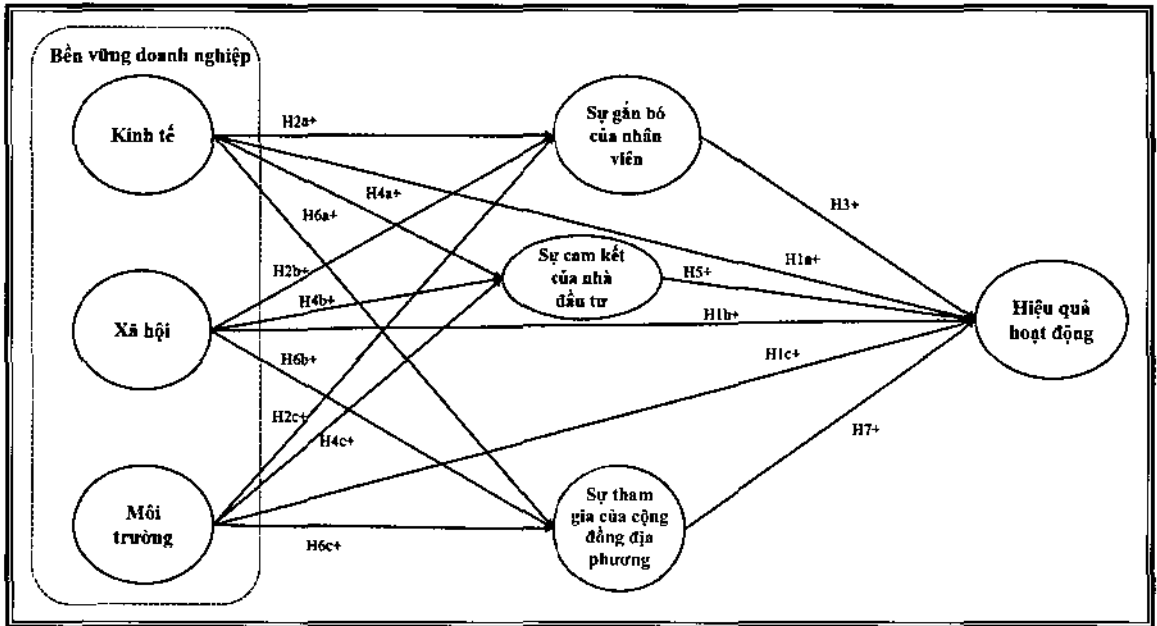
Ngoài ra, có thể thấy sự gắn bó của nhân viên, sự cam kết của nhà đầu tư và sự tham gia của cộng đồng địa phương đóng vai trò quan trọng trong sự thành công của một doanh nghiệp. Rõ ràng không có một doanh nghiệp nào có thể đạt được sự thành công, mục tiêu trong dài hạn mà không có sự đóng góp của các nhân viên. Do đó, giả thuyết tiếp theo được phát biểu như sau:

Giả thuyết H₃: sự gắn bó của nhân viên tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động.

Giả thuyết H₅: sự cam kết của nhà đầu tư có tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động.

Giả thuyết H₇: sự tham gia của cộng đồng địa phương có tác động cùng chiều đến hiệu quả hoạt động.

HÌNH 1: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Nghiên cứu đề xuất.

1.4. Thiết kế nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu: Nghiên cứu sử dụng kỹ thuật phỏng vấn trực tiếp bằng bảng câu hỏi với thang đo Likert 5 bậc chi tiết được gửi đến những nhà quản trị từ cấp trung trở lên trong các doanh nghiệp du lịch đang hoạt động tại tám tỉnh, thành thuộc vùng duyên hải Nam Trung bộ, Việt Nam. 600 bảng khảo sát được phát ra, 468 bảng khảo sát được thu về và 459 bảng câu hỏi hợp lệ.

Mẫu nghiên cứu chính thức với 459 quan sát được phân loại theo chức danh người trả lời, loại hình doanh nghiệp, lĩnh vực hoạt động, quy mô lao động và địa phương hoạt động. Trong đó, các doanh nghiệp du lịch chủ yếu dưới hình thức là công ty trách nhiệm hữu hạn chiếm tỷ lệ cao nhất với 48,37% và công ty cổ phần chiếm 30,93%, doanh nghiệp tư nhân với tỷ lệ là 16,99%, còn lại là hợp tác xã chiếm 3,71%. Các doanh nghiệp du lịch hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực kinh doanh lữ hành, đây là

lĩnh vực hoạt động nhiều nhất chiếm tỷ lệ là 46,41%, trong khi đó các lĩnh vực hoạt động khách sạn, nhà hàng và kinh doanh vận tải chiếm tỷ lệ lần lượt trong vùng là 19,17%; 17,65% và 16,77%. Các doanh nghiệp du lịch có quy mô lao động chủ yếu từ 10 đến 49 người chiếm tỷ lệ cao nhất là 32,68% và tỷ lệ doanh nghiệp có quy mô lao động thấp nhất là 19,39%. Trong khi đó tỷ lệ doanh nghiệp du lịch có quy mô lao động dưới 10 người và từ 50 đến 99 người xấp xỉ nhau lần lượt là 22,44% và 25,49%. Các doanh nghiệp du lịch được khảo sát nhiều nhất là ở Đà Nẵng chiếm tỷ lệ 34,42%, tiếp đến là Khánh Hòa với tỷ lệ 28,76%. Các doanh nghiệp khác gồm: Bình Thuận, Quảng Nam, Bình Định, Phú Yên, Quảng Ngãi và Ninh Hòa có tỷ lệ lần lượt là 10,89%; 9,80%; 7,41%; 3,27%; 3,05% và 2,40%.

Thang đo: Dựa trên lược khảo tài liệu, nghiên cứu xác định bộ tiêu chí đo lường

các nhân tố ảnh hưởng đến bền vững doanh nghiệp trong các doanh nghiệp du lịch gồm 31 biến quan sát, trong đó, thang đo bền vững doanh nghiệp được sử dụng từ thang đo của Chow và Chen (2012), đây là thang đo bậc hai với năm câu hỏi đo lường thang đo về khía cạnh xã hội, bốn câu hỏi đo lường thang đo về khía cạnh kinh tế và năm câu hỏi đo lường thang đo về khía cạnh môi trường. Thang đo sự gắn bó của nhân viên được phát triển theo nghiên cứu của Meyer và Allen (1997) và Yew (2007) gồm có năm câu hỏi. Thang đo sự cam kết của nhà đầu tư được phát triển theo nghiên cứu của Wagemans và cộng sự (2013) gồm có ba câu hỏi. Thang đo sự tham gia của cộng đồng địa phương được phát triển theo

nghiên cứu của Tosun (2006) gồm có ba câu hỏi. Thang đo hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch được phát triển theo nghiên cứu của Hernaus và cộng sự (2012) gồm có sáu câu hỏi.

2. Kết quả xử lý dữ liệu

2.1. Độ tin cậy của thang đo

Kết quả đánh giá độ tin cậy của thang đo trong nghiên cứu các hệ số Cronbach's alpha đều lớn hơn 0,7 và có độ tin cậy tổng hợp (CR) lớn hơn 0,7 đạt yêu cầu; độ tin cậy tổng hợp thấp nhất là 0,870 và độ tin cậy tổng hợp cao nhất là 0,922. Điều này có nghĩa các thang đo được thiết kế có độ tin cậy cao và có thể giải thích được cho các khái niệm nghiên cứu trong mô hình. Kết quả kiểm tra độ tin cậy của thang đo được trình bày trong bảng 1.

BẢNG 1: Kết quả kiểm tra độ tin cậy của thang đo

	Cronbach's alpha	Độ tin cậy tổng hợp (CR)	Trung bình phương sai trích (AVE)
Kinh tế	0,845	0,896	0,682
Xã hội	0,875	0,909	0,667
Môi trường	0,813	0,870	0,572
Gắn bó	0,893	0,921	0,701
Nhà đầu tư	0,787	0,881	0,711
Cộng đồng	0,862	0,916	0,784
Hiệu quả	0,898	0,922	0,663

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả.

2.2. Giá trị hội tụ của thang đo

Kết quả trong bảng 2 cho thấy, giá trị phương sai trích (AVE) của tất cả các thang đo đều thỏa mãn điều kiện lớn hơn 0,5 khi chỉ số nhỏ nhất là 0,572. Điều này chứng tỏ các thang đo đều đạt giá trị hội tụ.

Bên cạnh đó, kết quả bảng 2 cho thấy các hệ số tải nhân tố bên ngoài của các biến quan sát đều lớn hơn 0,7. Như vậy, các biến quan sát đều hội tụ vào các khái niệm tiềm ẩn trong thang đo. Các thang đo đều đạt được tính hội tụ.

BẢNG 2: Hệ số tải ngoài của các biến quan sát (Outer Loadings)

	Gắn bó	Đầu tư	Cộng đồng	Xã hội	Kinh tế	Môi trường	Hiệu quả
GB1	0,762						
GB2	0,856						
GB3	0,855						
GB4	0,850						
GB5	0,858						
NDT1		0,827					
NDT2		0,865					
NDT4		0,837					
CD1			0,904				
CD2			0,880				
CD3			0,871				
XH1				0,802			
XH2				0,818			
XH3				0,807			
XH4				0,831			
XH5				0,824			
KT1					0,852		
KT2					0,823		
KT3					0,835		
KT4					0,793		
MT1						0,767	
MT2						0,781	
MT3						0,762	
MT4						0,721	
MT5						0,750	
HQ1							0,796
HQ2							0,838
HQ3							0,829
HQ4							0,778
HQ5							0,828
HQ6							0,813

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả.

2.3. Độ phân biệt của thang đo

Giá trị phân biệt là mức độ mà các yếu tố khác biệt với nhau không tương quan với nhau. Theo Fornell và Larcker (1981) thì tính phân biệt được thỏa mãn khi căn bậc hai của

AVE (từ 0,765 đến 0,885) đều lớn hơn các hệ số trong cùng một cột (bảng 3). Điều này cho thấy, kiểm định tính phân biệt của các khái niệm nghiên cứu được thỏa mãn, các thang đo đều đạt giá trị phân biệt.

BẢNG 3: Kiểm định giá trị phân biệt (Fornell-Larcker)

	Cộng đồng	Gắn bó	Hiệu quả	Kinh tế	Nhà đầu tư	Môi trường	Xã hội
Cộng đồng	0,885						
Gắn bó	0,464	0,837					
Hiệu quả	0,562	0,624	0,814				
Kinh tế	0,448	0,505	0,536	0,826			
Nhà đầu tư	0,509	0,472	0,532	0,386	0,843		
Môi trường	0,508	0,504	0,646	0,485	0,425	0,765	
Xã hội	0,488	0,502	0,596	0,392	0,495	0,538	0,816

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả.

2.4. Đa cộng tuyến

Bảng 4 cho thấy các chỉ số giá trị phóng đại phương sai (VIF) đều nhỏ hơn 5, điều này có nghĩa là mô hình nghiên cứu không

bị hiện tượng đa cộng tuyến. Tất cả các kết quả trên cho thấy, các thang đo khái niệm trong mô hình nghiên cứu đều đạt được độ tin cậy.

BẢNG 4: Giá trị phóng đại phương sai (VIF)

Biến quan sát	VIF	Biến quan sát	VIF	Biến quan sát	VIF
KT1	2,109	CD1	2,348	HQ1	2,059
KT2	1,803	CD2	2,134	HQ2	2,395
KT3	1,925	CD3	2,160	HQ3	2,235
KT4	1,725	GB1	1,756	HQ4	1,889
TN1	1,694	GB2	2,318	HQ5	2,184
TN2	1,652	GB3	2,363	HQ6	2,146
TN3	1,533	GB4	2,434		
TN4	1,484	GB5	2,462		
TN5	1,630	NDT1	1,601		
XH1	1,940	NDT2	1,817		
XH2	2,005	NDT3	1,715		
XH3	1,964				
XH4	2,017				
XH5	2,050				

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy hệ số SRMR của mô hình tới hạn và mô hình ước lượng đều nhỏ hơn 0,12. Như vậy, mô hình ước lượng đạt yêu cầu về độ tương thích dữ liệu khảo sát so với dữ liệu thị trường.

BẢNG 5: Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình

Chỉ tiêu	Mô hình tới hạn	Mô hình ước lượng
SRMR	0,051	0,058
d_ ULS	1,267	1,657
d_ G1	0,673	0,692
d_ G2	0,497	0,516
Chi-Square	1.337,700	1.373,690
NFI	0,842	0,838

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả.

2.5. Hệ số xác định có điều chỉnh R²

Mức độ giải thích của bền vững doanh nghiệp lên yếu tố sự gắn bó của nhân viên và sự tham gia của cộng đồng địa phương lần lượt là 0,419 và 0,428. Bên cạnh đó,

biến bền vững doanh nghiệp bao gồm phương diện xã hội, kinh tế và môi trường, đồng thời có mức độ giải thích lên biến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch là 0,544.

BẢNG 6: Kết quả R² điều chỉnh

	R ²	R ² điều chỉnh
Sự gắn bó của nhân viên	0,393	0,389
Sự cam kết của nhà đầu tư	0,304	0,299
Sự tham gia của cộng đồng địa phương	0,358	0,354
Hiệu quả hoạt động	0,615	0,610

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả.

2.6. Ước lượng bằng mô hình cấu trúc

Để có thể suy rộng kết quả nghiên cứu ra tổng thể, mô hình cấu trúc cần được kiểm định lại độ tin cậy. Nhóm tác giả sử dụng kỹ thuật bootstrapping với cỡ mẫu N = 5.000 (Henseler và cộng sự, 2015). Kết quả ước

lượng từ 5.000 quan sát cho thấy, trọng số gốc có ý nghĩa với trọng số trung bình của bootstrapping vì tất cả trọng số đều nằm trong khoảng tin cậy 95%. Do đó, có thể kết luận là các ước lượng trong mô hình đáng tin cậy.

BẢNG 7: Kết quả ước lượng mô hình cấu trúc

Mối quan hệ	Ước lượng		Độ lệch chuẩn	t	P
	β	B (Bootstrap)			
Kinh tế -> Gắn bó	0,294	0,294	0,043	6,837	0,000
Kinh tế -> Nhà đầu tư	0,176	0,176	0,045	3,912	0,000
Kinh tế -> Cộng đồng	0,219	0,219	0,044	5,037	0,000
Kinh tế -> Hiệu quả	0,124	0,124	0,038	2,263	0,001

Tác động của bền vững...

Xã hội -> Gắn bó	0,270	0,270	0,043	6,347	0,000
Xã hội -> Nhà đầu tư	0,342	0,342	0,041	8,289	0,000
Xã hội -> Cộng đồng	0,262	0,262	00,45	5,765	0,000
Xã hội -> Hiệu quả	0,173	0,173	0,038	4,583	0,000
Môi trường -> Gắn bó	0,216	0,216	0,053	4,121	0,000
Môi trường -> Nhà đầu tư	0,156	0,156	0,051	3,071	0,002
Môi trường -> Cộng đồng	0,261	0,261	0,050	5,238	0,000
Môi trường -> Hiệu quả	0,267	0,267	0,042	6,352	0,000
Gắn bó -> Hiệu quả	0,230	0,230	0,043	5,389	0,000
Nhà đầu tư -> Hiệu quả	0,115	0,115	0,038	3,017	0,003
Cộng đồng -> Hiệu quả	0,122	0,122	0,039	3,107	0,002

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả.

2.7. Kiểm định giả thuyết

Kết quả nghiên cứu cho thấy, tất cả các hệ số đường dẫn đều có giá trị dương, điều này có nghĩa là các mối quan hệ giữa các khái niệm nghiên cứu đều có mối quan hệ thuận chiều, hay nói cách khác là các giả thuyết nghiên cứu đề xuất trong nghiên cứu đều được chấp nhận.

Nghiên cứu sử dụng hệ số β để kiểm định

các giả thuyết nghiên cứu, căn cứ vào giá trị p-value từ kết quả xử lý dữ liệu bằng công cụ SmartPLS cho kết quả ước lượng mô hình cấu trúc được trình bày trong bảng 8 cho thấy, tất cả các hệ số đường dẫn đều có giá trị dương, nghĩa là các mối quan hệ giữa các khái niệm nghiên cứu đều có mối quan hệ dương. Điều này có nghĩa là các giả thuyết nghiên cứu đề xuất đều được chấp nhận.

BẢNG 8: Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Mối quan hệ	P-Values	Kết luận
H _{1a}	Bền vững kinh tế -> Hiệu quả hoạt động	0,001	Chấp nhận
H _{1b}	Bền vững xã hội -> Hiệu quả hoạt động	0,000	Chấp nhận
H _{1c}	Bền vững môi trường -> Hiệu quả hoạt động	0,000	Chấp nhận
H _{2a}	Bền vững kinh tế -> Gắn bó của nhân viên	0,000	Chấp nhận
H _{2b}	Bền vững xã hội -> Gắn bó của nhân viên	0,000	Chấp nhận
H _{2c}	Bền vững môi trường -> Gắn bó của nhân viên	0,000	Chấp nhận
H ₃	Sự gắn bó của nhân viên -> Hiệu quả hoạt động	0,000	Chấp nhận
H _{4a}	Bền vững kinh tế -> Sự cam kết của nhà đầu tư	0,000	Chấp nhận
H _{4b}	Bền vững xã hội -> Sự cam kết của nhà đầu tư	0,000	Chấp nhận
H _{4c}	Bền vững môi trường -> Sự cam kết của nhà đầu tư	0,002	Chấp nhận
H ₅	Sự cam kết của nhà đầu tư -> Hiệu quả hoạt động	0,003	Chấp nhận
H _{6a}	Bền vững kinh tế -> Sự tham gia của cộng đồng	0,000	Chấp nhận
H _{6b}	Bền vững xã hội -> Sự tham gia của cộng đồng	0,000	Chấp nhận
H _{6c}	Bền vững môi trường -> Sự tham gia của cộng đồng	0,000	Chấp nhận
H ₇	Sự tham gia của cộng đồng -> Hiệu quả hoạt động	0,002	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả.

2.8. Kết quả kiểm định vai trò trung gian

Kết quả nghiên cứu cho thấy, các biến trung gian tác động trực tiếp đến hiệu quả hoạt động. Trong đó, sự gắn bó của nhân viên có hệ số β lớn nhất là 0,230, tiếp đến là sự cam kết của nhà đầu tư với hệ số β là 0,115 và cuối cùng là sự tham gia của cộng đồng địa phương với hệ số β và 0,122. Kết quả mức độ tác động trực tiếp, gián tiếp và

tổng tác động của các khái niệm được trình bày trong bảng 7.

Đồng thời, kết quả nghiên cứu cho thấy tồn tại vai trò trung gian của ba biến trung gian gồm sự gắn bó của nhân viên, sự tham gia của cộng đồng địa phương và sự cam kết của nhà đầu tư trong tác động của bền vững doanh nghiệp đến hiệu quả hoạt động. Mức độ ảnh hưởng của các biến trung gian được trình bày trong bảng 9.

BẢNG 9: Tác động gián tiếp qua các biến trung gian

Mối quan hệ	Mức ảnh hưởng (β)	P-Values
Kinh tế -> Gắn bó nhân viên -> Hiệu quả	0,068	0,000
Xã hội -> Gắn bó nhân viên -> Hiệu quả	0,062	0,000
Môi trường -> Gắn bó nhân viên -> Hiệu quả	0,050	0,002
Kinh tế -> Cộng đồng -> Hiệu quả	0,027	0,007
Xã hội -> Cộng đồng -> Hiệu quả	0,032	0,011
Môi trường -> Cộng đồng -> Hiệu quả	0,032	0,009
Kinh tế -> Nhà đầu tư -> Hiệu quả	0,020	0,017
Xã hội -> Nhà đầu tư -> Hiệu quả	0,039	0,005
Môi trường -> Nhà đầu tư -> Hiệu quả	0,018	0,034

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của nhóm tác giả.

3. Thảo luận

Kết quả nghiên cứu định lượng chính thức cho thấy, bền vững doanh nghiệp được cấu thành từ ba phương diện kinh tế, xã hội và môi trường. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Kocmanová và Dočekalová (2014). Đồng thời, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, ba phương diện kinh tế, xã hội và môi trường đều tác động trực tiếp và cùng chiều đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp du lịch vùng duyên hải Nam Trung bộ tại Việt Nam. Cụ thể:

Thứ nhất, các hoạt động của doanh nghiệp xem xét đến các yếu tố xã hội tác động trực tiếp và tích cực đến hiệu quả hoạt động với hệ số $\beta = 0,173$. Điều này cho thấy, việc quản lý doanh nghiệp theo cách tiếp cận nhằm giảm thiểu sự bất bình

đẳng và chia rẽ xã hội, cải thiện chất lượng cuộc sống và tăng cường mối quan hệ với các bên liên quan khác nhau sẽ tác động tích cực làm tăng hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Thứ hai, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, các hoạt động của doanh nghiệp xem xét đến các yếu tố kinh tế tác động trực tiếp và tích cực đến hiệu quả hoạt động với hệ số $\beta = 0,124$. Điều này cho thấy, việc quản lý doanh nghiệp nhằm giảm thiểu gánh nặng chi phí môi trường, hợp tác tích cực với các bên liên quan, cải thiện quy trình hoạt động để phân biệt hàng hóa hoặc dịch vụ của doanh nghiệp và đạt được khả năng cạnh tranh bền vững trong thời gian dài sẽ tác động tích cực làm tăng hiệu quả hoạt động.

Thứ ba, kết quả nghiên cứu cho thấy, các hoạt động của doanh nghiệp xem xét đến các yếu tố môi trường tác động trực tiếp đến hiệu quả hoạt động với hệ số $\beta = 0,267$. Điều này cho thấy, các nỗ lực của doanh nghiệp để quản lý hoạt động của doanh nghiệp theo cách mà các sản phẩm cuối cùng của doanh nghiệp không gây hại cho môi trường, không gây ô nhiễm, giảm thiểu tiêu thụ tài nguyên, giảm mức tiêu thụ năng lượng và tuân thủ các quy định về môi trường sẽ tác động tích cực làm tăng hiệu quả hoạt động.

Bên cạnh đó, cho đến nay, các tiếp cận của những nghiên cứu về tác động của bền vững doanh nghiệp đến hiệu quả hoạt động với vai trò trung gian của các bên liên quan chỉ là những khám phá riêng lẻ (Font và cộng sự, 2016; Eccles và cộng sự, 2014; Tomšič và cộng sự, 2015; Sy, 2016; El-Khalil and El-Kassar, 2018). Do đó, nghiên cứu này đã lấp đầy khoảng trống nghiên cứu bằng việc đề xuất và kiểm định vai trò trung gian của sự gắn bó của nhân viên, sự cam kết của nhà đầu tư và sự tham gia của cộng đồng địa phương trong tác động của bền vững doanh nghiệp đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp du lịch vùng duyên hải Nam Trung bộ.

Kết quả nghiên cứu cho thấy ba phương diện này đều tác động gián tiếp và cùng chiều đến hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp du lịch vùng duyên hải Nam Trung bộ thông qua ba biến trung gian là: sự gắn bó của nhân viên, sự cam kết của nhà đầu tư và sự tham gia của cộng đồng địa phương.

Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, các hoạt động của doanh nghiệp xem xét đến các yếu tố xã hội tác động gián tiếp đến hiệu quả hoạt động thông qua sự gắn bó của nhân viên ($\beta = 0,062$), sự cam kết của nhà đầu tư ($\beta = 0,039$) và sự tham gia của cộng

đồng địa phương ($\beta = 0,032$). Do đó, tổng tác động gián tiếp là $\beta = 0,133$.

Đồng thời, kết quả nghiên cứu cho thấy các hoạt động của doanh nghiệp xem xét đến các yếu tố kinh tế tác động gián tiếp đến hiệu quả hoạt động thông qua sự gắn bó của nhân viên ($\beta = 0,068$), sự cam kết của nhà đầu tư ($\beta = 0,020$) và sự tham gia của cộng đồng địa phương ($\beta = 0,027$). Do đó, tổng tác động gián tiếp là $\beta = 0,115$.

Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cho thấy, các hoạt động của doanh nghiệp xem xét đến các yếu tố môi trường tác động gián tiếp đến hiệu quả hoạt động thông qua sự gắn bó của nhân viên ($\beta = 0,050$), sự cam kết của nhà đầu tư ($\beta = 0,018$) và sự tham gia của cộng đồng địa phương ($\beta = 0,032$). Do đó, tổng tác động gián tiếp là $\beta = 0,099$. Điều này chỉ ra rằng, cả ba yếu tố sự gắn bó của nhân viên, sự cam kết của nhà đầu tư và sự tham gia của cộng đồng địa phương đều đóng vai trò quan trọng giúp tăng cường hiệu quả hoạt động.

Như vậy, kết quả kiểm định mô hình cho kết quả khẳng định rằng, bền vững doanh nghiệp giúp tăng cường hiệu quả hoạt động và lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp, kết quả nghiên cứu này phù hợp với các nghiên cứu của Tomšič và cộng sự (2015), Sy (2016) và El-Khalil and El-Kassar (2018). Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu bổ sung thêm nhận định rằng, bền vững doanh nghiệp không chỉ giúp doanh nghiệp đạt được hiệu quả hoạt động tốt hơn mà còn góp phần bảo vệ môi trường và giúp tăng cường sự gắn bó của nhân viên, sự cam kết của nhà đầu tư, sự tham gia của cộng đồng địa phương và điều này giúp cải thiện hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Kết quả nghiên cứu đã cho thấy bền vững doanh nghiệp có tác động trực tiếp và gián tiếp (qua ba biến trung gian là sự gắn bó của nhân viên, sự cam kết của nhà đầu

tư và sự tham gia của cộng đồng địa phương) đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch vùng duyên hải Nam Trung bộ. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, các hoạt động kinh tế của doanh nghiệp tác động trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch (β trực tiếp = 0,124) và tác động gián tiếp thông qua sự gắn bó của nhân viên, sự cam kết của nhà đầu tư và sự tham gia của cộng đồng địa phương (β gián tiếp = 0,115). Kết quả tác động tổng là β tổng = 0,239.

Thứ hai, các hoạt động xã hội của doanh nghiệp tác động trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch (β trực tiếp = 0,173) và tác động gián tiếp thông qua sự gắn bó của nhân viên, sự cam kết của nhà đầu tư và sự tham gia của cộng đồng địa phương (β gián tiếp = 0,133). Kết quả tác động tổng là β tổng = 0,306.

Thứ ba, các hoạt động môi trường của doanh nghiệp tác động trực tiếp đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp du lịch (β trực tiếp = 0,267), tác động gián tiếp thông qua sự gắn bó của nhân viên, sự cam kết của nhà đầu tư và sự tham gia của cộng đồng địa phương (β gián tiếp = 0,099). Kết quả tác động tổng là β tổng = 0,366.

4. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy, khi doanh nghiệp thực hiện các hoạt động gắn với các khía cạnh kinh tế, xã hội và môi trường sẽ giúp doanh nghiệp tăng cường hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Do đó, các doanh nghiệp du lịch cần quan tâm nhiều hơn nữa đến việc thực hiện các hoạt động của doanh nghiệp nhằm phát triển khả năng tạo ra giá trị lâu dài cho doanh nghiệp và các bên liên quan, bằng cách đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp và các bên liên quan gắn với các khía cạnh kinh tế, xã hội và môi trường trong hiện tại và tương lai.

Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cho thấy, khi doanh nghiệp làm tốt các hoạt động của doanh nghiệp vì mục tiêu phát triển kinh tế, xã hội và môi trường thì sẽ tăng cường sự gắn bó của nhân viên, sự cam kết của nhà đầu tư, sự tham gia của cộng đồng địa phương. Có được điều này hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp cũng sẽ được cải thiện và doanh nghiệp sẽ phát triển một cách bền vững. Do đó, kết quả nghiên cứu này cho thấy, các doanh nghiệp du lịch cần tăng cường hơn nữa nhận thức của nhân viên về các hoạt động của doanh nghiệp vì sự phát triển bền vững. Đồng thời, cần tạo điều kiện thuận lợi để đội ngũ nhân viên nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, tăng cường khả năng đáp ứng tốt nhất những nhu cầu và mong muốn phù hợp yêu cầu của doanh nghiệp và xã hội.

Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, cộng đồng địa phương đang giữ vai trò quan trọng trong phát triển du lịch. Theo đó, các doanh nghiệp du lịch cần tăng cường sự tham gia của cộng đồng vào phát triển du lịch. Kết quả nghiên cứu cho thấy rõ ràng nhận thức và tác động của bên vững doanh nghiệp là thực sự quan trọng đối với sự tham gia của cộng đồng địa phương. Do đó, các nhà quy hoạch cũng như các doanh nghiệp nên tập trung vào việc nâng cao vai trò tham gia của cộng đồng địa phương vào phát triển du lịch.

Nghiên cứu này xem xét và kiểm định một số yếu tố quan trọng trong các bên liên quan của doanh nghiệp, mặc dù nghiên cứu đã khẳng định được mức ý nghĩa của các khái niệm tham gia vào mô hình nghiên cứu, tuy nhiên, có thể tồn tại những khái niệm khác cũng có ý nghĩa thống kê cần được khám phá. Vì vậy, các nghiên cứu tiếp theo trong tương lai có thể mở rộng thêm các khái niệm để tăng độ đa dạng của mô hình nghiên cứu.

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Ashrafi M., Acciaro M., Walker T. R., Magnan G. M. & Adams M. (2019), 'Corporate sustainability in Canadian and US maritime ports', *Journal of Cleaner Production*, 220, 386-397.
2. Baumgartner R. J. & Ebner D. (2010), 'Corporate sustainability strategies: sustainability profiles and maturity levels', *Sustainable Development*, 18 (2), 76-89.
3. Bernard W. S. (1938), 'Student attitudes on marriage and the family', *American Sociological Review*, 3 (3), 354-361.
4. Chow W. S. & Chen Y. (2012), 'Corporate sustainable development: testing a new scale based on the mainland Chinese context', *Journal of Business Ethics*, 105 (4), 519-533.
5. Dyllick T. & Hockerts K. (2002), 'Beyond the business case for corporate sustainability', *Business Strategy and the Environment*, 11 (2), 130-141.
6. Dyllick T. & Muff K. (2016), 'Clarifying the meaning of sustainable business: Introducing a typology from business-as-usual to true business sustainability', *Organization & Environment*, 29 (2), 156-174.
7. Eccles R. G., Ioannou I. & Serafeim G. (2014), 'The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance', *Management Science*, 60 (11), 2835-2857.
8. El-Khalil R. & El-Kassar A. N. (2018), Effects of corporate sustainability practices on performance: the case of the MENA region', *Benchmarking: An International Journal*, 25 (5), 1333-1349.
9. Font X., Garay L. & Jones S. (2016), 'Sustainability motivations and practices in small tourism enterprises in European protected areas', *Journal of Cleaner Production*, 137, 1439-1448.
10. Fornell C. & Larcker D. F. (1981), 'Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics', *Journal of Marketing Research*, 18 (3), 382-388
11. Freeman R. E. (2015), 'Stakeholder theory', *Wiley Encyclopedia of Management*, 1-6.
12. Gao F., Dong Y., Ni C. & Fu R. (2016), 'Determinants and economic consequences of non-financial disclosure quality', *European Accounting Review*, 25 (2), 287-317.
13. Hahn T., Figge F., Aragón-Correa J. A. & Sharma S. (2017), 'Advancing research on corporate sustainability: Off to pastures new or back to the roots?' *Business & Society*, 56 (2), 155-185.
14. Hernaus T., Bach M. P. & Vukšić V. B. (2012), 'Influence of strategic approach to BPM on financial and non-financial performance', *Baltic Journal of Management*.
15. Henseler J., Ringle C. M. & Sarstedt M. (2015), 'A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling', *Journal of the academy of marketing science*, 43 (1), 115-135.
16. Inskeep E. (1991), Tourism planning: an integrated and sustainable development approach, *Van Nostrand Reinhold*.
17. Kocmanová A. & Dočekalová M. (2014), 'Corporate sustainability: environmental, social, economic and corporate performance', *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 59 (7), 203-208.
18. Lo S. F. & Sheu H. J. (2007), 'Is corporate sustainability a value-increasing strategy for business?', *Corporate Governance: An International Review*, 15 (2), 345-358.
19. Lozano R. (2015), 'A holistic perspective on corporate sustainability drivers', *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22 (1), 32-44.
20. Meyer J. P. & Allen N. J. (1997), *Commitment in the workplace: Theory,*

- research and application, Sage publications.
21. O'Reilly C. (1989), 'Corporations, culture and commitment: Motivation and social control in organizations', *California Management Review*, 31 (4), 9-25.
 22. O'Reilly C. A. & Chatman J. (1986), 'Organizational commitment and psychological attachment: The effects of compliance, identification and internalization on prosocial behavior', *Journal of Applied Psychology*, 71 (3), 492.
 23. Rodgers W., Choy H. L. & Guiral A. (2013), 'Do investors value a firm's commitment to social activities?', *Journal of Business Ethics*, 114 (4), 607-623.
 24. Silver L., Berggren B. & Veghohn F. (2010), 'The impact of investment readiness on investor commitment and market accessibility in SMEs', *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 23 (1), 81-95.
 25. Simmons D. G. (1994), 'Community participation in tourism planning', *Tourism Management*, 15 (2), 98-108.
 26. Steurer R., Langer M. E., Konrad A. & Martinuzzi A. (2005), 'Corporations, stakeholders and sustainable development: a theoretical exploration of business-society relations', *Journal of Business ethics*, 61 (3), 263-281.
 27. Stone D. A. (1989), 'Causal stories and the formation of policy agendas', *Political Science Quarterly*, 104 (2), 281-300.
 28. Sy M. V. (2016), 'Impact of sustainability practices on the firms' performance', *Asia Pac. Bus. Econ. Perspect*, 4, 4-21.
 29. Székely N. & Vom Brocke J. (2017), 'What can we learn from corporate sustainability reporting? Deriving propositions for research and practice from over 9,500 corporate sustainability reports published between 1999 and 2015 using topic modelling technique', *PLoS One*, 12 (4), e0174807.
 30. Tomšič N., Bojnec Š. & Simčič B. (2015), 'Corporate sustainability and economic performance in small and medium sized enterprises', *Journal of Cleaner Production*, 108, 603-612.
 31. Tosun C. (1999), 'Towards a typology of community participation in the tourism development process', *Anatolia*, 10 (2), 113-134.
 32. Tosun C. (2000), 'Limits to community participation in the tourism development process in developing countries', *Tourism Management*, 21 (6), 613-633.
 33. Tosun C. (2006), 'Expected nature of community participation in tourism development', *Tourism Management*, 27 (3), 493-504.
 34. WeiBo Z., Kaur S. & Jun W. (2010), 'New development of organizational commitment: A critical review (1960-2009)', *African Journal of Business Management*, 4 (1), 012-020.
 35. Meyer J. P. & Allen N. J. (1997), 'Commitment in the workplace: Theory, research, and application', Sage publications.
 36. Yew L. T. (2007), 'Job satisfaction and affective commitment: A study of employees in the tourism industry in Sarawak, Malaysia', *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 4 (1), 85-101.

Ngày nhận bài : 12-7-2021

Ngày nhận bản sửa : 13-8-2021

Ngày duyệt đăng : 15-8-2021