

VAI TRÒ CỦA LÃNH ĐẠO ĐỐI VỚI HÀNH VI NGÂN HÀNG XANH TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

Nguyễn Quốc Anh

Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Tăng Mỹ Sang¹

Trường Đại học Kinh tế - Tài chính, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

Ngày nhận: 30/10/2023; **Ngày hoàn thành biên tập:** 28/02/2023; **Ngày duyệt đăng:** 29/02/2023

DOI: <https://doi.org/10.38203/jiem.vi.102023.1093>

Tóm tắt: Bài viết được thực hiện nhằm tìm hiểu vai trò của lãnh đạo cấp cao đối với hành vi ngân hàng xanh tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng với mô hình cấu trúc tuyến tính. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập qua khảo sát 350 người lao động đang làm việc tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy chuẩn chủ quan, thái độ, sự ủng hộ của tổ chức, sự ủng hộ của lãnh đạo cấp cao, nhận thức kiểm soát hành vi có tác động trực tiếp đến ý định hành vi ngân hàng xanh của người lao động. Ý định hành vi có tác động trực tiếp đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động. Kết quả nghiên cứu cũng xác nhận vai trò trung gian của ý định hành vi đối với tác động của thái độ, chuẩn chủ quan, sự ủng hộ của tổ chức, sự ủng hộ của lãnh đạo cấp cao đến hành vi xanh của người lao động. Bài viết đã góp phần làm rõ hành vi xanh của người lao động tại các ngân hàng Việt Nam, làm phong phú thêm kết quả nghiên cứu cho chủ đề này. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số hàm ý quản trị cho các lãnh đạo tại các ngân hàng Việt Nam.

Từ khóa: Chuẩn chủ quan, Hành vi, Lãnh đạo, Ngân hàng xanh, Thái độ

THE ROLE OF LEADERSHIP IN GREEN BANKING BEHAVIOR AT VIETNAM COMMERCIAL BANKS

Abstract: This study aims to understand the role of top leadership in influencing green banking behavior of commercial banks in Vietnam. The article employs a quantitative research method with structural equation modeling. The data were collected through a survey of 350 employees working in commercial banks in Vietnam. Research results show that subjective norms, attitudes, organizational support, senior leadership support, and perceived behavioral control have a direct impact on people's green banking behavioral intention. The behavioral intention

¹ Tác giả liên hệ, Email: sangtm@uef.edu.vn

has a direct impact on employees' green banking behavior. The findings also confirm the mediating role of behavioral intention on the impact of attitudes, subjective norms, organizational support, and senior leader support on the green behavior of employees. The article has contributed to clarifying the green behavior of employees at Vietnamese banks, enriching research results on this topic. Based on the results, the research proposes some management implications for leaders at Vietnamese banks.

Keywords: Subjective norms, Behavior, Leadership, Green banking, Attitudes

1. Giới thiệu

Quá trình toàn cầu hóa trong hai thập kỷ qua đã ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường, gây ra nhiều tranh luận giữa các nhà nghiên cứu và là mối quan tâm của chính quyền các cấp trên thế giới (Rehman & cộng sự, 2021; Tran & Nguyen, 2021). Sự quan tâm này nhằm thúc đẩy mọi người trở nên có ý thức hơn về môi trường và thúc đẩy “hành vi xanh” đối với nhiều đối tượng khác nhau trong đó có các tổ chức tài chính như ngân hàng (Tsindeliani & cộng sự, 2021).

Ngành ngân hàng nhìn chung được coi là thân thiện với môi trường xét về lượng khí thải và ô nhiễm (Nath & cộng sự, 2014). Trong hoạt động của họ, việc sử dụng năng lượng, giấy và nước thường không đáng kể. Các tác động môi trường của ngân hàng không liên quan trực tiếp đến hoạt động ngân hàng, mà liên quan đến các hoạt động bên ngoài do khách hàng tạo ra (Stauropoulou & cộng sự, 2023). Mặc dù tác động từ các hoạt động bên ngoài của ngân hàng là đáng kể nhưng rất khó ước tính.

Các nhà nghiên cứu đã chỉ ra rằng sự thành công của chiến lược ngân hàng xanh chịu tác động mạnh bởi thái độ và hành vi của nhân viên (Hasan & Farida, 2021). Nhân viên ngân hàng là những người thực hiện các hoạt động ngân hàng xanh hàng ngày và có tác động nhất định đến việc lựa chọn dịch vụ của khách hàng (Rehman & cộng sự, 2021). Theo lý thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action – TRA), ý định hành vi ảnh hưởng đến hành vi của khách hàng, hành vi này bị ảnh hưởng bởi các chuẩn mực chủ quan, thái độ và nhận thức kiểm soát hành vi (Madden & cộng sự, 1992). Khi nghiên cứu lĩnh vực ngân hàng điện tử và phát triển bền vững, các yếu tố này cũng được xác định là yếu tố chính ảnh hưởng đến hành vi (Hasan & cộng sự, 2022).

Bên cạnh đó, các nghiên cứu trước đây cũng chỉ ra rằng sự hỗ trợ của tổ chức và cấp trên cũng có ảnh hưởng đáng kể đến ý định hành vi và hành vi của nhân viên ngân hàng (Hasan & cộng sự, 2022). Quản lý cấp cao có ảnh hưởng lớn đến tổ chức và các quyết định quan trọng (Rodríguez Bolívar & cộng sự, 2015). Ngân hàng xanh đòi hỏi phải có sự thay đổi trong cung cấp dịch vụ cũng như đầu tư vào con người và vốn. Do đó, phải có sự hỗ trợ, chỉ đạo từ tổ chức và các nhà quản lý cấp cao phải có mặt và có ảnh hưởng quyết định đến hiệu suất.

Ngân hàng xanh ngày càng trở nên hấp dẫn đối với các tổ chức tín dụng tại Việt Nam (Nguyen & cộng sự, 2023). Tuy nhiên, chưa có nhiều kết quả nghiên cứu về ngân hàng xanh được công bố và chưa có nghiên cứu nào làm rõ vai trò hỗ trợ của ban lãnh đạo cấp cao trong chiến lược ngân hàng xanh. Kết quả chỉ ra rằng ngân hàng xanh hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển các sản phẩm xanh thông qua việc cấp tín dụng (Nguyễn & Đỗ, 2019). Nghiên cứu trước đây về các ứng dụng ngân hàng xanh chủ yếu tập trung vào các vấn đề như tiết kiệm năng lượng, sự dễ dàng, tính khả thi về thời gian, hiệu quả chi phí và khả năng tiếp cận sản phẩm. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng nhận thức và hiểu biết của cộng đồng còn rất hạn chế (Hà, 2020).

Các nghiên cứu trước cho thấy nghiên cứu hành vi về ngân hàng xanh vẫn còn rất hạn chế. Chưa có nghiên cứu nào về các yếu tố ảnh hưởng đến thái độ sử dụng dịch vụ ngân hàng xanh, từ đó ảnh hưởng đến hành vi xanh của người lao động tại Việt Nam, đây cũng là một khoảng trống nghiên cứu. Về mặt học thuật, nghiên cứu này làm rõ liệu có sự khác biệt trong kết quả thực nghiệm ở một quốc gia đang phát triển khi nghiên cứu hành vi ngân hàng xanh sử dụng lý thuyết TRA so với các nghiên cứu trước đây hay không. Hơn nữa, kết quả nghiên cứu nhằm mục đích làm rõ vai trò của các nhà quản lý cấp cao trong hành vi ngân hàng xanh của người lao động tại các tổ chức tín dụng. Về thực tiễn, nghiên cứu này làm rõ các yếu tố ảnh hưởng đến thái độ và hành vi đối với việc triển khai ngân hàng xanh, hỗ trợ các nhà quản lý ngân hàng xây dựng chiến lược phát triển bền vững.

Cấu trúc của bài nghiên cứu gồm 6 phần. Phần 1 giới thiệu nghiên cứu. Tiếp đó, phần 2 trình bày tổng quan nghiên cứu. Phần 3 trình bày lý thuyết nền và các khái niệm có liên quan đến chủ đề nghiên cứu. Phần 4 trình bày phương pháp nghiên cứu, nội dung này thể hiện thông tin về dữ liệu nghiên cứu, phương pháp xử lý dữ liệu và thang đo. Trong phần 5, kết quả nghiên cứu được trình bày và thảo luận. Cuối cùng, phần 6 đưa ra hàm ý chính sách và kết luận.

2. Tổng quan các nghiên cứu trước

2.1 Hành vi ngân hàng xanh

Hành vi xanh hay còn được gọi là hành vi bảo vệ môi trường (Ali & cộng sự, 2020) là hành vi có ảnh hưởng tích cực đến môi trường xung quanh. Đây là những hành vi có mục đích giúp giảm tác động tiêu cực của hành động con người đối với môi trường (Stern, 2000). Hành vi xanh được tạo thành từ sự kết hợp của 8 yếu tố gồm nhận thức vấn đề, sự phối hợp bên trong, chuẩn mực xã hội, cảm giác tội lỗi, nhận thức kiểm soát hành vi, thái độ, chuẩn mực đạo đức và ý định (Bamberg & Möser, 2007). Nghiên cứu trước đây đã cho thấy hành vi xanh của người lao động chỉ xuất phát từ sự chủ động bảo vệ môi trường của các cá nhân liên quan đến nghề nghiệp của họ (Ones & Dilchert, 2021).

Hành vi xanh được người lao động áp dụng để hoàn thành nhiệm vụ đã thay đổi đáng kể trong thời gian gần đây, người lao động thực hiện hành vi xanh trên tinh

thần tự nguyện, không phải là nhiệm vụ bắt buộc (Ones & Dilchert, 2021). Người lao động cũng không đồng ý rằng hành vi thân thiện với môi trường chỉ nên giới hạn ở thành tích nhiệm vụ. Thay vào đó, người lao động thể hiện hành vi xanh để chứng minh sự tham gia của họ vào việc bảo vệ môi trường. Theo quan điểm của de Araujo (2014), động lực và ý định của nhân viên là hai yếu tố đóng vai trò then chốt trong việc thực hiện hành vi xanh.

2.2 Lý thuyết các bên liên quan

Lý thuyết các bên liên quan được sử dụng phổ biến trong nghiên cứu quản lý bền vững. Lý thuyết này bắt nguồn từ lý thuyết về tình cảm đạo đức của Adam Smith. Nội dung lý thuyết liên quan đến quản trị chiến lược, đạo đức kinh doanh và gắn đây tập trung vào vấn đề phát triển bền vững, chủ đề trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (Al-Shamali & cộng sự, 2013).

Hoạt động của các tổ chức kinh doanh có liên quan đến các bên liên quan. Các bên liên quan là bất kỳ ai có thể ảnh hưởng hoặc bị ảnh hưởng bởi sự thành công của các mục tiêu của tổ chức (Freeman & Reed, 1983). Các bên liên quan được chia thành hai nhóm gồm các bên liên quan chính và các bên liên quan phụ (Lozano, 2012). Các bên liên quan chính là những đối tượng có thể tác động mạnh mẽ đến hoạt động của tổ chức như khách hàng, nhân viên. Các bên liên quan phụ là những đối tượng có thể tác động gián tiếp đến các quyết định quan trọng của tổ chức, dẫn đến thất bại hoặc thiệt hại ở mức độ không thể chấp nhận được.

Trong ngành ngân hàng, lý thuyết này giải thích trách nhiệm và nhận thức của ngân hàng đối với các bên liên quan bên ngoài và bên trong của hoạt động của ngân hàng. Theo lý thuyết này, ngân hàng áp dụng chương trình trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) như một phương pháp thúc đẩy các chính sách và hành động có trách nhiệm với xã hội và đáp ứng hiệu quả nhu cầu của khách hàng (Maignan & cộng sự, 1997).

2.3 Lý thuyết hành động hợp lý

Ajzen và Fishbein đã phát triển lý thuyết hành động hợp lý (TRA) vào năm 1967 (Madden & cộng sự, 1992). Theo mô hình lý thuyết này, ý định hành vi dẫn đến hành vi và ý định được xác định bởi thái độ của cá nhân đối với hành vi, cũng như ảnh hưởng của các chuẩn mực chủ quan xung quanh việc thực hiện hành vi đó. Bên cạnh đó, thái độ và chuẩn mực chủ quan đóng một vai trò trong ý định hành vi (Blue, 1995). Mô hình này dự đoán và giải thích xu hướng thực hiện hành vi dựa trên thái độ của người tiêu dùng đối với hành vi của người tiêu dùng hơn là thái độ của người tiêu dùng đối với sản phẩm hoặc dịch vụ. Các thành phần của mô hình TRA bao gồm hành vi, ý định hành vi, thái độ và chuẩn mực chủ quan.

Hành vi là những hành động có thể quan sát được của một đối tượng, được xác định bởi ý định hành vi. Ý định hành vi đo lường khả năng chủ quan của chủ thể

để thực hiện một hành vi. Thái độ cá nhân đối với hành vi và chuẩn mực chủ quan xác định ý định hành vi. Thái độ thể hiện nhận thức tích cực hoặc tiêu cực của một cá nhân về việc thực hiện một hành vi và có thể được đo lường bằng tổng sức mạnh của niềm tin và đánh giá của niềm tin này. Các chuẩn mực chủ quan được định nghĩa là nhận thức của một cá nhân, dựa trên các tham chiếu chính, về việc nên hay không nên thực hiện một hành vi cụ thể (Yousafzai & cộng sự, 2010).

Lý thuyết TRA phù hợp với nghiên cứu ngân hàng xanh vì các chuẩn mực chủ quan và thái độ được cho là hai cơ sở ảnh hưởng đến thái độ ngân hàng xanh. Hơn nữa, nghiên cứu sử dụng lý thuyết TRA cho ngân hàng xanh cho thấy thái độ ảnh hưởng đến hành vi đối với ngân hàng xanh (Hasan & cộng sự, 2022). Kết quả nghiên cứu về hành vi sử dụng thẻ tín dụng ở Malaysia cho thấy thái độ tốt hơn đối với hành vi có tác động tích cực đến hành vi (Ab Rahim & Amin, 2011).

2.4 Lý thuyết hành vi có kế hoạch

Lý thuyết hành vi có kế hoạch (Theory of Planned Behavior - TPB) phát triển từ lý thuyết TRA, cho rằng xu hướng hành vi để thực hiện một hành vi có thể được dự đoán hoặc giải thích (Yousafzai & cộng sự, 2010). Theo nội dung của lý thuyết này, có ba yếu tố ảnh hưởng đến ý định hành vi gồm thái độ, ảnh hưởng xã hội và nhận thức kiểm soát hành vi. Đầu tiên là thái độ, thái độ được định nghĩa là đánh giá tích cực hoặc tiêu cực về hành vi thực hiện. Yếu tố thứ hai là ảnh hưởng xã hội, được định nghĩa là áp lực xã hội nhận thức được để thực hiện hoặc kiềm chế thực hiện hành vi. Cuối cùng, Ajzen đã phát triển lý thuyết TPB bằng cách đưa nhận thức kiểm soát hành vi vào mô hình TRA (Conner & Armitage, 1998).

Mô hình TPB khắc phục những nhược điểm của mô hình TRA bằng cách thêm vào việc kiểm soát hành vi nhận thức (Yousafzai & cộng sự, 2010). Nhận thức kiểm soát hành vi phản ánh mức độ dễ dàng hay khó khăn khi thực hiện hành vi, điều này được xác định bởi sự sẵn có của các nguồn lực và cơ hội để thực hiện hành vi. Ajzen đề xuất rằng các yếu tố kiểm soát hành vi ảnh hưởng trực tiếp đến xu hướng thực hiện hành vi và nếu một người nhận thức đúng về mức độ kiểm soát, thì kiểm soát hành vi cũng dự đoán hành vi đó (Ajzen & Driver, 1992).

Mô hình TPB đã được sử dụng rộng rãi trong các nghiên cứu về ý định sử dụng và hành vi của ngân hàng trực tuyến và ngân hàng điện tử (Aldammagh & cộng sự, 2021). Dựa trên mô hình TPB, nghiên cứu về hành vi chấp nhận ngân hàng Hồi giáo ở Uganda cũng đã được thực hiện (Bananuka & cộng sự, 2020). Tại Pakistan, nghiên cứu về hành vi ngân hàng xanh cũng đã sử dụng mô hình TPB để xây dựng mô hình nghiên cứu (Afridi & cộng sự, 2023). Trong nghiên cứu này, mô hình TPB được sử dụng bên cạnh mô hình TRA để làm rõ hành vi ngân hàng xanh dựa trên mức độ dễ dàng hay khó khăn khi thực hiện hành vi đó.

2.5 Hành vi xanh của người lao động tại các ngân hàng thương mại Việt Nam

Theo Báo cáo Thông kê năng lượng toàn cầu của tổ chức KPMG vào năm 2023, Việt Nam là một trong 10 nước có mức độ ô nhiễm cao nhất trong khu vực ASEAN. Giai đoạn 2000-2015, khi tổng sản phẩm quốc nội (GDP) bình quân đầu người tăng từ 390 USD lên 2.000 USD thì lượng khí thải carbon dioxide (CO₂) cũng tăng gần gấp bốn lần. Trước tình trạng này, Nghị quyết số 27-NQ/ĐU ngày 03/10/2023 về thực hiện Chiến lược quốc gia về tăng trưởng xanh giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 và Chiến lược quốc gia về biến đổi khí hậu giai đoạn đến năm 2050 đã được triển khai. Các ngân hàng thương mại Việt Nam cũng đã bắt đầu chú trọng quản lý rủi ro môi trường và xã hội (ESG), hướng tới phát triển mô hình ngân hàng xanh.

Nhận thức được xu thế tất yếu của phát triển xanh, các ngân hàng thương mại đã và đang triển khai tổng thể, toàn diện, linh hoạt, hiệu quả nhiều giải pháp để hiện thực hóa mục tiêu chiến lược như chuyển đổi cấu trúc quản trị, cấp tín dụng xanh. Ngoài ra, các ngân hàng cũng đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ đi cùng với xây dựng thói quen thân thiện với môi trường cho người lao động và khách hàng. Một số ngân hàng đã đưa ra những giải pháp then chốt như tăng cường truyền thông, làm thay đổi và nâng cao nhận thức cho người lao động về thực hành “Sống Xanh”, bảo vệ môi trường, xây dựng nếp sống văn minh thân thiện vì sự phát triển bền vững, công bằng, tiến bộ xã hội.

Nhiều ngân hàng cũng khuyến khích người lao động hưởng ứng tham gia từ các việc làm nhỏ như thay thế chai nhựa đựng nước, sản phẩm nhựa dùng một lần tại văn phòng làm việc thành các sản phẩm thân thiện với môi trường, trồng cây xanh, sử dụng tiết kiệm giấy, năng lượng, nước, phân loại rác thải theo quy định, giảm sử dụng và hướng tới việc không dùng túi nylon... Lòng ghép hoạt động bảo vệ môi trường với phong trào xây dựng không gian làm việc, không gian giao dịch thân thiện với môi trường.

2.6 Tổng lược các nghiên cứu có liên quan

Tổng hợp các nghiên cứu trước cho thấy hành vi xanh của người lao động nhận được sự quan tâm lớn của các nhà nghiên cứu (Hasan & cộng sự, 2022; Alshebami, 2021). Unsworth & cộng sự (2021) đã thực hiện một nghiên cứu định tính tại hệ thống ngân hàng Anh, kết quả cho thấy sự cần thiết của quan điểm hệ thống đối với hành vi thân thiện môi trường của người lao động. Nghiên cứu tại các ngân hàng Ả Rập đối với 158 người lao động nhằm xác định mối liên hệ giữa thực hành ngân hàng xanh, hành vi xanh của người lao động và hình ảnh ngân hàng xanh cũng đã xác nhận rằng hành vi xanh của nhân viên bị ảnh hưởng trực tiếp bởi hoạt động xanh của tổ chức và quan điểm của lãnh đạo ngân hàng (Alshebami, 2021). Nghiên cứu đối với 366 nhân viên ngân hàng tại Bangladesh nhằm xác định ảnh hưởng của chuẩn chủ quan, thái độ đối với môi trường, sự hỗ trợ của lãnh đạo, nhận thức hành vi đối với hành vi ngân hàng xanh, dưới tác động của ý định hành vi đã cho thấy thái độ, nhận thức hành vi và các chuẩn chủ quan cũng có ảnh hưởng đáng kể đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động (Hasan & cộng sự, 2022). Tại Việt Nam, các

nghiên cứu có liên quan được công bố chưa nhiều, kết quả cho thấy sự tương tác hai chiều giữa đào tạo xanh và văn hóa tổ chức xanh có thể mở ra cam kết của nhân viên đối với môi trường, đặc biệt là ở cấp độ cao và trung bình của văn hóa tổ chức xanh (Pham & cộng sự, 2019). Tuy nhiên, kết quả trên được nghiên cứu đối với các khách sạn 5 sao và chưa tìm thấy kết quả nghiên cứu cho ngành ngân hàng.

3. Xây dựng giả thuyết nghiên cứu

3.1 Chuẩn chủ quan và ý định hành vi ngân hàng xanh của người lao động

Theo mô hình TRA và TPB, chuẩn chủ quan đề cập đến niềm tin về việc đa số mọi người tán thành hay không tán thành hành động đó. Nó liên quan đến niềm tin của một người về việc liệu đồng nghiệp và những người quan trọng nghĩ rằng họ nên tham gia vào hành vi đó hay không (Fishbein & Ajzen, 1977). Chuẩn chủ quan trong ngân hàng xanh là áp lực xã hội dẫn đến hành vi xanh (Hasan & cộng sự, 2022). Chuẩn chủ quan được đánh giá là một trong những yếu tố quan trọng quyết định ý định hành vi (Fishbein & Ajzen, 1977).

Chuẩn chủ quan được xác định là một trong những yếu tố dự đoán ý định hành vi của người dùng trong lĩnh vực tài chính ngân hàng (Hasan & cộng sự, 2022). Ngoài ra, nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng đây là yếu tố có ảnh hưởng lớn nhất đến ý định hành vi tài chính cá nhân (Taneja & Ali, 2021). Tương tự, đây là yếu tố có tác động đáng kể đến ý định hành vi gửi tiền tại ngân hàng (Abduh & cộng sự, 2011). Theo nghiên cứu của Hasan & cộng sự (2022), đây là yếu tố ảnh hưởng mạnh mẽ nhất đến ý định sử dụng ngân hàng xanh khi so sánh với các yếu tố khác trong mô hình TRA và TPB. Từ đó, giả thuyết nghiên cứu sau được đề xuất:

H1: Chuẩn chủ quan có tác động cùng chiều đến ý định hành vi ngân hàng xanh của người lao động.

3.2 Thái độ và ý định hành vi ngân hàng xanh của người lao động

Thái độ được định nghĩa là cảm xúc của một cá nhân về ý định thực hiện một hành vi cụ thể, có thể tích cực hoặc tiêu cực (Yousafzai & cộng sự, 2010). Theo mô hình TRA và TPB, thái độ được hình thành bởi niềm tin mạnh mẽ về kết quả và đánh giá hiệu suất. Thái độ xanh của nhân viên được xác định bởi niềm tin, cảm xúc và tiêu chuẩn của họ về các hoạt động xanh (Hasan & cộng sự, 2022).

Thái độ là một yếu tố quan trọng được sử dụng để dự đoán ý định hành vi ngân hàng. Thái độ càng tích cực thì ý định thực hiện hành vi càng có nhiều khả năng được thực hiện (Afridi & cộng sự, 2023). Nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng ý định hành vi của người dùng hiện tại và tiềm năng bị ảnh hưởng bởi thái độ của họ đối với việc sử dụng các dịch vụ tài chính Hồi giáo (Bananuka & cộng sự, 2020). Trong lĩnh vực ngân hàng xanh, kết quả nghiên cứu ở Bangladesh cho thấy thái độ ảnh hưởng đến ý định sử dụng ngân hàng xanh (Hasan & cộng sự, 2022). Từ đó, giả thuyết sau đây được phát triển:

H2: Thái độ đối với ngân hàng xanh ảnh hưởng tích cực đến ý định hành vi ngân hàng xanh của người lao động.

3.3 Nhận thức kiểm soát hành vi và ý định ngân hàng xanh của người lao động

Nhận thức kiểm soát hành vi đề cập đến mức độ khó hay dễ khi thực hiện một hành vi (Aldammagh & cộng sự, 2021). Nhận thức kiểm soát hành vi về ngân hàng xanh thể hiện sự hiểu biết về hành vi ngân hàng xanh (Hasan & cộng sự, 2022).

Theo mô hình TPB, nhận thức kiểm soát hành vi có ảnh hưởng trực tiếp đến ý định hành vi (Aldammagh & cộng sự, 2021). Khi một cá nhân được hỗ trợ thực hiện một hành vi, ý định thực hiện hành vi đó của người đó sẽ tăng lên. Việc chấp nhận hành vi bị hạn chế khi có những trở ngại như thiếu kỹ năng hoặc khó kiểm soát hành vi (Asim Ali Bukhari & cộng sự, 2019). Ở Bangladesh, nhận thức kiểm soát hành vi được phát hiện ảnh hưởng đến ý định hành vi ngân hàng xanh (Hasan & cộng sự, 2022). Từ đó, giả thuyết sau được đề xuất:

H3: Nhận thức kiểm soát hành vi có tác động tích cực đến ý định hành vi ngân hàng xanh của người lao động.

3.4 Hỗ trợ của quản lý cấp cao và hành vi ngân hàng xanh của người lao động

Khi các nhà quản lý ngân hàng hàng đầu tập trung vào ngân hàng xanh, các hoạt động xanh sẽ thuận tiện hơn (Okyere-kwakye & Nor, 2021). Lãnh đạo cấp cao xây dựng các quy trình quản lý xanh và các nguyên tắc đạo đức trong hoạt động tổ chức, thiết kế, đổi mới và triển khai (Hasan & cộng sự, 2022). Các nguồn lực tài chính và các nguồn lực khác cho quá trình chuyển đổi cũng sẽ được ưu tiên (Okyere-kwakye & Nor, 2021).

Sự hỗ trợ của ban lãnh đạo cấp cao được phát hiện là có tác động tích cực và đáng kể đến ý định hành vi ngân hàng xanh. Kết quả nghiên cứu tại Bangladesh trong thời kỳ đại dịch COVID-19 cho thấy sự hỗ trợ của cấp quản lý cấp cao có ảnh hưởng tích cực đến ý định hành vi ngân hàng xanh (Hasan & cộng sự, 2022). Hơn nữa, sự hỗ trợ của ban quản lý cấp cao được phát hiện là có tác động lớn nhất đến ý định ngân hàng xanh ở Ấn Độ (Tara & cộng sự, 2015). Do đó, trong bối cảnh ngân hàng xanh tại các ngân hàng thương mại Việt Nam, giả thuyết sau đây được đề xuất:

H4: Hỗ trợ của quản lý cấp cao ảnh hưởng tích cực đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động.

3.5 Ý định ngân hàng xanh và hành vi ngân hàng xanh của người lao động

Ý định hành vi là thước đo khả năng chấp nhận hành vi. Hành vi bị ảnh hưởng bởi ý định hành vi. Theo mô hình TRA và TPB, hành vi là những hành động có thể quan sát được của một đối tượng được xác định bởi ý định hành vi (Fishbein & Ajzen, 1977). Hành vi xanh đề cập đến các hành động đóng góp hoặc đảm bảo tính

bền vững của môi trường (Alshebami, 2021) và ý định sử dụng ngân hàng xanh là thước đo mức độ chấp nhận ngân hàng xanh.

Người lao động phải nhiệt tình với chiến lược ngân hàng xanh nếu muốn chương trình xanh của ngân hàng thành công. Nhân viên ngân hàng dành phần lớn thời gian của họ tại nơi làm việc, thực hiện các nhiệm vụ do ngân hàng quy định. Do đó, nhiều yếu tố như các quy tắc, quy định, chính sách và văn hóa của ngân hàng sẽ ảnh hưởng đến hành vi ngân hàng xanh của nhân viên (Alshebami, 2021).

Hành vi ngân hàng xanh của nhân viên có 5 yếu tố bao gồm bảo tồn, tính bền vững của công việc, tránh gây hại, ảnh hưởng đến người khác và chủ động (Raza & cộng sự, 2020). Cụ thể, bảo tồn là sử dụng năng lượng hiệu quả và giảm thiểu chất thải (Ones & Dilchert, 2021). Tính bền vững của công việc thể hiện khả năng thích ứng của nhân viên. Nó đề cập đến các hành vi tại nơi làm việc đã được thực hiện để cải thiện tính bền vững của môi trường và quy trình làm việc. Đây là một quy trình thích ứng và cải thiện việc cung cấp sản phẩm để giảm các tác động có hại đến môi trường (Ali & Oudat, 2020). Tránh gây hại là tránh và hạn chế các hành vi có hại cho môi trường. Gây ảnh hưởng đến những người khác liên quan đến việc truyền bá các hành vi bền vững cho một cá nhân khác như giáo dục, cố vấn, lãnh đạo, truyền cảm hứng và hỗ trợ (Ones & Dilchert, 2021). Từ đó, giả thuyết sau được đề xuất:

H5: Ý định hành vi ngân hàng xanh ảnh hưởng tích cực đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động.

3.6 Sự hỗ trợ của tổ chức và hành vi ngân hàng xanh của người lao động

Sự hỗ trợ của tổ chức được hiểu là sự hỗ trợ thực hiện các nhiệm vụ và trách nhiệm hàng ngày của người lao động theo cách thân thiện với môi trường. Đối với người lao động, kỳ vọng của họ khi thực hiện hành vi xanh là nhận được đánh giá cao từ tổ chức (Alnaimi & Rjoub, 2021). Nghiên cứu của Boiral & cộng sự (2015) đã cho thấy những nhân viên nhận được sự hỗ trợ của tổ chức có nhiều khả năng tham gia vào các sáng kiến sinh thái tại nơi làm việc. Tương tự, Pham & cộng sự (2020) đã thực hiện nghiên cứu về tác động của văn hóa tổ chức đến hành vi xanh ở Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy văn hóa tổ chức có ảnh hưởng đến hành vi xanh của người lao động. Trong bối cảnh nghiên cứu tại Ý, kết quả cho thấy có sự hỗ trợ của tổ chức có ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động (Pinzone & cộng sự, 2019). Từ đó, giả thuyết nghiên cứu sau được đề xuất:

H6: Sự hỗ trợ của tổ chức có ảnh hưởng tích cực đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động.

3.7 Vai trò trung gian của ý định hành vi ngân hàng xanh của người lao động

Trong nghiên cứu hành vi, điều quan trọng là phải hiểu được vai trò gián tiếp của ý định trong việc hình thành hành vi. Theo mô hình TRA và mô hình TPB, ý định là

một yếu tố quan trọng trong việc dự đoán hành vi. Trong mô hình này, ý định đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa thái độ và ý định. Mối quan hệ trung gian này làm sáng tỏ thái độ và ý định ảnh hưởng đến hành vi như thế nào (Conner & Armitage, 1998).

Thái độ tích cực có tác động tích cực đến hành vi, nhưng áp lực xã hội từ những người quan trọng có thể dẫn đến hành động không được thực hiện. Kết quả là hai mô hình này kết hợp các chuẩn chủ quan để làm rõ tác động của xã hội và cá nhân đối với hành vi. Mục tiêu của tác động trung gian của ý định trong mối quan hệ giữa thái độ và hành vi là làm rõ ảnh hưởng của các chuẩn mực chủ quan đối với hành vi dưới tác động của ý định hành vi (Yousafzai & cộng sự, 2010).

Nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng vai trò trung gian của ý định đối với thái độ và hành vi có mức độ tác động khác nhau. Nghiên cứu của Wicker (1969) cho thấy sự tác động nhẹ. Một nghiên cứu khác về ngân hàng xanh, nghiên cứu này được thực hiện bởi Hasan & cộng sự (2022) đã tìm thấy sự tác động đáng kể.

Hơn nữa, việc ngân hàng xanh dễ thực hiện hay khó thực hiện đều ảnh hưởng đến hành vi. Mô hình TPB bao gồm yếu tố kiểm soát hành vi nhận thức để giải thích toàn bộ ảnh hưởng của các yếu tố này đối với hành vi. Do đó, ảnh hưởng của ý định là rất quan trọng trong thực hành ngân hàng xanh bởi vì các tiêu chuẩn, thái độ, hỗ trợ của tổ chức, quản lý cấp cao và kiểm soát hành vi nhận thức đều gián tiếp hình thành hành vi ngân hàng xanh. Một số nghiên cứu trước đây, chẳng hạn như nghiên cứu của Ogden & cộng sự (2011) hoặc Hasan & cộng sự (2022) đều đã tìm thấy mối quan hệ này. Từ đó, các giả thuyết nghiên cứu sau được đề xuất:

H7: Ý định hành vi ngân hàng xanh có tác động trung gian đến ảnh hưởng của sự hỗ trợ của tổ chức đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động.

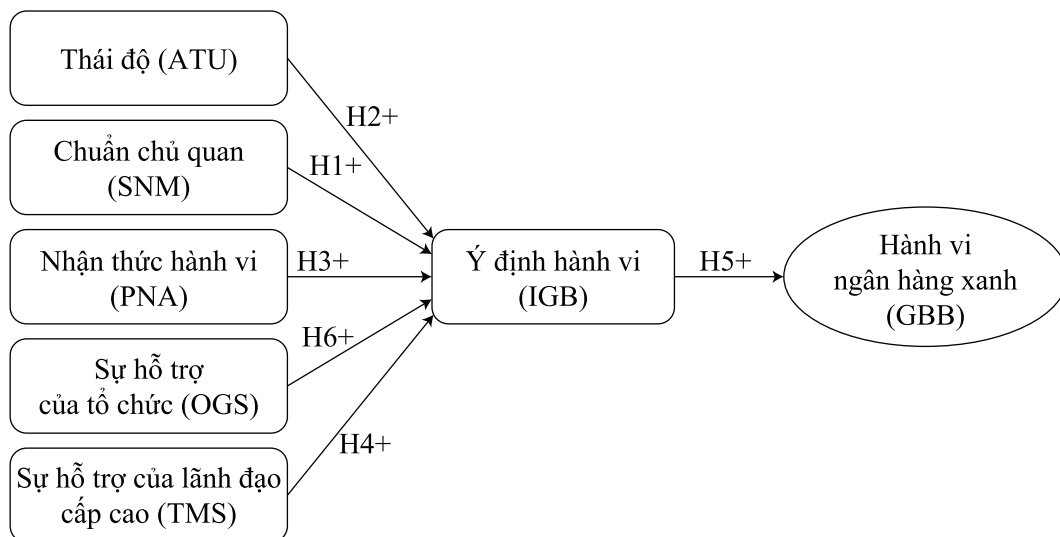
H8: Ý định hành vi ngân hàng xanh có tác động trung gian đến ảnh hưởng của chuẩn chủ quan đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động.

H9: Ý định hành vi ngân hàng xanh có tác động trung gian đến ảnh hưởng của nhận thức kiểm soát hành vi đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động.

H10: Ý định hành vi ngân hàng xanh có tác động trung gian đến ảnh hưởng sự hỗ trợ của tổ chức đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động.

H11: Ý định hành vi ngân hàng xanh có tác động trung gian đến ảnh hưởng sự hỗ trợ của lãnh đạo cấp cao đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động.

Dựa vào mục tiêu nghiên cứu, cơ sở lý thuyết và các nghiên cứu trước, chủ yếu là nghiên cứu của Hasan & cộng sự (2022). Bài viết đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1 Dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu được thu thập bằng bảng khảo sát. Đối tượng được khảo sát là người lao động đang làm việc tại các ngân hàng thương mại Việt Nam, số mẫu là 350 quan sát. Phương pháp lấy mẫu thuận tiện, kỹ thuật quả cầu tuyết và ứng dụng Google Form được sử dụng để thu thập dữ liệu. Bảng câu hỏi cuối cùng được thiết kế dưới dạng Google Form và được gửi qua Messenger, nhóm Facebook và nhóm Zalo. Nhóm tác giả gửi trực tiếp link Google form hoặc QR code cho các nhà quản lý và chuyên gia, các nhà quản lý và chuyên gia này tiếp tục chuyển liên kết cho nhân viên và bạn bè của họ.

Do bài viết sử dụng mô hình cấu trúc tuyến tính (Structural Equation Modeling - SEM) để phân tích mối quan hệ đa chiều của các biến trong mô hình nên về cách xác định cỡ mẫu nghiên cứu, tác giả đã dựa vào kiến nghị của Comrey & Lee (2013). Theo đó, cỡ mẫu từ 50 đến 100 quan sát là không đủ cho mô hình SEM. Cỡ mẫu 200 quan sát là đạt yêu cầu, 300 quan sát là chấp nhận được. Như vậy, cỡ mẫu của nghiên cứu thu được 350 quan sát là phù hợp.

4.2 Phương pháp xử lý dữ liệu

Dựa trên kết quả nghiên cứu của các tác giả Al Haq & cộng sự (2020), bài nghiên cứu xác định mô hình là mô hình đo lường kết quả (Reflective Measurement). Có hai bước tổng quát cần thực hiện để đánh giá mô hình này gồm đánh giá mô hình đo lường và đánh giá mô hình cấu trúc.

Trong bước đầu tiên đánh giá mô hình đo lường, nghiên cứu đánh giá độ tin cậy tổng hợp (Composite Reliability – CR) và hệ số Cronbach’s Alpha. Ngoài ra, nghiên cứu cũng thực hiện kiểm tra hệ số AVE (Average Variance Extracted), hệ số

tải nhân tố (Outer Loading) và hệ số HTMT. Bước thứ hai là đánh giá mô hình cấu trúc để kiểm tra các giả thuyết nghiên cứu.

4.3 Thang đo

Mục tiêu của bài viết là tìm hiểu vai trò của lãnh đạo cấp cao đối với hành vi ngân hàng xanh của người lao động tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Để đạt được mục tiêu nghiên cứu, quá trình lựa chọn thang đo của mô hình được dựa vào các nghiên cứu trước. Trong đó, thang đo Chuẩn chủ quan (SNM) có 3 câu hỏi khảo sát và dựa vào nghiên cứu của Wu & Chen (2005). Thang đo Thái độ (ATU) gồm 3 câu hỏi khảo sát và dựa vào nghiên cứu của Cheng & cộng sự (2006). Thang đo Hành vi ngân hàng xanh (GBB) gồm 4 câu hỏi khảo sát và dựa vào nghiên cứu của Al Amin & cộng sự (2022). Thang đo Ý định hành vi (IGB) gồm 3 câu khảo sát và dựa vào nghiên cứu của Cheng & cộng sự (2006). Thang đo Nhận thức hành vi (PNA) gồm 3 câu hỏi khảo sát và dựa vào nghiên cứu của Wu & Chen (2005). Thang đo Sự hỗ trợ của lãnh đạo cấp cao (TMS) gồm 4 câu khảo sát và dựa trên nghiên cứu của Chuah & cộng sự (2021). Thang đo Sự hỗ trợ của tổ chức (OGS) gồm 6 câu hỏi và dựa vào nghiên cứu của Alnaimi & Rjoub (2021).

5. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

5.1 Kết quả thống kê mô tả

Kết quả thu thập từ 350 người trả lời trong thời gian ba tháng. Trong đó, tỷ lệ nam và nữ tương đối đều nhau. Độ tuổi từ 25 đến 45 chiếm tỷ trọng chủ yếu (72%). Trình độ học vấn đa số là đại học. Tỷ lệ mẫu khảo sát là nhân viên chiếm 78,9% (Bảng 1).

Bảng 1. Kết quả thống kê mô tả

Đặc điểm	Tần số	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	170
	Nữ	180
Tuổi	25-45	252
	45-60	74
	Trên 60 tuổi	24
Học vấn	Đại học	249
	Sau đại học	101
Chức vụ	Nhân viên	276
	Lãnh đạo	74
Tổng	350	100,00

Nguồn: Tổng hợp của nhóm tác giả

5.2 Kết quả đánh giá mô hình đo lường

Kết quả đánh giá mô hình đo lường tập trung vào hai khía cạnh là mức độ tin cậy và mức độ chính xác. Sau khi thực hiện đánh giá mức độ tin cậy của từng chỉ báo,

kết quả hệ số tải của các biến tiềm ẩn tới các chỉ báo nằm trong khoảng từ 0,733 đến 0,888. Kết quả này cho thấy chỉ báo đạt mức độ tin cậy (Hair & cộng sự, 2014). Như vậy, tất cả các chỉ báo đều được giữ lại trong mô hình đo lường.

Kết quả đánh giá được trình bày trong Bảng 2 chỉ ra hệ số Cronbach's Alpha của tất cả các biến trong mô hình nghiên cứu nằm trong khoảng từ 0,702 đến 0,848, lớn hơn 0,7. Ngoài ra, kết quả đánh giá mức độ tin cậy nhất quán nội bộ cho thấy kết quả chỉ số CR nằm trong khoảng từ 0,707 đến 0,856. Điều này chứng tỏ mô hình đo lường đạt được tính nhất quán nội bộ. Chỉ số AVE nằm trong khoảng từ 0,568 đến 0,687, tất cả đều lớn hơn 0,5, đạt được mức độ chính xác về sự hội tụ. Chỉ số Cronbach's Alpha của ATU, IGB, PNA, SNM và TMS nằm trong khoảng từ 0,702 đến 0,766, thể hiện độ tin cậy ở mức chấp nhận được. Chỉ số Cronbach's Alpha của GBB và OGS nằm trong khoảng từ 0,821 đến 0,848, thể hiện mức độ tin cậy tốt (DeVellis & Thorpe, 2021).

Bảng 2. Kết quả đánh giá độ tin cậy và mức độ chính xác của mô hình đo lường

	Hệ số Alpha (Cronbach's Alpha)	Độ tin cậy tổng hợp (rho_a)	Độ tin cậy tổng hợp (rho_c)	Phương sai trích trung bình (AVE)
ATU	0,742	0,768	0,845	0,645
GBB	0,821	0,837	0,881	0,650
IGB	0,747	0,748	0,856	0,664
OGS	0,848	0,856	0,887	0,568
PNA	0,772	0,776	0,868	0,687
SNM	0,702	0,707	0,829	0,617
TMS	0,766	0,773	0,850	0,586

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Một tập chỉ báo cần đại diện kết quả riêng biệt cho một biến tiềm ẩn. Kết quả phân tích hệ số tải chéo cho thấy các hệ số tải trong mô hình đều lớn hơn hệ số tải chéo. Hệ số HTMT (đo lường mức độ chính xác về sự phân biệt) và kiểm định Bootstrap (sử dụng khoảng tin cậy 95%) cho thấy hệ số HTMT của tất cả các mối quan hệ đều nhỏ hơn 0,85, đồng thời kiểm định Bootstrap cho thấy khoảng tin cậy 95% của tất cả các chỉ số này nằm trong khoảng từ 0,002 đến 0,571, nhỏ hơn 1. Vì vậy, tập chỉ báo của các thang đo có sự phân biệt với nhau. Vì mô hình thỏa mãn các điều kiện phân tích liên quan tới mức độ tin cậy và mức độ chính xác nên sẽ chuyển sang bước tiếp theo là đánh giá mô hình cấu trúc.

5.3 Kết quả đánh giá mô hình cấu trúc

Kết quả đánh giá mô hình đường dẫn chỉ rõ rằng tất cả các yếu tố như thái độ, chuẩn mực chủ quan, sự hỗ trợ của lãnh đạo cấp cao, sự hỗ trợ của tổ chức và nhận thức hành vi có ảnh hưởng đến ý định hành vi ngân hàng xanh của người lao động tại

các ngân hàng thương mại Việt Nam (Bảng 3). Trong các yếu tố này thì chuẩn mực chủ quan có ảnh hưởng mạnh nhất, thái độ có tác động yếu nhất. Tuy nhiên, sự chênh lệch này không nhiều. Ngoài ra, kết quả phân tích hệ số đường dẫn cũng cho thấy ý định hành vi ngân hàng xanh có tác động rất mạnh đến hành vi ngân hàng xanh.

Kết quả đánh giá đa cộng tuyến cho thấy hệ số VIF của tất cả các biến đều nhỏ hơn 3. Điều này chứng minh rằng hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình không đáng kể (Hair & cộng sự, 2016). Kết quả đánh giá cũng cho thấy chỉ số R bình phương điều chỉnh của GBB là 0,224, thể hiện mức tác động yếu. Chỉ số R² điều chỉnh của IGB là 0,522, thể hiện mức tác động trung bình.

Kết quả đánh giá hệ số f² cho thấy chuẩn chủ quan, thái độ, sự hỗ trợ của tổ chức, sự hỗ trợ của lãnh đạo cấp cao có hệ số f² lần lượt bằng 0,020; 0,040; 0,070; 0,060, thể hiện mức độ tác động nhỏ. Hành vi ngân hàng xanh có hệ số f² bằng 0,293 thể hiện mức tác động trung bình.

Bảng 3. Báo cáo kết quả tác động

	Mẫu gốc (O)	Mẫu bootstrap (M)	Độ lệch chuẩn (STDEV)	Thông kê t (O/STDEV)	Giá trị p-values
Tác động gián tiếp					
SNM → IGB → GBB	0,042	0,043	0,026	1,626	0,004
PNA → IGB → GBB	0,123	0,124	0,032	3,860	0,000
OGS → IGB → GBB	0,110	0,111	0,025	4,299	0,000
ATU → IGB → GBB	0,052	0,053	0,027	1,924	0,004
TMS → IGB → GBB	0,108	0,109	0,029	3,724	0,000
Tổng mức tác động					
ATU → GBB	0,052	0,053	0,027	1,924	0,004
ATU → IGB	0,109	0,110	0,056	1,954	0,001
IGB → GBB	0,476	0,480	0,049	9,800	0,000
OGS → GBB	0,110	0,111	0,025	4,299	0,000
OGS → IGB	0,230	0,231	0,049	4,685	0,000
PNA → GBB	0,123	0,124	0,032	3,860	0,000
PNA → IGB	0,259	0,259	0,059	4,423	0,000
SNM → GBB	0,042	0,043	0,026	1,626	0,004
SNM → IGB	0,089	0,091	0,054	1,649	0,009
TMS → GBB	0,108	0,109	0,029	3,724	0,000
TMS → IGB	0,226	0,226	0,049	4,580	0,000

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Kết quả đánh giá tác động trực tiếp cho biết thái độ có tác động cùng chiều đến ý định hành vi ngân hàng xanh của người lao động tại các ngân hàng thương mại Việt

Nam. Kết quả này ủng hộ giả thuyết H2 và tương đồng với nghiên cứu của Shih & Fang (2004), Afridi & cộng sự (2023), Hasan & cộng sự (2022). Thái độ giúp dự đoán ý định hành vi ngân hàng xanh. Khi thái độ càng tích cực thì ý định hành vi ngân hàng xanh càng cao.

Kết quả đánh giá nhấn mạnh rằng ý định hành vi ngân hàng có tác động cùng chiều đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động. Kết quả này phù hợp với mô hình TRA, cho rằng yếu tố dự đoán hành vi tốt nhất là ý định. Kết quả nghiên cứu này cũng tương thích với nghiên cứu của Ali & Oudat (2020) và ủng hộ giả thuyết H5.

Ngoài ra, chuẩn chủ quan cũng có tác động đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Taneja & Ali (2021), Hasan & cộng sự (2022). Kết quả cũng đã ủng hộ giả thuyết H1. Đồng nghiệp, bạn bè và gia đình hình thành một mức độ áp lực xã hội nhất định dẫn đến việc hình thành các ý định và hành vi cụ thể tại nơi làm việc. Khi chịu ảnh hưởng hoặc áp lực xã hội đáng kể, người lao động sẽ thực hiện hành vi xanh, mặc dù bản thân họ có thể không ủng hộ việc thực hiện hành vi đó.

Kết quả cho thấy sự hỗ trợ của tổ chức đến ý định hành vi ngân hàng xanh của người lao động tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Điều này cho thấy khi có sự hỗ trợ của tổ chức, ý định hành vi ngân hàng xanh tăng. Kết quả ủng hộ giả thuyết H6 và tương đồng với nghiên cứu của Pinzone & cộng sự (2019). Khi có sự hỗ trợ của tổ chức, các hoạt động đào tạo thường được chú trọng nhằm mục đích nâng cao nhận thức về môi trường của người lao động. Từ đó, người lao động có thêm kiến thức và kỹ năng để thực hiện các hành động vì môi trường tại nơi làm việc. Ngoài ra, khi được tổ chức công nhận về sự đóng góp của người lao động, sẵn sàng giúp đỡ và tạo mọi điều kiện để người lao động thực hiện hành vi ngân hàng xanh thì ý định hành vi ngân hàng xanh sẽ tăng.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy nhận thức kiểm soát hành vi có tác động cùng chiều đến ý định hành vi ngân hàng xanh của người lao động. Kết quả này ủng hộ giả thuyết H3 và tương thích với kết quả nghiên cứu của Hasan & cộng sự (2022). Điều này cho thấy khi người lao động nhận thức hành vi càng cao thì ý định hành vi ngân hàng xanh càng cao. Khi người lao động nghĩ rằng họ sẽ thực hiện tốt hành vi ngân hàng xanh thì họ sẽ có nhiều động lực để thực hiện hành vi ngân hàng xanh. Ngoài ra, khi họ nghĩ rằng họ có đủ kiến thức, nguồn lực, khả năng và có thể kiểm soát được các hành vi này thì ý định thực hiện hành vi ngân hàng xanh sẽ tăng.

Sự hỗ trợ của lãnh đạo cấp cao có ảnh hưởng tích cực đối với ý định hành vi ngân hàng xanh cũng được tìm thấy trong nghiên cứu tại Việt Nam. Kết quả này ủng hộ giả thuyết H4 và tương đồng với nghiên cứu của Hasan & cộng sự (2022). Lãnh đạo cấp cao là người quyết định việc phân bổ nguồn lực cần thiết và quyết định mức độ chấp nhận rủi ro cho các hành vi ngân hàng xanh của người lao động. Do đó, khi có

sự ủng hộ của lãnh đạo cấp cao thì người lao động sẽ có đủ nguồn lực cần thiết để thúc đẩy ý định hành vi ngân hàng xanh.

Đối với tác động gián tiếp, nghiên cứu tại các ngân hàng thương mại Việt Nam cho thấy ý định hành vi có tác động trung gian đến mối quan hệ của chuẩn chủ quan và hành vi ngân hàng xanh của người lao động. Kết quả xác nhận giả thuyết H8 và tương đồng với giả định của mô hình TRA, TPB và giống với nghiên cứu của Yousafzai & cộng sự (2010). Tác động của những người quan trọng như bạn bè, người thân hoặc những người có ảnh hưởng có tác động đến ý định hành vi ngân hàng xanh sẽ giúp thúc đẩy hành vi ngân hàng xanh được thực hiện nhiều hơn.

Ý định hành vi cũng có tác động trung gian đến mối quan hệ của nhận thức kiểm soát hành vi và hành vi ngân hàng xanh của người lao động. Kết quả ủng hộ giả thuyết H9, giải thích nội dung của mô hình TRA, TPB và tương đồng với kết quả nghiên cứu của Hasan & cộng sự (2022). Khi người lao động nghĩ rằng họ sẽ thực hiện tốt hành vi ngân hàng xanh và có đủ nguồn lực, cùng với ý định thực hiện hành vi thì hành vi ngân hàng xanh sẽ được thúc đẩy nhiều hơn.

Ý định hành vi có ý nghĩa trung gian trong tác động của ý định hành vi đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động. Sự công nhận, coi trọng và động viên của tổ chức cùng với ý định hành vi sẽ giúp người lao động quyết định thực hiện hành vi quyết liệt hơn. Kết quả này tương đồng với nghiên cứu của Alnaimi & Rjoub (2021) và ủng hộ giả thuyết H10.

Kết quả tác động gián tiếp cũng xác nhận ý định hành vi có vai trò trung gian đối với tác động của sự hỗ trợ của lãnh đạo cấp cao đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động. Kết quả này ủng hộ giả thuyết H11 và giống với nghiên cứu của Ogden & cộng sự (2011), Hasan & cộng sự (2022). Sự ủng hộ và tài trợ đối với ý định hành vi xanh sẽ giúp người lao động thực hiện nhiều hành vi xanh hơn.

Ngoài ra, ý định hành vi có vai trò trung gian đối tác động của thái độ đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động. Kết quả này ủng hộ giả thuyết H7 và tương đồng với nghiên cứu của Ogden & cộng sự (2011), Hasan & cộng sự (2022). Điều này có nghĩa là khi người lao động có suy nghĩ tích cực và có ý định thực hiện hành vi ngân hàng xanh thì các hoạt động ngân hàng xanh của người lao động sẽ được đẩy mạnh hơn.

6. Hàm ý chính sách và kết luận

Mục tiêu của bài viết là tìm hiểu vai trò của lãnh đạo cấp cao đối với hành vi ngân hàng xanh tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy thái độ, chuẩn chủ quan, sự hỗ trợ của tổ chức, nhận thức kiểm soát hành vi, sự hỗ trợ của lãnh đạo cấp cao, ý định hành vi ngân hàng có tác động cùng chiều đến hành vi ngân hàng. Kết quả nghiên cứu cũng xác nhận vai trò trung gian của ý định hành vi ngân hàng xanh.

Đóng góp nổi bật của nghiên cứu này là nghiên cứu đã làm rõ hành vi ngân hàng xanh của người lao động tại các ngân hàng thương mại Việt Nam. Kết quả đánh giá mức tác động chung đã xác nhận tác động của tất cả các mối liên hệ giữa các biến trong mô hình nghiên cứu. Trong đó, ý định hành vi có tác động mạnh nhất đến hành vi ngân hàng xanh. Tiếp theo, chuẩn chủ quan có tác động mạnh thứ hai đến ý định hành vi, sự ủng hộ của tổ chức có tác động mạnh thứ ba, sự ủng hộ của lãnh đạo cấp cao có tác động mạnh thứ tư đến ý định hành vi ngân hàng xanh của người lao động.

Ý định ngân hàng xanh có tác động đáng kể đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động. Theo đó, các ngân hàng cần tập trung thúc đẩy ý định ngân hàng xanh để tạo ra sự thay đổi hành vi xanh trong dài hạn. Trước đây, các ngân hàng thương mại Việt Nam hoạt động theo kiểu truyền thống, các hoạt động ngân hàng xanh chỉ mới xuất hiện gần đây. Để thay đổi hành vi của nhân viên, các ngân hàng phải tạo ra một môi trường thuận lợi cho sự thay đổi và đảm bảo rằng lý do thay đổi là thuyết phục. Quá trình thay đổi hành vi ngân hàng xanh phải hạn chế số lượng hành vi. Đảm bảo rằng kế hoạch chỉ bao gồm những hành vi cần thiết để tạo ra sự khác biệt. Vì ngân hàng xanh là một chiến lược dài hạn nên ngân hàng chỉ tập trung vào một vài thay đổi chính trong ngắn hạn.

Ngoài ra, sự hỗ trợ của tổ chức cũng có ảnh hưởng đến ý định hành vi, từ đó tác động đến hành vi ngân hàng xanh của người lao động. Do đó, các tổ chức cần thiết lập một lộ trình để phát triển nhân viên thành những người có hành vi xanh vì sự phát triển bền vững. Kết quả cũng cho thấy ban lãnh đạo cao nhất của ngân hàng có tác động đến hành vi xanh của người lao động. Vì vậy, khi lựa chọn các nhà quản lý thì nên ưu tiên cho những cá nhân có thể thể hiện vai trò lãnh đạo.

Theo kết quả nghiên cứu, chuẩn mực chủ quan có ảnh hưởng lớn nhất đến ý định hành vi và hành vi sử dụng ngân hàng xanh của người lao động. Vì vậy, bên cạnh việc khơi dậy những động lực tích cực và tuyên truyền hành vi xanh hiệu quả trong nhân viên, các ngân hàng phải có những bước để người thân, bạn bè của họ thấm nhuần tầm quan trọng của hành vi xanh. Đặc biệt, các ngân hàng phải đẩy mạnh các chương trình khuyến khích sử dụng sản phẩm xanh, tiêu dùng sạch ở cấp địa phương. Từ đó, trách nhiệm bảo vệ môi trường của mỗi cá nhân dần được nâng cao.

Hơn nữa, kết quả chỉ ra rằng ý định hành vi và hành vi ngân hàng xanh bị ảnh hưởng bởi thái độ đối với ngân hàng xanh của người lao động. Nhân viên sẽ có nhiều khả năng áp dụng hành vi ngân hàng xanh hơn nếu họ thấy cần thiết. Do đó, nhân viên phải đánh giá mức độ hiệu quả của những hành vi này trong thực tế. Các ngân hàng nên giáo dục nhân viên của mình về lợi ích của ngân hàng xanh để họ có thái độ tích cực đối với việc thực hành cho đến khi nó trở thành một thói quen tại nơi làm việc.

Nhận thức kiểm soát hành vi cũng ảnh hưởng đến ý định hành vi và hành vi ngân hàng xanh của người lao động. Nhân viên có đầy đủ kiến thức và hiểu biết về ngân hàng xanh sẽ tự tin hơn trong hoạt động ngân hàng xanh của mình. Chính vì vậy, ngân hàng phải xây dựng chiến lược tổ chức đào tạo, hội thảo trao đổi kinh nghiệm, kiến thức về phát triển ngân hàng xanh nhằm nâng cao năng lực cho nhân viên. Để truyền thông hiệu quả về hoạt động ngân hàng xanh, ngân hàng cần tăng cường đào tạo cho đội ngũ cán bộ chủ chốt về quản lý rủi ro môi trường và xã hội, đồng thời xây dựng đội ngũ giảng viên có kiến thức.

Tài liệu tham khảo

- Ab Rahim, F. & Amin, H. (2011), “Determinants of Islamic insurance acceptance: an empirical analysis”, *International Journal of Business and Society*, Vol. 12 No. 2, pp. 37-54.
- Abduh, M., Duasa, J. & Omar, M.A. (2011), “Factors influence depositors’ withdrawal behavior in Islamic banks: a theory of reasoned action”, *International Journal of Economics and Management Engineering*, Vol. 5 No. 12, pp. 1813-1818.
- Afridi, A., Ahmad, S., Ammar, A.R.M., Wajid, Z. & Waseem, K. (2023), “Embracing green banking as a mean of expressing green behavior in a developing economy: exploring the mediating role of green culture”, *Environmental Science and Pollution Research*, pp. 1-11.
- Ajzen, I. & Driver, B.L. (1992), “Application of the theory of planned behavior to leisure choice”, *Journal of Leisure Research*, Vol. 22(6), pp. 207-224.
- Al Haq, MA, Abd Wahab, N. & Alam, MM (2020), “Understanding the impact of institutional factors on Asnaf sustainability: a PLS-SEM approach”, *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance* Vol. 7 No. 4, pp. 759-790.
- Al-Shamali, F.A., Sharif, A. & Irani, Z. (2013), “Islamic banking reinterpretation of the stakeholder theory”, *Oman Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review*, Vol. 3 No. 2, pp. 63-71.
- Al Amin, M., Razib Alam, M. & Alam, M.Z. (2022), “Antecedents of students’ e-learning continuance intention during COVID-19: an empirical study”, *E-Learning and Digital Media*, Vol. 3, 513.
- Aldammagh, Z., Abdeljawad, R. & Obaid, T. (2021), “Predicting mobile banking adoption: an integration of TAM and TPB with trust and perceived risk”, *Financial Internet Quarterly*, Vol. 17 No. 3, pp. 35-46.
- Ali, Q., Islam, U., Sharif, S., Parveen, S., Senin, A.A., Zaini, Z., Islam, U. & Sharif, S. (2020), “Islamic bankers’ green behaviour for the growth of green banking in Malaysia”, *International Journal of Environment and Sustainable Development*, Vol. 19 No. 4, pp. 393-411.
- Ali, B.J. & Oudat, M.S. (2020), “Financial risk and the financial performance in listed commercial and investment banks in Bahrain bourse”, *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, Vol. 13 No. 12, pp. 160-180.
- Alnaimi, A.M.M. & Rjoub, H. (2021), “Perceived organizational support, psychological entitlement, and extra-role behavior: the mediating role of knowledge hiding behavior”, *Journal of Management & Organization*, Vol. 27 No. 3, pp. 507-522.
- Alshebami, A.S. (2021), “Evaluating the relevance of green banking practices on Saudi Banks’ green image: the mediating effect of employees’ green behaviour”, *Journal of Banking Regulation*, Vol. 22 No. 4, pp. 275-286.

- Asim Ali Bukhari, S., Hashim, F. & Amran, A. (2019), “Determinants of green banking adoption: a theoretical framework”, *KnE Social Sciences*, Vol. 3 No. 22, pp. 1-14.
- Bamberg, S. & Möser, G. (2007), “Twenty years after Hines, Hungerford, and Tomera: a new meta-analysis of psycho-social determinants of pro-environmental behaviour”, *Journal of Environmental Psychology*, Vol. 27 No. 1, pp. 14-25.
- Bananuka, J., Kasera, M., Najjemba, G.M., Musimenta, D., Ssekiziyivu, B. & Kimuli, S.N.L. (2020), “Attitude: mediator of subjective norm, religiosity and intention to adopt Islamic banking”, *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 11 No. 1, pp. 81-96.
- Blue, C.L. (1995), “The predictive capacity of the theory of reasoned action and the theory of planned behavior in exercise research: an integrated literature review”, *Research in Nursing & Health*, Vol. 18 No. 2, pp. 105-121.
- Boiral, O., Paillé, P. & Raineri, N. (2015), "The nature of employees' pro-environmental behaviors", *The Psychology of Green Organizations*, Vol. 1, pp. 12-32.
- Cheng, T.C.E., Lam, D.Y.C. & Yeung, A.C.L. (2006), “Adoption of internet banking: an empirical study in Hong Kong”, *Decision Support Systems*, Vol. 4, pp. 1558-1572.
- Chuah, S.H., Tseng, M., Wu, K. & Cheng, C. (2021), “Resources, conservation & recycling factors influencing the adoption of sharing economy in B2B context in China: findings from PLS-SEM and fsQCA”, *Resources, Conservation & Recycling*, Vol. 175, 105892.
- Conner, M. & Armitage, J. (1998), “Extending the theory of planned behavior: a review and avenues for further research”, *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 28 No. 15, pp. 1429-1464.
- de Araujo, F.F. (2014), “Do I look good in green? A conceptual framework integrating employee green behavior, impression management and social norms”, *Amazônia, Organizações e Sustentabilidade*, Vol. 3 No. 2, pp. 7-23.
- DeVellis, R.F. & Thorpe, C.T. (2021), “Scale development: theory and applications”, *Sage Publications*, pp. 115-135.
- Freeman, R.E. & Reed, D.L. (1983), “Stockholders and stakeholders: a new perspective on corporate governance”, *California Management Review*, Vol. 25 No. 3, pp. 88-106.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1977), “Belief, attitude, intention, and behavior: an introduction to theory and research”, *Philosophy and Rhetoric*, Vol. 10 No. 2, pp. 179-211.
- Hair, F.J., Sarstedt, M., Ringle, C.M., Thiele, K.O. & Gudergan, S.P. (2016), “Estimation issues with PLS and CBSEM: where the bias lies!”, *Journal of Business Research*, Vol. 69 No. 10, pp. 3998-4010.
- Hair, F.J., Sarstedt, M., Hopkins, L. & Kuppelwieser, V.G. (2014), “Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) an emerging tool in business research”, *European Journal of Tourism Research*, Vol. 26 No. 2, pp. 106-121.
- Hasan, Al Amin, M., Moon, Z.K. & Afrin, F. (2022), “Role of environmental sustainability, psychological and managerial supports for determining bankers' green banking usage behavior: an integrated framework”, *Psychology Research and Behavior Management*, Vol. 15 No. 1, pp. 3751-3773.
- Hasan, I. & Farida, L. (2021), “The role of Islamic corporate social responsibility in building corporate image to increase customer loyalty”, *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, Vol. 17 No. 50, pp. 83-94.
- Hà, N.K.G. (2020), “Nhận biết và nhận thức về ngân hàng xanh tại Việt Nam”, *Tạp chí Kinh tế - Kỹ thuật*, Tập 30, Số 1, tr. 1-10.

- Lozano, J.M. (2012), “Towards the relational corporation: from managing stakeholder relationships to building stakeholder relationships (waiting for Copernicus)”, *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, Vol. 5 No. 2, pp. 60-77.
- Madden, T.J., Ellen, P.S. & Ajzen, I. (1992), “A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action”, *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 18 No. 1, pp. 3-9.
- Maignan, I., Ferrell, O.C. & Hult, G.T.M. (1997), “Corporate citizenship: cultural antecedents and business benefits”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 27 No. 4, pp. 455-469.
- Nath, V., Nayak, N. & Goel, A. (2014), “Green banking practices - A review”, *IMPACT: International Journal of Research in Business Management*, Vol. 2 No. 4, 4562.
- Nguyen, H.V., Vu, D.P.T., Pham, G.H., Phan, H.G.T. & Le, K.G. (2023), “Corporate social responsibility and financial performance in the banking industry: a comparative study of Australia and Vietnam”, *Journal of International Economics and Management*, Vol. 23 No. 1, pp. 70-90.
- Nguyễn, V.H. & Đỗ, N.H. (2019), “Ngân hàng xanh với du lịch xanh: thực trạng và một số khuyến nghị”, *Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng*, Tập 12, Số 211, tr. 74-85.
- Ogden, J., Avenell, S. & Ellis, G. (2011), “Negotiating control: patients’ experiences of unsuccessful weight-loss surgery”, *Psychology & Health*, Vol. 26 No. 7, pp. 949-964.
- Okyere-kwakye, E. & Nor, K. (2021), “The intention of banks to adopt green banking in an emerging market: the employees’ perspective”, *Economic and Political Studies*, Vol. 9 No. 4, pp. 497-504.
- Ones, D.S. & Dilchert, S. (2021), “Measuring, understanding, and influencing employee green behaviors”, in *Green Organizations: Driving Change with IO Psychology*, pp. 115-148.
- Pham, N.T., Hoang, H.T. & Phan, Q.P.T. (2020), “Green human resource management: a comprehensive review and future research agenda”, *International Journal of Manpower*, Vol. 41 No. 7, pp. 845-878.
- Pinzone, M., Guerci, M., Lettieri, E. & Huisinigh, D. (2019), “Effects of ‘green’ training on pro-environmental behaviors and job satisfaction: evidence from the Italian healthcare sector”, *Journal of Cleaner Production*, Vol. 226 No. 1, pp. 221-232.
- Raza, A., Saeed, A., Iqbal, M.K., Saeed, U. & Sadiq, I. (2020), “Linking corporate social responsibility to customer loyalty through co-creation and customer company identification: exploring sequential mediation mechanism”, *Sustainability*, Vol. 1 No. 6, 2525.
- Rehman, A., Ullah, I., Afridi, A. & Ullah, Z. (2021), “Adoption of green banking practices and environmental performance in Pakistan: a demonstration of structural equation modelling”, *Environment, Development and Sustainability*, Vol. 22 No. 2, p. 1-21.
- Rodríguez Bolívar, M.P., Garde Sánchez, R. & López Hernández, A.M. (2015), “Managers as drivers of CSR in state-owned enterprises”, *Journal of Environmental Planning and Management*, Vol. 58 No. 5, pp. 777-801.
- Shih, Y.Y. & Fang, K. (2004), “The use of a decomposed theory of planned behavior to study Internet banking in Taiwan”, *Internet Research*, Vol. 14, No. 3, pp. 213-223.
- Stauropoulou, A., Sardanou, E., Malindretos, G. & Evangelinos, K. (2023), “The role of customers’ awareness towards the sustainable development goals (SDGs) of banks on their behavior”, *Environmental Science and Pollution Research*, Vol. 30 No. 5, pp. 13495-13507.

- Stern, P.C. (2000), "New environmental theories: toward a coherent theory of environmentally significant behavior", *Journal of Social Issues*, Vol. 56 No. 3, pp. 407-424.
- Taneja, S. & Ali, L. (2021), "Determinants of customers' intentions towards environmentally sustainable banking: testing the structural model", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 59 No. 5, 102418.
- Tara, K., Singh, S. & Kumar, R. (2015), "Green banking for environmental management: a paradigm shift", *Current World Environment*, Vol. 10 No. 3, pp. 1029-1038.
- Tran, T.H. & Nguyen, T.T.H. (2021), "CSR motivators of local firms in a developing country: a case study in Quang Ninh province, Vietnam", *Journal of International Economics and Management*, Vol. 20 No. 3, pp. 75-95.
- Tsindeliani, I.A., Proshunin, M.M., Sadovskaya, T.D., Popkova, Z.G., Davydova, M.A. & Babayan, O.A. (2021), "Digital transformation of the banking system in the context of sustainable development", *Journal of Money Laundering Control*, Vol. 25 No. 1, pp. 165-180.
- Unsworth, K.L., Dmitrieva, A. & Adriasola, E. (2013), "Changing behaviour: increasing the effectiveness of workplace interventions in creating pro-environmental behaviour change", *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 34 No. 2, pp. 211-229.
- Wicker, A.W. (1969), "Attitudes versus actions: the relationship of verbal and overt behavioral responses to attitude objects", *Journal of Social Issues*, Vol. 25 No. 4, pp. 41-78.
- Wu, L. & Chen, J.L. (2005), "An extension of trust and TAM model with TPB in the initial adoption of on-line tax: an empirical study", *International Journal of Human-Computer Studies*, Vol. 62, pp. 784-808.
- Yousafzai, S.Y., Foxall, G.R. & Pallister, J.G. (2010), "Explaining internet banking behavior: theory of reasoned action, theory of planned behavior, or technology acceptance model?", *Journal of Applied Social Psychology*, Vol. 40 No. 5, pp. 1172-1202.