

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÂY ĐÔ**

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ
Ngành: Quản trị kinh doanh
Mã ngành: 9340101

LẠI HOÀNG VĨNH TRINH

**TÁC ĐỘNG TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP
ĐẾN SỰ GẮN KẾT VỚI TỔ CHỨC VÀ KẾT QUẢ LÀM VIỆC
CỦA NHÂN VIÊN TẠI CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT
CHẾ BIẾN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ CẦN THƠ**

CẦN THƠ, 2025

CÔNG TRÌNH ĐƯỢC HOÀN THÀNH TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÂY ĐÔ

Người hướng dẫn 1: PGS.TS. Võ Khắc Thường

Người hướng dẫn 2: TS. Lưu Tiến Thuận

Luận án được bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án tiến sĩ cấp đơn vị chuyên môn ngành Quản trị kinh doanh:

Hội tại: Phòng F22, Trường Đại học Tây Đô

Vào lúc: 8h00, ngày 28 tháng 6 năm 2025

Phản biện 1: GS.TS. Hà Nam Khánh Giao

Phản biện 2: PGS.TS. Đinh Phi Hồ

Phản biện 3: PGS.TS. Ngô Mỹ Trân

**Xác nhận đã xem lại của
Chủ tịch Hội đồng**

PGS.TS. Đào Duy Huân

*Ghi chú: Luận án này tìm đọc tại Thư viện Trường Đại học Tây Đô, thành phố
Cần Thơ, Việt Nam*

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ

Tạp chí trong nước

1. Lại Hoàng Vĩnh Trinh, Lưu Tiến Thuận, Võ Khắc Thường, Giải pháp đẩy mạnh việc thực hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp sản xuất chế biến ở địa bàn thành phố Cần Thơ. Tạp chí Kinh tế và Dự báo, tháng 02/2025, e-ISSN: 2734-9365.

2. Lại Hoàng Vĩnh Trinh, Lưu Tiến Thuận, Phạm Đình Hân, Mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến sự gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên tại các doanh nghiệp sản xuất, chế biến thành phố Cần Thơ. Tạp chí Tài chính, tháng 3/2025, ISSN: 1859-4972, trang 211-215

3. Lại Hoàng Vĩnh Trinh, Lưu Tiến Thuận, Võ Khắc Thường, Ảnh hưởng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ. Tạp chí Kinh tế và Dự báo (Ấn phẩm của Tạp chí Kinh tế - Tài chính), tháng 4/2025 số 08/2025, ISSN: 18559-4972, trang 177-180.

Kỷ yếu hội thảo quốc tế

1. Lại Hoàng Vĩnh Trinh, Võ Quốc Nam, 7.1 International conference on digital innovation - sustainability Through the Lens of SDG, Nam Can Tho University and Malaysia University, “Impact of Corporate Social Responsibility on Organizational Engagement in Manufacturing and Processing Enterprises during Digital Transformation era in Can Tho, 11/2024, page 421-430.

CHƯƠNG I: GIỚI THIỆU

1.1 Tính cấp thiết của đề tài

1.1.1 Bối cảnh thực tiễn

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đã trở thành yếu tố chiến lược không chỉ bảo đảm phát triển bền vững mà còn gia tăng uy tín và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Tổng sản phẩm quốc nội (GRDP) của vùng đồng bằng sông Cửu Long đạt 118.491,21 tỷ đồng vào năm 2023, tăng 10,03% so với cùng kỳ. Trong đó, khu vực công nghiệp - xây dựng chiếm 30,28%, khu vực nông - thủy sản chiếm 9,79% tại thành phố Cần Thơ. Với gần 621.596 lao động đang làm việc và tốc độ tăng trưởng 2,35% so với cùng kỳ năm 2023, thành phố Cần Thơ tiếp tục giữ vững vị thế là đầu tàu kinh tế - xã hội của vùng. Tuy nhiên, chi phí nguyên vật liệu đầu vào tăng cao và thực tế giờ làm việc giảm đã dẫn đến tỷ lệ luân chuyển lao động lên tới 45,43% tổng số lao động nghỉ việc tại các doanh nghiệp chế biến, chế tạo của thành phố. Sự biến động về số lượng doanh nghiệp và người lao động cho thấy nhu cầu cấp thiết phải xây dựng một môi trường làm việc ổn định, thúc đẩy sự gắn kết với tổ chức và cải thiện hiệu suất lao động. Trong khi đó, hầu hết các nghiên cứu về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tại Việt Nam mới chỉ tập trung vào hiệu quả tài chính và uy tín thương hiệu mà chưa đi sâu phân tích vai trò của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với nguồn nhân lực, đặc biệt là trong lĩnh vực sản xuất và chế biến, một ngành công nghiệp chủ chốt đóng góp đáng kể vào GRDP và tạo việc làm cho người dân địa phương.

1.1.2. Bối cảnh lý thuyết

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp phát triển và hoàn thiện đã và đang trở thành một tiêu chí đánh giá cơ bản của nhiều quốc gia phát triển, được xem là hoạch định chiến lược giúp tạo ra lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ song song đó phải thực hiện hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, không chỉ quan tâm về lợi nhuận của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, khái niệm trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp còn khá mới mẻ đối với các doanh nghiệp tại Việt Nam và thành phố Cần Thơ nói riêng. Rupp và cộng sự (2006) chỉ ra rằng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp ảnh hưởng trực tiếp đến nhận thức công bằng trong tổ chức, tạo ra những tác động tích cực lên sự hài lòng công việc và sự gắn kết tổ chức. Nghiên cứu này khám phá các khía cạnh của sự gắn kết với tổ chức bao gồm trong làm việc, cân bằng giữa công việc và gia đình, ảnh hưởng của các yếu tố môi trường làm việc đến kết quả làm việc của nhân viên.

Xuất phát từ những lập luận nêu trên, tác giả nghiên cứu đề tài **“Tác động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ”**. Nghiên cứu các doanh nghiệp sản xuất chế biến là lĩnh vực quan trọng trong phát triển kinh tế, đặc biệt là đối với các khu vực có tiềm năng như thành phố Cần Thơ. Nghiên cứu có những đóng góp về mặt lý luận và cũng như thực tiễn của các doanh nghiệp sản xuất chế biến tại thành phố Cần Thơ nói riêng và đồng bằng sông Cửu Long nói chung tạo ra nguồn động lực

để các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ phát huy cải thiện tạo ra môi trường làm việc tích cực, năng động, chất lượng và hiệu quả hơn mang lại kết quả cao trong việc thực hiện thành phố Cần Thơ. Như vậy, đề tài không chỉ có ý nghĩa khoa học trong việc hoàn thiện lý thuyết thành phố Cần Thơ, mà còn mang lại giá trị thực tiễn to lớn cho cộng đồng doanh nghiệp sản xuất chế biến cũng như cho công tác quản trị nhân lực trên địa bàn thành phố Cần Thơ.

1.2 Mục tiêu nghiên cứu

1.2.1 Mục tiêu chung

Nghiên cứu nhằm phân tích và đánh giá tác động của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến sự gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên, đồng thời đề xuất các hàm ý quản trị tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ. Luận án nhằm mục đích cung cấp cái nhìn tổng quan về bối cảnh thực tiễn và lý thuyết liên quan đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, phân tích tác động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến kết quả làm việc của nhân viên tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ, dựa trên cơ sở lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết trao đổi xã hội, lý thuyết công bằng và lý thuyết kỳ vọng.

1.2.2 Mục tiêu cụ thể

Hệ thống hóa cơ sở lý thuyết và xây dựng, kiểm định mô hình nghiên cứu về mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, sự gắn kết tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên trong bối cảnh doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ.

1.3 Câu hỏi nghiên cứu

Để đạt được mục tiêu nghiên cứu, nội dung luận án tập trung vào câu hỏi cụ thể: Thực trạng thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ; Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động đến kết quả làm việc của nhân viên; Sự hài lòng công việc và niềm tin tổ chức là trung gian trong mối quan hệ trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và sự gắn kết với tổ chức của nhân viên. Hàm ý quản trị nào giúp các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ thực hiện tốt trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với kết quả làm việc của nhân viên.

1.4 Đối tượng và Phạm vi nghiên cứu

1.4.1 Đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu của luận án tác động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ.

1.4.2 Đối tượng khảo sát

Đối tượng khảo sát của nghiên cứu là nhà quản lý và nhân viên tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ. Các thông tin thu thập, khảo sát nhân viên thời gian công tác từ 01 năm trở lên tại doanh nghiệp sản xuất chế biến, phỏng vấn

chuyên gia để thu thập thông tin về các hoạt động TNXH và cảm nhận của nhân viên về gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến.

1.4.3 Phạm vi không gian nghiên cứu

Nghiên cứu tập trung vào các doanh nghiệp trong lĩnh vực sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ như gạo, thủy sản, khác...

1.4.4 Phạm vi thời gian nghiên cứu

Số liệu thứ cấp; Số liệu sơ cấp

1.4.5 Phạm vi về nội dung nghiên cứu

Luận án tập trung nghiên cứu vào trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp như thu thập dữ liệu, xử lý và phân tích kết quả. Phạm vi nội dung nghiên cứu được xác định nhằm mục tiêu tạo ra hiểu biết sâu sắc về tác động sự gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ.

1.5 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện theo phương pháp nghiên cứu hỗn hợp, kết hợp giữa nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng.

Đối tượng khảo sát: Nhà quản lý và nhân viên (có thời gian công tác từ 01 năm trở lên) tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ. Phương pháp chọn mẫu: Chọn mẫu phi ngẫu nhiên theo kỹ thuật lấy mẫu thuận tiện, với cỡ mẫu dự kiến gồm Nghiên cứu sơ bộ ($n = 120$) và nghiên cứu chính thức ($n = 420$).

1.6 Những đóng góp và ý nghĩa của đề tài

1.6.1 Đóng góp mới của luận án

Luận án đã có định hướng và có tính mới trong nghiên cứu so với các nghiên cứu trước, cụ thể: Đóng góp về mặt học thuật, đóng góp về mặt thực tiễn

1.6.2 Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận án

Ý nghĩa khoa học: Luận án nhằm đóng góp hệ thống kiến thức về mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên bằng cách làm rõ tác động trong bối cảnh doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ.

Ý nghĩa thực tiễn: Luận án không chỉ dừng lại ở việc nhận diện những mối quan hệ mà còn đề xuất các giải pháp cho các doanh nghiệp nhằm tối ưu hóa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp để nâng cao mức độ gắn kết tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên, qua đó lan tỏa tinh thần trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp liên kết vì mục tiêu phát triển bền vững.

1.7 Cấu trúc luận án

Phần mở đầu của luận án là lời cam đoan, tóm tắt, kết luận và các danh mục viết tắt,

bảng biểu, sơ đồ, phụ lục và tài liệu tham khảo trong nước và ngoài nước. Cấu trúc của luận án gồm có 5 Chương với các nội dung cụ thể: Chương 1: Giới thiệu; Chương 2: Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu; Chương 3: Phương pháp nghiên cứu; Chương 4: Kết quả nghiên cứu và thảo luận; Chương 5: Kết luận và hàm ý quản trị

CHƯƠNG II: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

2.1 Tổng quan nghiên cứu

2.1.1 Các nghiên cứu trong nước

Nghiên cứu trong nước sử dụng chủ yếu mô hình SEM (Mô hình phương trình cấu trúc) và phân tích nhân tố khám phá để xác định tác động của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến thái độ và hành vi của nhân viên:

Tác động của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến sự hài lòng và niềm tin tổ chức: trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến sự hài lòng nhân viên. Nhiều nghiên cứu trong các lĩnh vực khác nhau (Ngân hàng, Cao su, May mặc dệt, Doanh nghiệp nhỏ và vừa) tại Tiền Giang và TP. Hồ Chí Minh (Nguyễn Thị Ngọc Phương & Đặng Như Ngà (2020), Trần Thị Ninh (2021), Mai Ngọc Khương và cộng sự (2022), Vũ Trục Phúc và cộng sự (2023), Lương Tăng Thịnh & Nguyễn Duy Thanh (2025), Phuc Vu Truc và cộng sự (2025) đều cho thấy trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tác động tích cực đến sự hài lòng nhân viên.

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến niềm tin tổ chức: Các nghiên cứu Nguyễn Thị Ngọc Phương & Đặng Như Ngà (2020), Nguyễn Uyên Thương (2024), Nguyễn Thị Bích Loan và cộng sự (2024), Lương Tăng Thịnh & Nguyễn Duy Thanh (2025) khẳng định trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tác động tích cực đến niềm tin tổ chức.

Tác động của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến kết quả công việc: Nghiên cứu về các công ty dược phẩm đa quốc gia nghiên cứu Hoàng Thị Phương Thảo & Nguyễn Kiều Việt Như (2021) cho thấy trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp ảnh hưởng tích cực đến kết quả làm việc nhân viên.

2.1.2 Các nghiên cứu nước ngoài

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến niềm tin nhân viên/gắn kết với tổ chức: Các công trình của Kim và cộng sự (2018), Zaman & Nadeem (2019), Thu và cộng sự (2020), Nimmy và cộng sự (2020), và Hang My Hanh Le (2023) đều chứng minh trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tác động tích cực đến niềm tin nhân viên và gắn kết tổ chức.

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến hài lòng công việc của nhân viên. Các nghiên cứu của Zhang (2024) và Stojanović và cộng sự (2025) cho thấy trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến tác động tích cực đến sự hài lòng của nhân viên.

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến kết quả công việc. Các nghiên cứu (Sun & Yu (2015), Kim, M., & Kim, J. (2021), Evans và cộng sự (2022), Herman và cộng sự (2024)) đều khẳng định trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến tác động tích cực đến kết quả làm việc nhân viên.

2.2 Khoảng trống nghiên cứu

Tổng quan các công trình nghiên cứu trong nước và nước ngoài đã chỉ ra một số khe hở hoặc khoảng trống chưa được quan tâm và giải quyết đầy đủ liên quan đến tác động của

trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên. Những khoảng trống này được trình bày chi tiết như sau:

Về mô hình lý thuyết: Phần lớn các nghiên cứu đã thực hiện chưa đi sâu vào cơ chế tác động đầy đủ của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với sự gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên.

Về bối cảnh và đối tượng nghiên cứu: Khoảng trống về bối cảnh nghiên cứu cho thấy cần mở rộng phạm vi và đối tượng để tăng tính đại diện như thiếu nghiên cứu tại khu vực, chưa có nhiều nghiên cứu cụ thể tại đồng bằng sông Cửu Long, đặc biệt là thành phố Cần Thơ, nghiên cứu tác động của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên trong các doanh nghiệp sản xuất chế biến.

Việc chỉ ra các khoảng trống này không chỉ định hình nội dung và mục tiêu cụ thể của nghiên cứu mà còn làm nổi bật sự cần thiết và tính cấp bách của đề tài, từ đó góp phần nâng cao trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tại các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và thành phố Cần Thơ nói riêng.

2.3 Các lý thuyết nền liên quan

2.3.1 Lý thuyết các bên có liên quan (Stakeholders Theory)

Lý thuyết các bên có liên quan là một trong những lý thuyết quan trọng trong quản trị doanh nghiệp giúp doanh nghiệp xác định và quản lý mối quan hệ với các bên liên quan nhằm tạo ra giá trị cho họ và cho tổ chức. J. S., Phillips, R. A., & Freeman, R. E. (2023) nghiên cứu về lý thuyết các bên liên quan và các hình thức tạo giá trị mới. nghiên cứu Bhardwaj, A., & Gupta, A. (2020) về các kết quả tích cực của nhân viên thông qua nhận thức về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, tiếp theo nghiên cứu Harrison, J. S., Phillips, R. A., & Freeman, R. E. (2023) hướng tới sự sáng tạo giá trị chung cho tất cả các bên liên quan.

2.3.2 Lý thuyết trao đổi xã hội (Social exchange Theory-SET)

Lý thuyết trao đổi xã hội cho rằng người tham gia vào các mối quan hệ xã hội dựa trên một quá trình tính toán giữa lợi ích và chi phí. Mỗi cá nhân tìm kiếm tối đa hóa lợi ích và tối thiểu hóa chi phí trong các mối quan hệ này. Homans, G.C. (1958) nghiên cứu này được xem như là một tác phẩm nền tảng giới thiệu lý thuyết trao đổi xã hội, giúp tìm hiểu các khái niệm cơ bản và các mối quan hệ xã hội, cũng như phân tích tài chính và lợi ích liên quan. Rahman và cộng sự (2021) nghiên cứu trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động gắn kết với tổ chức nếu một bên cảm thấy rằng họ đang cho đi quá nhiều mà không nhận lại đủ, họ thấy không hài lòng và có nguy cơ kết thúc mối quan hệ.

2.3.3 Lý thuyết công bằng (Equity Theory)

Lý thuyết công bằng là lý thuyết trong tâm học xã hội và kinh tế học hành vi được phát triển bởi John Stacey Adams vào những năm 1960. Lý thuyết công bằng là công bằng sẽ đạt được khi tỷ lệ giữa "những gì được mang lại" và "những gì nhận được" của mỗi cá nhân là bằng tỷ lệ tương ứng của người khác. Nếu cá nhân cảm thấy tỷ lệ này không công bằng, họ sẽ trải nghiệm cảm giác không hài lòng và có thể thay đổi hành vi hoặc tìm cách điều chỉnh tình huống để đạt được sự công bằng, nghiên cứu Trần Kim Dung (2018) cung

cấp nhìn tổng quan về các yếu tố ảnh hưởng tới động lực làm việc của nhân viên trong đó các phần nói về công bằng trong tổ chức và chính sách tiền lương, tiền thưởng.

2.3.4 Lý thuyết kỳ vọng (Expectancy Theory)

Lý thuyết kỳ vọng nhằm giải thích hành vi con người trong tổ chức và quyết định của nhân viên liên quan đến động lực làm việc. Nhân viên mong đợi rằng nỗ lực của họ sẽ được nhà quản lý đánh giá cao. Lý thuyết kỳ vọng là một trong những lý thuyết quan trọng trong việc nghiên cứu động lực làm việc và hành vi của con người trong môi trường tổ chức, nghiên cứu của Truss & Conway (2016) cho rằng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp được ứng dụng trong nhiều lĩnh vực khác nhau như quản lý nhân sự, marketing, giáo dục và phát triển cá nhân.

2.4 Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

2.4.1 Khái niệm về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là yếu tố chiến lược không chỉ bảo đảm phát triển bền vững mà còn gia tăng uy tín và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp bao gồm việc bảo vệ môi trường, bảo vệ lợi ích của nhân viên đối xử công bằng, chăm lo đời sống, phúc lợi và các khoản đóng góp cộng đồng tại địa phương.

2.4.2 Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với nhân viên

2.4.2.1 Các nghiên cứu thực nghiệm liên quan

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là một khái niệm quản lý và là nghĩa vụ của doanh nghiệp trong việc phát triển hoạt động kinh doanh mà không chỉ tập trung vào lợi nhuận mà còn chú trọng đến tác động xã hội, môi trường và kinh tế (Trần Minh Hùng, 2017). Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là tính tự nguyện, vượt ra ngoài nghĩa vụ pháp lý, thể hiện cam kết văn hóa doanh nghiệp và đạo đức kinh doanh (Nguyễn Văn Hòa, 2020). Nhằm tối đa hóa lợi nhuận đồng thời đóng góp tích cực cho xã hội và phát triển bền vững (Nguyễn Hữu An, 2018).

2.4.2.2 Các thành phần đo lường trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với nhân viên

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp bao gồm nhiều thành phần khác nhau, mỗi thành phần đóng góp vào việc xây dựng hoạt động kinh doanh phát triển bền vững và có trách nhiệm. Trách nhiệm kinh tế tạo ra lợi nhuận bền vững cũng như doanh nghiệp cần phải hoạt động hiệu quả để tạo ra lợi nhuận nhưng đồng thời cũng cần phải minh bạch trong các hoạt động tài chính và quản lý để đảm bảo sự tin tưởng từ các bên liên quan. Kotler & Keller (2016) nghiên cứu cung cấp một cái nhìn tổng quan về các chiến lược tiếp thị và quản lý mối quan hệ với khách hàng, bao gồm cả đo lường sự hài lòng.

2.5 Sự gắn kết với tổ chức (organizational commitment)

2.5.1 Khái niệm về gắn kết với tổ chức

Gắn kết với tổ chức là khi một nhân viên hài lòng với công việc, có niềm tin tổ chức, có trách nhiệm với công việc, trung thành với doanh nghiệp và nỗ lực cống hiến hết mình vì mục tiêu chung. Sự gắn kết thể hiện nhân viên nhiệt tình, tận tâm, tình cảm và nhiệt huyết trong công việc.

2.5.2 Các yếu tố ảnh hưởng đến gắn kết với tổ chức

Gắn kết với tổ chức được định nghĩa là mức độ các bộ phận và nhân viên trong tổ chức

hoạt động hòa hợp để đạt được mục tiêu chung. Theo mô hình kinh điển của Allen & Meyer (1991), gắn kết với tổ chức được chia thành ba thành phần chính: Gắn kết tình cảm, gắn kết chi phí, gắn kết quy định.

2.6 Sự hài lòng công việc (job satisfaction)

2.6.1 Khái niệm về hài lòng công việc

Hài lòng công việc là một trong hai biến trung gian chính trong mô hình, phản ánh tâm lý vui vẻ, thoải mái của nhân viên khi đi làm, không bị áp lực, và luôn sẵn lòng cống hiến trí tuệ để doanh nghiệp phát triển bền vững.

2.6.2 Các thành phần đo lường sự hài lòng công việc

Sự hài lòng công việc của nhân viên là một tài sản quý giá, ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển bền vững và lợi thế kinh tế của doanh nghiệp. Các thành phần quan trọng góp phần vào sự hài lòng công việc bao gồm: Quan hệ vững chắc với đồng nghiệp và quản lý. Môi trường làm việc hỗ trợ và tích cực, công bằng. Mức lương cạnh tranh và phúc lợi hợp lý. Cơ hội thăng tiến trong sự nghiệp và phát triển kỹ năng. Đạt được sự cân bằng giữa công việc và cuộc sống (Work-Life Balance).

Phương pháp Đo lường. Để đánh giá sự hài lòng công việc, các doanh nghiệp thường áp dụng các phương pháp: Nghiên cứu định lượng là sử dụng phiếu khảo sát và phân tích thống kê để giải thích dữ liệu dựa trên nhiều tiêu chí khác nhau. Nghiên cứu định tính là sử dụng phỏng vấn hoặc nhóm tập trung để đi sâu vào cảm xúc, quan điểm, nhận thức và thái độ của nhân viên, xác định các chủ đề lặp lại.

2.7 Niềm tin tổ chức

2.7.1 Khái niệm về niềm tin tổ chức

Niềm tin tổ chức là biến trung gian, là yếu tố được thúc đẩy khi doanh nghiệp thực hiện các hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, qua đó giúp tăng cường sự hài lòng công việc và gắn kết với tổ chức.

2.7.2 Các yếu tố cấu thành niềm tin tổ chức

Niềm tin tổ chức là yếu tố thiết yếu xây dựng môi trường làm việc tích cực và hiệu quả. Niềm tin được định nghĩa là mức độ mà nhân viên tin tưởng vào khả năng, sự trung thực và minh bạch của tổ chức trong việc thực hiện mục tiêu và giải quyết vấn đề (Ganiyu, 2017). Nghiên cứu cung cấp những thông tin giá trị cho các nhà quản lý doanh nghiệp và quản lý nhân sự tại vùng ĐBSCL nói chung và thành phố Cần Thơ nói riêng giúp các nhà quản lý tổ chức hiệu quả hơn trong quản lý nhân viên, qua đó cải thiện môi trường làm việc và hướng tới việc nâng cao kết quả làm việc của nhân viên.

Các yếu tố cốt lõi cấu thành nên niềm tin tổ chức bao gồm: Độ tin cậy, tính toàn vẹn, tính minh bạch, tính đồng cảm, tính công bằng, khả năng hỗ trợ, cam kết

2.8 Kết quả làm việc của nhân viên (job performance)

2.8.1 Khái niệm về kết quả làm việc

Kết quả làm việc của nhân viên là biến phụ thuộc kết quả, được cải thiện khi nhân viên có sự gắn kết với tổ chức, tinh thần làm việc tốt hơn và góp phần thúc đẩy sự phát triển trong văn hóa doanh nghiệp. Kết quả làm việc là thành tích đạt được của nhân viên, chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố cá nhân, tổ chức và bên ngoài. Việc xác định các yếu tố này giúp nhà quản lý tối ưu hóa động lực và hiệu suất. Nghiên cứu của Gallup (2020) cho thấy

rằng sự tham gia của nhân viên có ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả làm việc.

2.8.2 Các yếu tố cấu thành kết quả làm việc

Kết quả làm việc thường được đo lường thông qua các chỉ số như số lượng công việc, khối lượng công việc hoàn thành trong thời gian nhất định. Thời gian hoàn thành xem xét tiến độ và tốc độ hoàn thành công việc. Sáng tạo và đổi mới khả năng thử nghiệm giải pháp mới, phát triển ý tưởng mới hoặc cải thiện quy trình/sản phẩm. Tính linh hoạt khả năng thích ứng với những thay đổi trong công việc.

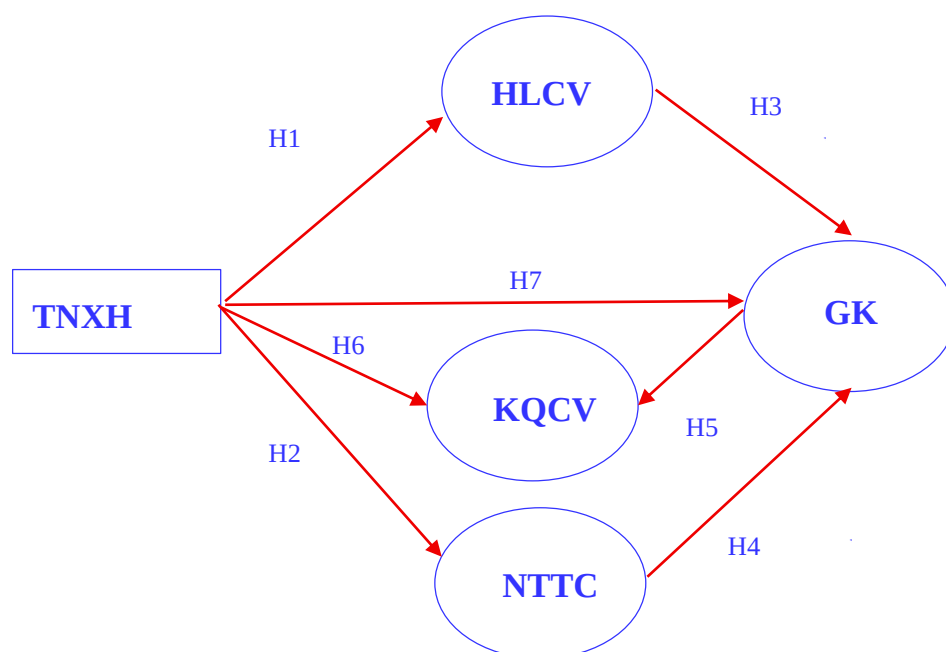
Kết quả làm việc bị chi phối bởi ba nhóm yếu tố chính: Cá nhân, tổ chức/môi trường làm việc, công nghệ và ngoại cảnh.

Các nghiên cứu như Carpini và cộng sự (2017), Martini và cộng sự nhấn mạnh vai trò của văn hóa tổ chức mạnh mẽ như một yếu tố trung gian quan trọng, giúp tăng cường gắn kết và từ đó nâng cao kết quả làm việc.

2.9 Mô hình nghiên cứu

Qua kết quả nghiên cứu tài liệu tổng quan và các giả thuyết nghiên cứu, tác giả đề xuất mô hình tác động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ.

Hình 2.2: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: tác giả đề xuất, 2024

TNXH: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

HLCV: Hài lòng công việc.

NTTC: Niềm tin tổ chức.

GK: Gắn kết với tổ chức.

KQCV: Kết quả công việc.

Mô hình bao gồm 07 giả thuyết:

Giả thuyết H1, H2, H3: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tác động trực tiếp đến

HLCV, NTTT và GK. Các hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp mang lại cảm nhận tích cực, giúp nhân viên hài lòng hơn, tin tưởng hơn và gắn bó hơn với tổ chức.

Giả thuyết H4, H5: HLCV và NTTT hoạt động với GK. Nhân viên hài lòng và có niềm tin vào tổ chức sẽ duy trì tinh thần gắn kết cao.

Giả thuyết H6: GK ảnh hưởng trực tiếp đến KQCV. Nhân viên gắn kết thường động, nỗ lực nhiều hơn và đạt hiệu quả công việc cao hơn.

Giả thuyết H7: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tác động trực tiếp đến KQCV, cho thấy trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp không chỉ có ảnh hưởng gián đoạn thông tin qua các yếu tố trung gian mà còn có khả năng tạo động lực làm việc ngay tức thì.

2.10 Các giả thuyết nghiên cứu

Dựa vào các lý thuyết và nghiên cứu thực nghiệm trong và ngoài nước, tác giả tổng hợp các giả thuyết sau:

H1: Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tác động tích cực đến hài lòng công việc.

H2: Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tác động tích cực đến niềm tin nhân viên.

H3: Hài lòng công việc tác động tích cực đến gắn kết tổ chức.

H4: Niềm tin tổ chức tác động tích cực đến gắn kết tổ chức.

H5: Gắn kết tác động tích cực đến kết quả làm việc.

H6: Trách nhiệm xã hội tác động tích cực đến gắn kết.

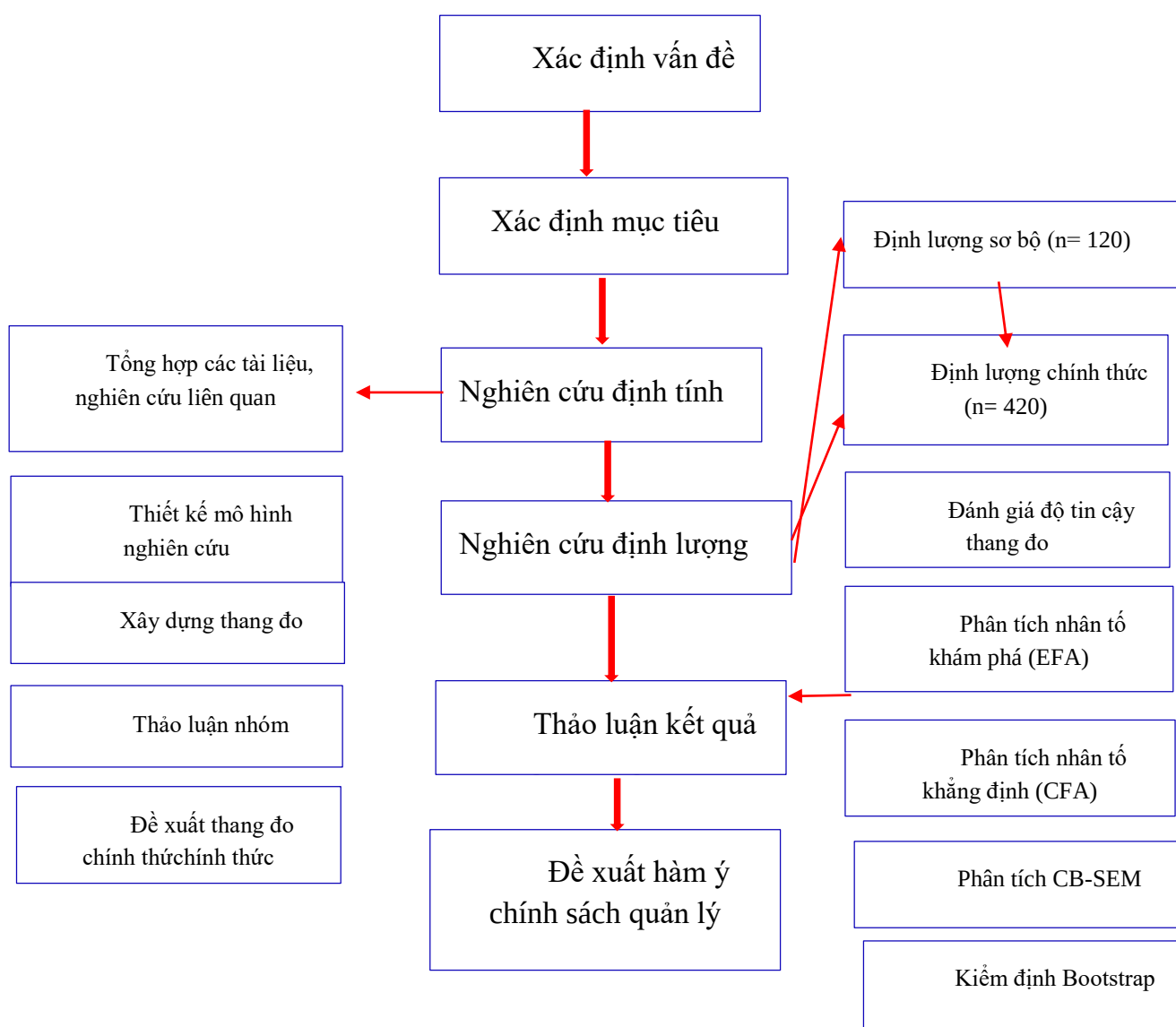
H7: Trách nhiệm xã hội tác động tích cực đến kết quả làm việc.

CHƯƠNG III: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1 Bối cảnh nghiên cứu

Luận án đóng góp bằng cách kiểm định tính tương thích của mô hình lý thuyết trong một bối cảnh đồng bằng sông Cửu Long và một ngành sản xuất chế biến, lấp đầy khoảng trống nghiên cứu khi các công trình trước thường tập trung vào ngành dịch vụ hoặc tài chính Newman et al., (2020). Kết quả nghiên cứu sẽ cung cấp hàm ý quản trị ứng dụng, giúp các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Cần Thơ đối phó với tỷ lệ biến động nhân sự cao.

3.2 Quy trình nghiên cứu



Hình 3.1: Sơ đồ quy trình nghiên cứu

Nguồn: Xây dựng từ tác giả

3.3 Nghiên cứu định tính

Nghiên cứu định tính được thực hiện thông qua khảo sát chuyên gia với 13 nhà quản lý và 04 nhà khoa học am hiểu lĩnh vực, nhằm lấy ý kiến về nội dung các yếu tố, biến quan sát và thang đo. Dựa trên ý kiến chuyên gia, thang đo nháp ban đầu đã được điều chỉnh để phù hợp hơn với bối cảnh thực tiễn địa bàn khảo sát thành phố Cần Thơ.

Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp: Điều chỉnh từ 5 biến quan sát kế thừa thành 4 biến quan sát mới. Chuyên gia đồng ý về việc điều chỉnh các biến gốc để phù hợp thực tiễn

Sự gắn kết với tổ chức: Điều chỉnh các biến quan sát để rõ ràng hơn và phù hợp với thực tiễn, duy trì 3 biến quan sát chính thức.

Sự hài lòng công việc: Giữ lại 4 biến quan sát phù hợp sau khi điều chỉnh câu từ để dễ hiểu hơn.

Niềm tin tổ chức của nhân viên: Giữ lại 3 biến quan sát sau khi điều chỉnh câu từ do thang đo gốc được đánh giá là ngắn, chung chung.

Kết quả làm việc của nhân viên: Giữ lại 4 biến quan sát sau khi làm rõ nghĩa và bổ sung thành phần câu hỏi để người tham gia khảo sát đánh giá dễ dàng hơn.

Sau quá trình điều chỉnh, mô hình đo lường chính thức bao gồm 5 thang đo với 18 biến quan sát được tổng hợp trong Bảng 3.6, đảm bảo tính phù hợp và rõ ràng cho nghiên cứu định lượng tiếp theo.

Bảng 3.6 Tổng hợp thang đo và biến quan sát sau khi điều chỉnh

TT	Thang đo chính thức	Mã hóa
I	Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp	
1	Doanh nghiệp mở rộng quy mô doanh nghiệp và thị phần	TNXH1
2	Doanh nghiệp không để bất kỳ cá nhân hoặc tổ chức nào lợi dụng danh nghĩa doanh nghiệp để tiến hành các hoạt động trái với các quy định của pháp luật	TNXH2
3	Doanh nghiệp quan tâm tới tính bền vững của môi trường, quyền công dân và các chuẩn mực đạo đức của xã hội Việt Nam và quốc tế	TNXH3
4	Doanh nghiệp dành một phần ngân sách đóng góp cho chương trình xóa đói, giảm nghèo, bảo vệ cây xanh và an toàn giao thông	TNXH4
II	Sự gắn kết với tổ chức	GK
1	Tôi giới thiệu tổ chức này với bạn bè tôi là một tổ chức tuyệt vời để làm việc.	GK1
2	Tôi tự hào khi nói với mọi người rằng tôi là một phần của tổ chức này.	GK2
3	Lợi ích mà doanh nghiệp cung cấp đã tạo ra sự gắn kết lâu dài của tôi với doanh nghiệp	GK3
III	Sự hài lòng trong công việc (HLCV)	HLCV
1	Cơ hội để làm điều gì đó tận dụng được khả năng của tôi.	HLCV1
2	Cơ hội thăng tiến trong công việc của tôi	HLCV2
3	Tôi cảm thấy thoải mái khi đóng góp ý kiến và ý tưởng	HLCV3

4	Tôi hài lòng với sự hỗ trợ và đào tạo mà tôi nhận được từ doanh nghiệp	HLCV4
IV	Niềm tin tổ chức của nhân viên (NTTC)	NTTC
1	Anh/Chị có nghĩ rằng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp ảnh hưởng đến niềm tin của Anh/Chị đối với tổ chức	NTTC1
2	Doanh nghiệp có thực hiện trách nhiệm xã hội để xây dựng niềm tin cho nhân viên	NTTC2
3	Doanh nghiệp cần thực hiện các hoạt động hoặc chính sách nhằm gia tăng hơn nữa niềm tin của nhân viên vào tổ chức	NTTC3
V	Kết quả làm việc của nhân viên (KQLV)	KQLV
1	Anh/Chị hoàn thành tốt các nhiệm vụ được giao	KQLV1
2	Tôi đạt được các mục tiêu làm việc cá nhân đã đề ra	KQLV2
3	Tôi nhận được phản hồi tích cực từ cấp trên về công việc của mình	KQLV3
4	Công việc của tôi có ảnh hưởng tích cực đến sự thành công của doanh nghiệp	KQLV4

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

3.4 Nghiên cứu định lượng sơ bộ

Hệ số Cronbach's Alpha bé nhất 0,806 và lớn nhất 0,864 hệ số tương quan giữa biến và tổng đều > 0,3 điều này chứng tỏ các thang đo đều đảm bảo độ tin cậy.

Bảng 3.7 Kết quả phân tích độ tin cậy các thang đo

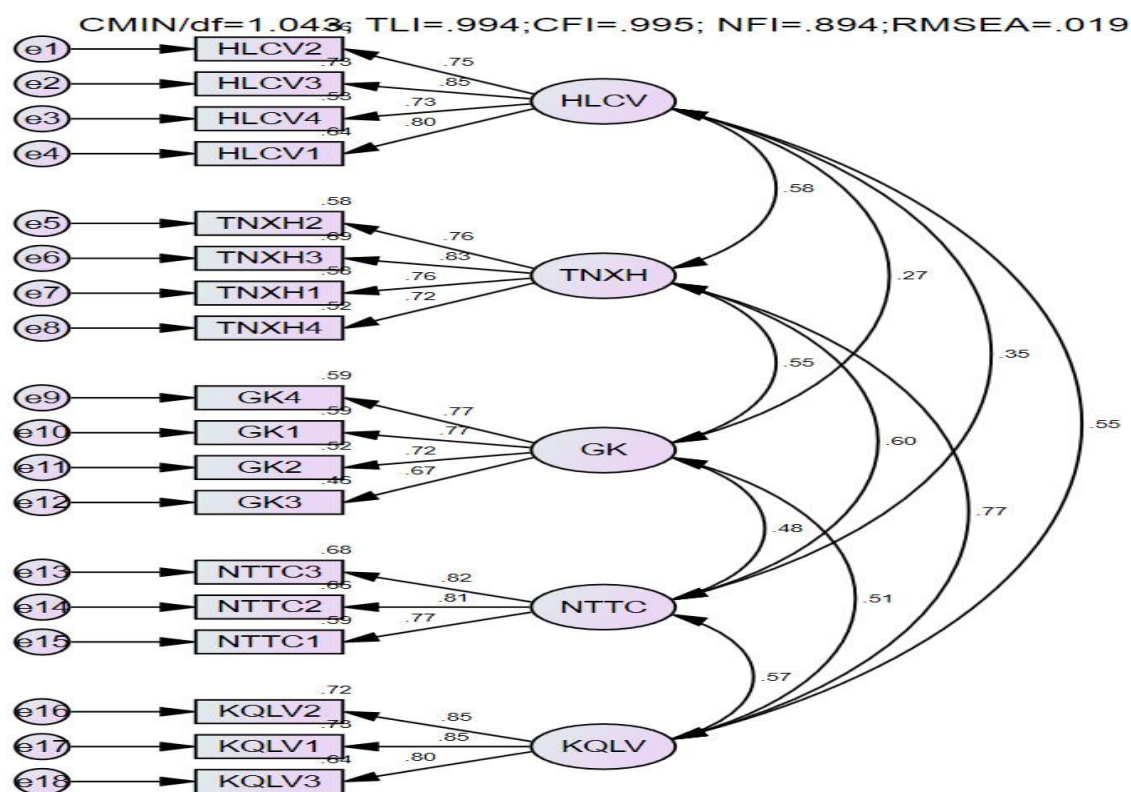
Item (Thang đo)	Scale Mean if Item Deleted (Trung bình thang đo nếu loại biến)	Scale Variance if Item Deleted (Phương sai thang đo nếu loại biến)	Corrected Item- Total Correlation (Tương quan biến tổng)	Cronbach's Alpha if Item Deleted (Cronbach's Alpha nếu loại biến)
Thang đo TNXH: Hệ số Cronbach's Alpha = 0,804				
TNXH1	10,41	3,202	0,589	0,769
TNXH2	10,35	3,204	0,556	0,788
TNXH3	10,38	3,178	0,676	0,726
TNXH4	10,37	3,444	0,674	0,735
Thang đo HLCV: Hệ số Cronbach's Alpha = 0,806				
HLCV1	10,34	3,319	0,514	0,806
HLCV2	10,38	3,144	0,603	0,765
HLCV3	10,32	2,857	0,692	0,721
HLCV4	10,34	2,916	0,68	0,727
Thang đo NTTC: Hệ số Cronbach's Alpha = 0,854				
NTTC1	6.32	1.848	0.683	0.804
NTTC2	6.81	1.988	0.697	0.787
NTTC3	6.39	1.921	0.74	0.746
Thang đo GK: Hệ số Cronbach's Alpha = 0,823				
GK1	10,18	3,104	0,664	0,769
GK2	10,16	3,109	0,642	0,779

GK3	10,22	3,23	0,607	0,795
GK4	10,33	3,095	0,672	0,765
Thang đo KQLV: Hệ số Cronbach's Alpha =0,872				
KQLV1	6,79	2,116	0,76	0,815
KQLV2	6,76	1,983	0,784	0,793
KQLV3	6,82	2.218	0,722	0,849

Nguồn: Trích xuất từ SPSS

Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Hình 3.2 Kết quả phân tích CFA



Nguồn: Trích xuất từ AMOS

3.5 Nghiên cứu định lượng chính thức

Quy trình phân tích được thực hiện qua bốn bước chính:

Kiểm định độ tin cậy thang đo: Sử dụng hệ số Cronbach's Alpha và hệ số tương quan biến so với tổng để đánh giá độ tin cậy. Hệ số Cronbach's Alpha tổng thể của các khái niệm nghiên cứu cần phải lớn hơn 0,6 (Ho Dinh Phi, 2022). Hệ số tương quan giữa biến so với tổng của các biến quan sát cần phải lớn hơn 0,3 (Nunnally & Burnstein, 1994). Kết quả kiểm định cho thấy. Các thang đo đều đạt yêu cầu về kiểm định độ tin cậy thông qua hệ số Cronbach's Alpha tổng thể và các hệ số tương quan của biến so với tổng.

Phân tích nhân tố khám phá (EFA): EFA được thực hiện để đánh giá tính tích hợp của mô hình với dữ liệu và tính tương quan tuyến tính giữa các biến quan sát.

Hệ số KMO (Kaiser - Meyer - Oilkin) phải thỏa mãn điều kiện $0,5 < KMO < 1$ (Hair và cộng sự, 2006). Kiểm định Bartlett có mức ý nghĩa $< 0,05$; Hệ số tải nhân tố (Factor

loading) > 0.3 ; Phương sai trích $> 50\%$ và Eigenvalue > 1 .

Phân tích nhân tố khẳng định (CFA): CFA nhằm kiểm tra sự phù hợp của mô hình đo lường với dữ liệu thực tế thông qua năm thước đo chính (Gefen và cộng sự, 2011; Ho Dinh Phi, 2022)

Phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM). Khi giá trị thực tế của mô hình đáp ứng giá trị tiêu chuẩn, mô hình tích hợp phù hợp với dữ liệu thực tế. Hệ số tương quan của các $\leq 0,05$ thì kết luận tương quan có ý nghĩa thống kê và chấp nhận giả thuyết.

CHƯƠNG IV: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1 Vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên thành phố Cần Thơ

Thành phố Cần Thơ với vai trò là Trung tâm động lực và hạt nhân kinh tế của vùng đồng bằng sông Cửu Long. Thành phố Cần Thơ là đầu mối giao thông, thương mại quan trọng, kết nối khu vực với cả nước và quốc tế thông qua hệ thống cảng hàng không và cảng biển quốc tế. Vị trí này giúp thành phố Cần Thơ trở thành một đỉnh trong tam giác kinh tế chiến lược (Thành phố Hồ Chí Minh - Cần Thơ - Phnom Penh) và là giao điểm của hai hành lang kinh tế chính.

4.2 Hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ

Thành phố Cần Thơ là trung tâm hàng đầu về sản xuất và chế biến gạo, thủy sản trong vùng đồng bằng sông Cửu Long. Năm 2024, thành phố Cần Thơ có khoảng 1,352 doanh nghiệp sản xuất chế biến. Thành phố Cần Thơ đang tích cực kêu gọi đầu tư xây dựng Trung tâm logistics và phê duyệt Đề án "Thu hút đầu tư vào lĩnh vực công nghiệp thành phố Cần Thơ giai đoạn 2021 - 2025, tầm nhìn đến 2030" với trọng tâm là phát triển ngành chế biến và thủy sản ứng dụng công nghệ cao.

4.3 Thực trạng thực hiện trách nhiệm xã hội của một số doanh nghiệp điển hình sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ

Kết quả phỏng vấn trực tiếp các nhà quản lý và nhân viên tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến điển hình trên địa bàn thành phố Cần Thơ.

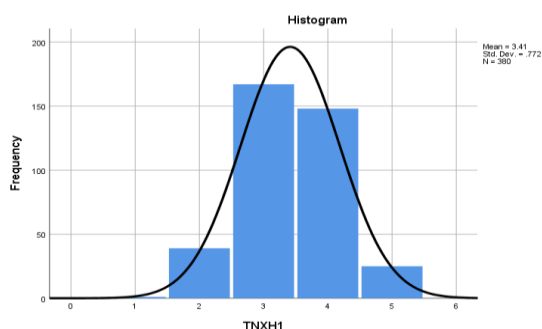
Lĩnh vực TNXHĐN	Hoạt động thực hiện
Trách nhiệm với nhân viên	Đảm bảo an toàn lao động (đầu tư cơ sở hạ tầng, trang thiết bị, đào tạo PCCC). Triển khai chính sách phúc lợi công bằng (Bảo hiểm xã hội, y tế, khám sức khỏe định kỳ), hỗ trợ cải thiện điều kiện và tăng thu nhập cho nhân viên.
Trách nhiệm với môi trường	Áp dụng công nghệ tiên tiến để xử lý rác thải, giảm thiểu ô nhiễm nguồn nước và không khí. Chú trọng sử dụng nguyên liệu bền vững, thân thiện với môi trường, và giảm thiểu hóa chất độc hại trong sản xuất chế biến.
Trách nhiệm với cộng đồng	Hỗ trợ giáo dục (tài trợ học bổng, xây dựng trường học, cung cấp thiết bị học tập). Thực hiện an sinh xã hội (tổ chức từ thiện, quyên góp cho người nghèo, hỗ trợ thiên tai, xây dựng nhà tình thương). Đóng góp phát triển cơ sở hạ tầng (xây dựng đường, cầu cống).
Trách nhiệm kinh tế & hợp tác	Hợp tác với nông dân xây dựng chương trình liên kết trong sản xuất chế biến, giúp tiêu thụ sản phẩm, nâng cao giá trị và tăng thu nhập. Thúc đẩy văn hóa doanh nghiệp và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp bằng cách khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động xã hội.

4.4 PHÂN TÍCH TÁC ĐỘNG CỦA TNXHDN ĐẾN SỰ GẮN KẾT VỚI TỔ CHỨC VÀ KẾT QUẢ LÀM VIỆC CỦA NHÂN VIÊN TẠI CÁC DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT CHẾ BIẾN TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Nghiên cứu khảo sát 420 nhà quản lý và nhân viên trên địa bàn thành phố Cần Thơ. Sau quá trình xử lý dữ liệu có 380 quan sát.

4.4.1 Kiểm định phân phối chuẩn

Theo Groeneveld & Meeden (1984), hệ số Skewness đo lường mức độ không đối xứng của phân phối dữ liệu. Chỉ số Kurtosis đo lường độ nhọn phần trung tâm của một phân phối so với độ nhọn phân phối tiêu chuẩn.



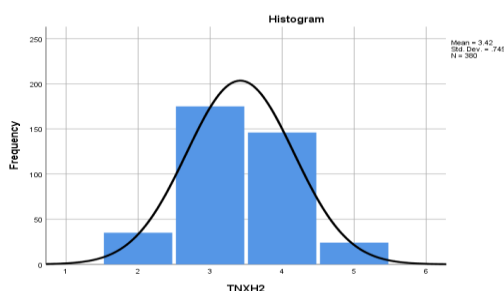
Hình 4.4: Kiểm định phân phối của biến TNXH1

Statistics	
TNXH1	
Skewness	-0,035
Std. Error of Skewness	0,125
Kurtosis	-0,235
Std. Error of Kurtosis	0,25

Bảng 4.3 Kết quả thống kê của biến TNXH 1

Nguồn: Trích xuất từ SPSS

Hình dáng của dữ liệu TNXH1 có hình quả chuông úp cho thấy dữ liệu có dạng phân phối chuẩn, Skewness < 0, lệch trái. Kurtosis < 3 độ nhọn của phân phối dữ liệu thấp hơn độ nhọn phân phối tiêu chuẩn.

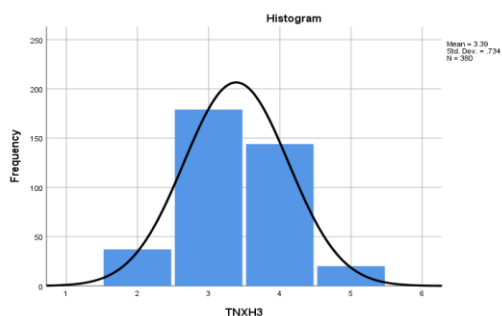


Hình 4.5: Kiểm định phân phối của biến TNXH2

Statistics	
TNXH2	
Skewness	0,07
Std. Error of Skewness	0,125
Kurtosis	-0,295
Std. Error of Kurtosis	0,25

Bảng 4.4 Kết quả thống kê của biến TNXH 2

Hình dáng của dữ liệu TNXH2 có hình quả chuông úp cho thấy dữ liệu có dạng phân phối chuẩn, Skewness > 0, lệch phải. Kurtosis < 3 độ nhọn của phân phối dữ liệu thấp hơn độ nhọn phân phối tiêu chuẩn.



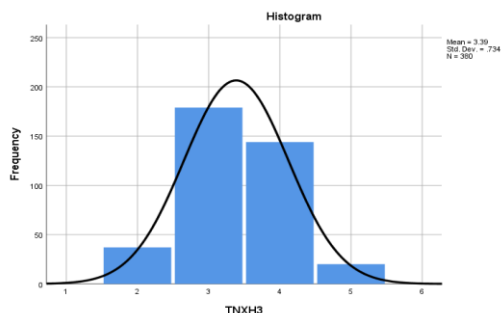
Hình 4.6: Kiểm định phân phối của biến TNXH3

Statistics	
TNXH3	
Skewness	0,054
Std. Error of Skewness	0,125
Kurtosis	-0,283
Std. Error of Kurtosis	0,25

Bảng 4.5 Kết quả thống kê của biến TNXH 3

Nguồn: Trích xuất từ SPSS

Hình dáng của dữ liệu TNXH3 có hình quả chuông úp cho thấy dữ liệu có dạng phân phối chuẩn, Skewness > 0, lệch phải. Kurtosis < 3 độ nhọn của phân phối dữ liệu thấp hơn độ nhọn phân phối tiêu chuẩn.



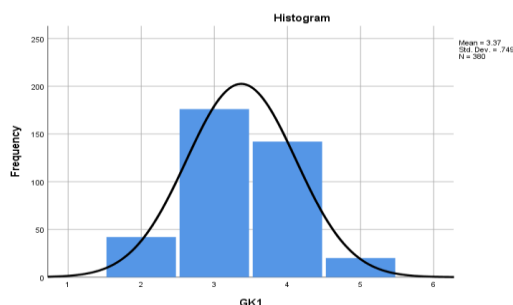
Hình 4.7: Kiểm định phân phối của biến TNXH3

Statistics	
TNXH4	
Skewness	-0,156
Std. Error of Skewness	0,125
Kurtosis	-0,371
Std. Error of Kurtosis	0,25

Bảng 4.6 Kết quả thống kê của biến TNXH 4

Nguồn: Trích xuất từ SPSS

Hình dáng của dữ liệu TNXH4 có hình quả chuông úp cho thấy dữ liệu có dạng phân phối chuẩn, Skewness < 0, lệch trái. Kurtosis < 3 độ nhọn của phân phối dữ liệu thấp hơn độ nhọn phân phối tiêu chuẩn.



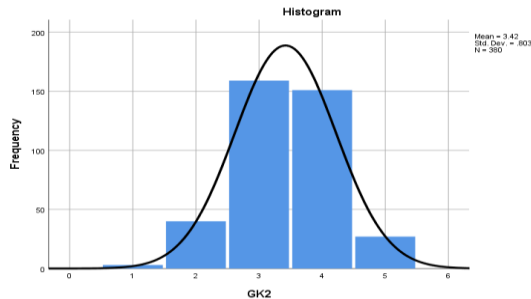
Hình 4.8: Kiểm định phân phối của biến GK1

Statistics	
GK1	
Skewness	0,039
Std. Error of Skewness	0,125
Kurtosis	-0,337
Std. Error of Kurtosis	0,25

Bảng 4.7 Kết quả thống kê của biến GK1

Nguồn: Trích xuất từ SPSS

Hình dáng của dữ liệu GK1 có hình quả chuông úp cho thấy dữ liệu có dạng phân phối chuẩn, Skewness > 0, lệch phải. Kurtosis < 3 độ nhọn của phân phối dữ liệu thấp hơn độ nhọn phân phối tiêu chuẩn.



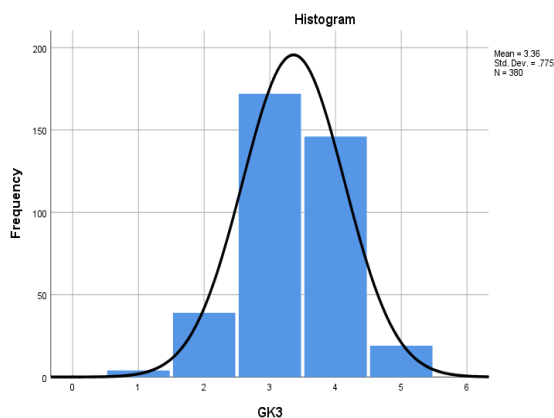
Hình 4.9: Kiểm định phân phối của biến GK2

Statistics	
GK2	
Skewness	-0,162
Std. Error of Skewness	0,125
Kurtosis	-0,089
Std. Error of Kurtosis	0,25

Bảng 4.8 Kết quả thống kê của biến GK2

Nguồn: Trích xuất từ SPSS

Hình dáng của dữ liệu GK2 có hình quả chuông úp cho thấy dữ liệu có dạng phân phối chuẩn, Skewness < 0, lệch trái. Kurtosis < 3 độ nhọn của phân phối dữ liệu thấp hơn độ nhọn phân phối tiêu chuẩn.

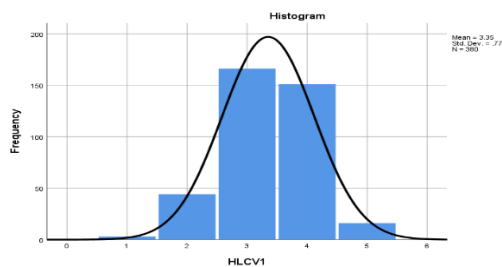


Hình 4.10: Kiểm định phân phối của biến GK3

Statistics	
GK3	
Skewness	-0,211
Std. Error of Skewness	0,125
Kurtosis	0,116
Std. Error of Kurtosis	0,25

Bảng 4.9 Kết quả thống kê của biến GK3

Hình dáng của dữ liệu GK3 có hình quả chuông úp cho thấy dữ liệu có dạng phân phối chuẩn, Skewness < 0, lệch trái. Kurtosis < 3 độ nhọn của phân phối dữ liệu thấp hơn độ nhọn phân phối tiêu chuẩn.



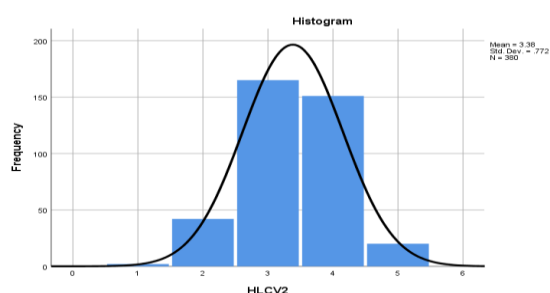
Hình 4.11: Kiểm định phân phối của biến HLCV1

Statistics	
HLCV1	
Skewness	-0,238
Std. Error of Skewness	0,125
Kurtosis	-0,076
Std. Error of Kurtosis	0,25

Bảng 4.10 Kết quả thống kê của biến HLCV1

Nguồn: Trích xuất từ SPSS

Hình dáng của dữ liệu HLCV1 có hình quả chuông úp cho thấy dữ liệu có dạng phân phối chuẩn, Skewness < 0, lệch trái. Kurtosis < 3 độ nhọn của phân phối dữ liệu thấp hơn độ nhọn phân phối tiêu chuẩn.



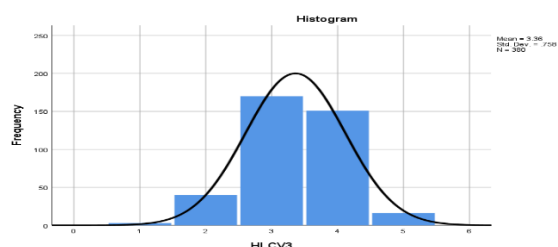
Hình 4.12: Kiểm định phân phối của biến HLCV2

Statistics	
HLCV2	
Skewness	-0,153
Std. Error of Skewness	0,125
Kurtosis	-0,15
Std. Error of Kurtosis	0,25

Bảng 4.11 Kết quả thống kê của biến HLCV2

Nguồn: Trích xuất từ SPSS

Hình dáng của dữ liệu HLCV1 có hình quả chuông úp cho thấy dữ liệu có dạng phân phối chuẩn, Skewness < 0, lệch trái. Kurtosis < 3 độ nhọn của phân phối dữ liệu thấp hơn độ nhọn phân phối tiêu chuẩn.



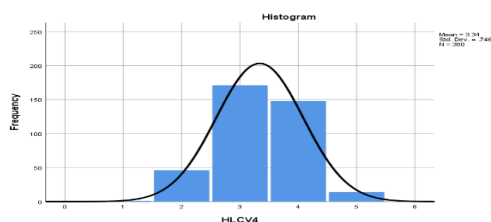
Hình 4.13: Kiểm định phân phối của biến HLCV3

Statistics	
HLCV3	
Skewness	-0,233
Std. Error of Skewness	0,125
Kurtosis	0,017
Std. Error of Kurtosis	0,25

Bảng 4.12 Kết quả thống kê của biến HLCV3

Nguồn: Trích xuất từ SPSS

Hình dáng của dữ liệu HLCV1 có hình quả chuông úp cho thấy dữ liệu có dạng phân phối chuẩn, Skewness < 0, lệch trái. Kurtosis < 3 độ nhọn của phân phối dữ liệu thấp hơn độ nhọn phân phối tiêu chuẩn.



Hình 4.14: Kiểm định phân phối của biến HLCV4

HLCV4	
Skewness	-0,138
Std. Error of Skewness	0,125
Kurtosis	-0,299
Std. Error of Kurtosis	0,25

Bảng 4.13 Kết quả thống kê của biến HLCV4

Nguồn: Trích xuất từ SPSS

Hình dáng của dữ liệu HLCV4 có hình quả chuông úp cho thấy dữ liệu có dạng phân phối chuẩn, Skewness < 0, lệch trái. Kurtosis < 3 độ nhọn của phân phối dữ liệu thấp hơn độ nhọn phân phối tiêu chuẩn.

Kiểm định phân phối chuẩn cho các thang đo còn lại bao gồm NTTC, KQLV có kết đều đạt phân phối chuẩn

4.4.2 Thông tin về mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng 380 mẫu hợp lệ từ các nhà quản lý và nhân viên đang làm việc tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ, thỏa điều kiện có thời gian công tác từ 01 năm trở lên.

4.4.3 Đánh giá thang đo

4.4.3.1 Kiểm định Cronbachs các thành phần thang đo

Tất cả các thang đo và các biến quan sát thành phần đều đảm bảo chất lượng và độ tin cậy để được đưa vào bước phân tích tiếp theo là phân tích nhân tố khám phá (EFA).

4.4.3.2 Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

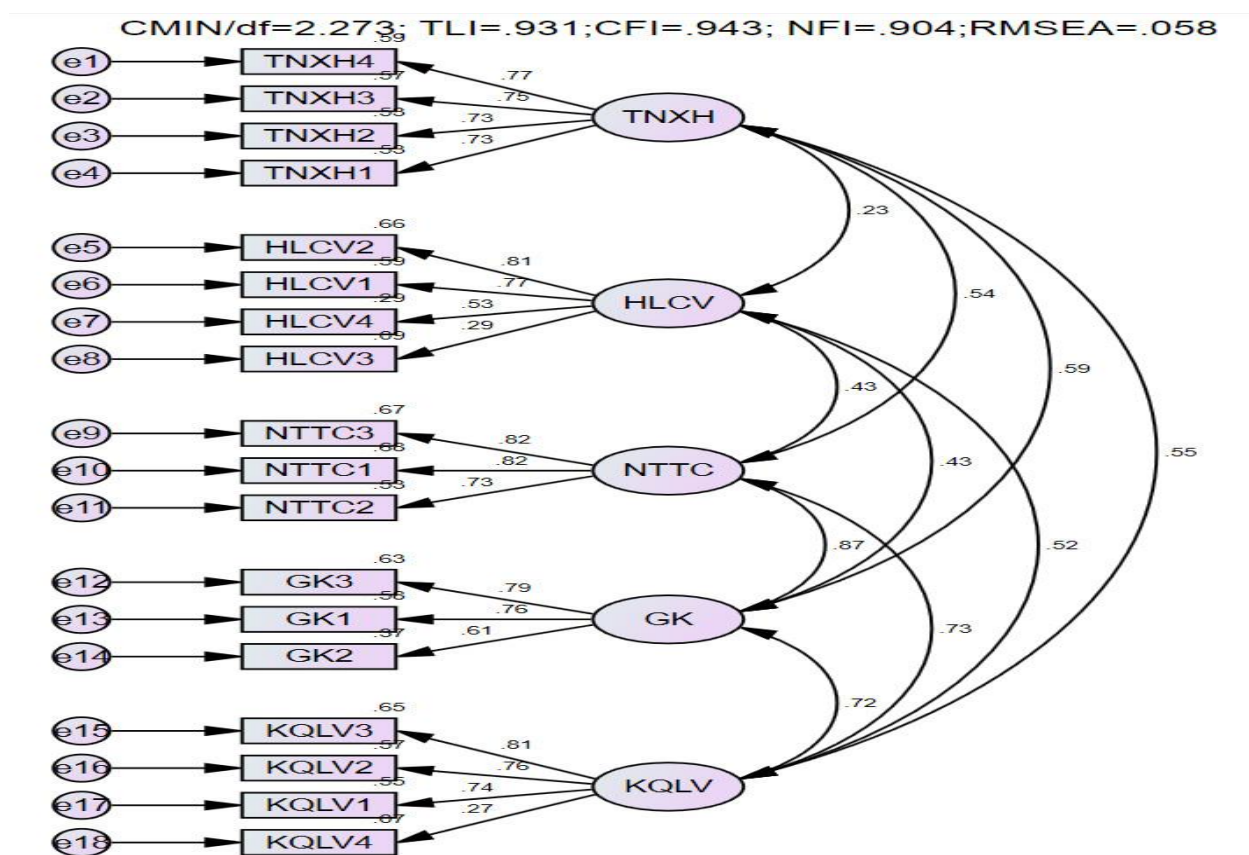
Kết quả phân tích EFA

Pattern Matrix (Ma trận mô hình đo lường)					
	Component (Yếu tố)				
	1	2	3	4	5
TNXH4	0,833				
TNXH3	0,826				
TNXH2	0,803				
TNXH1	0,799				
HLCV2		0,839			

HLCV1		0,812			
HLCV4		0,723			
HLCV3		0,499			
NTTC3			0,877		
NTTC1			0,876		
NTTC2			0,841		
GK3				0,853	
GK1				0,837	
GK2				0,787	
KQLV3					0,862
KQLV2					0,837
KQLV1					0,812
KQLV4					0,433
Kaiser-Meyer-Olkin Measure (Thước đo KMO)	0,798	0,694	0,718	0,686	0,732
Kiểm định Bartlett (Mức ý nghĩa)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Eigenvalues (Giá trị Eigen)	2,661	2,136	2,244	2,047	2,289
Phương sai trích (%)	66,513	53,394	74,79	68,239	57,236

Nguồn: Trích xuất từ SPSS, 2024

Hình : Kiểm định sự phù hợp của mô hình CFA



Nguồn: Trích xuất từ AMOS, 2024

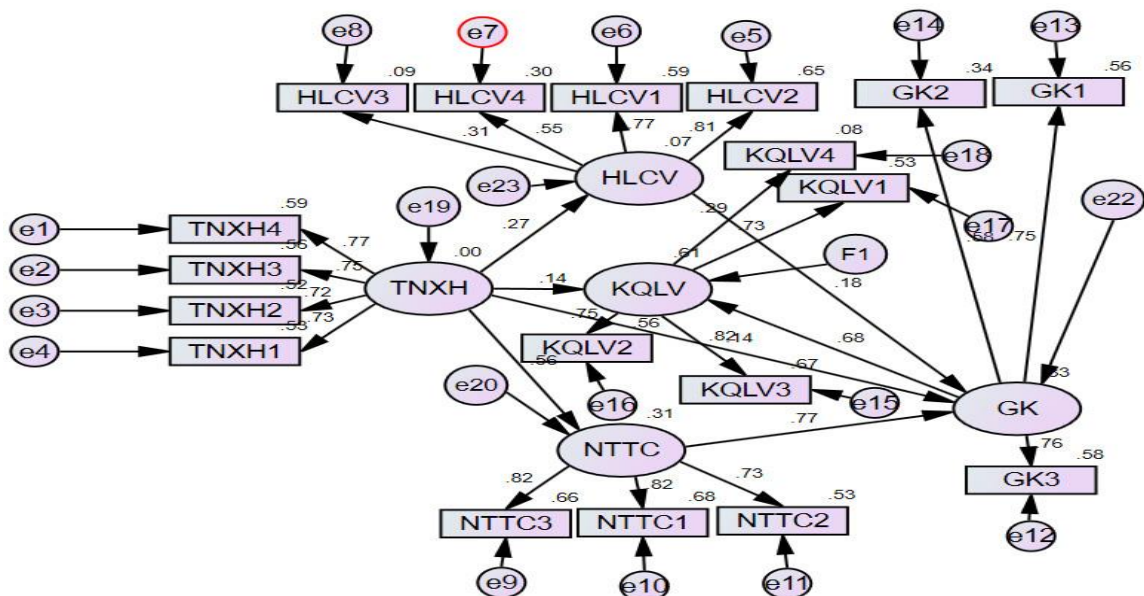
Các chỉ số phù hợp của CFA

TT	Thước đo	Chỉ số giá trị tiêu chuẩn	Giá trị mô hình	Kết quả
1	Cmin/df	$\chi^2 / d.f. < 3$ phù hợp tốt; < 5 được chấp nhận; càng nhỏ càng tốt (Bagozzi & Jy, 1988)	2,273	Tốt
2	TLI (Tucker-Lewis Index)	TLI: càng gần 1 thì càng phù hợp; TLI $> 0,90$ là phù hợp; TLI $\geq 0,95$ là phù hợp tốt (Hu & Bentler, 1995)	0,931	Tốt
3	CFI (Comparative Fit Index)	TLI: càng gần 1 thì càng phù hợp; TLI $> 0,90$ là nhất quán; TLI $\geq 0,95$ là phù hợp tốt (Hu & Bentler, 1995)	0,943	Tốt
4	NFI (Normal Fit Index)	NFI càng gần 1 thì càng phù hợp. NFI gần 0,90 được chấp nhận; NFI $> 0,95$ là phù hợp tốt (Chin & Todd, 1995).	0,904	Tốt
5	RMSEA (Root Mean Square Error Approximation)	RMSEA $< 0,05$, mô hình phù hợp tốt; RMSEA $< 0,08$, được chấp nhận; càng nhỏ càng tốt (Browne & Cudeck, 1993)	0,058	Tốt

Nguồn: Trích xuất từ AMOS, 2024

4.4.3.3 Phân tích mô hình hàm cấu trúc (SEM)

Kết quả phân tích SEM



CMIN/df=2.657; TLI=.910;CFI=.924; NFI=.885;RMSEA=.066

Nguồn: Trích xuất từ AMOS, 2024

Kết quả được thể hiện trong hình 4.5 cho thấy: mô hình có giá trị Cmin/df = 2,657; TLI = 0,910; CFI = 0,924; NFI = 0,885 và RMSEA = 0,066. Như vậy, mô hình tích hợp phù

hợp với dữ liệu thực tế.

4.4.4 Sử dụng Bootstrap kiểm định tin cậy kết quả CB-SEM

Kết quả Bootstrap với n =1000 quan sát

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)								
Parameter			SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	*CR
HLCV	<---	TNXH	0,085	0,001	0,323	0,003	0,002	1,5
NTTC	<---	TNXH	0,079	0,001	0,682	0,005	0,002	2,5
GK	<---	NTTC	0,073	0,001	0,712	0,000	0,002	0
GK	<---	TNXH	0,079	0,001	0,157	0,000	0,002	0
GK	<---	HLCV	0,053	0,001	0,170	0,002	0,001	2
KQLV	<---	GK	0,097	0,002	0,721	0,004	0,002	2
KQLV	<---	TNXH	0,096	0,002	0,166	0,000	0,002	0

Nguồn: Trích xuất từ AMOS, 2024

Ghi chú: CR*; CR = (Bias) / (SE-Bias)

Bảng: Kết quả giả thuyết

Giả thuyết	Tác động			Estimate (Hệ số hồi quy)	S.E. (Lỗi tiêu chuẩn)	C.R. (Critical Ratio)	P-values (Sig.)	Kết luận
H1	HLCV	<---	TNXH	0,320	0,075	4,244	***	Phù hợp
H2	NTTC	<---	TNXH	0,677	0,076	8,930	***	Phù hợp
H4	GK	<---	NTTC	0,712	0,064	11,119	***	Phù hợp
H6	GK	<---	TNXH	0,157	0,066	2,366	0,018	Phù hợp
H3	GK	<---	HLCV	0,167	0,043	3,888	***	Phù hợp
H5	KQLV	<---	GK	0,718	0,082	8,721	***	Phù hợp
H7	KQLV	<---	TNXH	0,166	0,082	2,023	0,043	Phù hợp

Nguồn: Trích xuất từ AMOS, 2024

4.4.5 Kết luận về các giả thuyết

Bảng: Tổng hợp kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết		Kết luận
H1	Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tác động tích cực đến hài lòng công việc.	Ủng hộ
H2	Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tác động tích cực đến niềm tin nhân viên.	Ủng hộ
H3	Sự hài lòng công việc tác động tích cực đến gắn kết tổ chức.	Ủng hộ
H4	Niềm tin tổ chức tác động tích cực đến gắn kết tổ chức.	Ủng hộ
H5	Gắn kết tác động tích cực đến kết quả làm việc.	Ủng hộ
H6	Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tác động tích cực đến gắn kết.	Ủng hộ

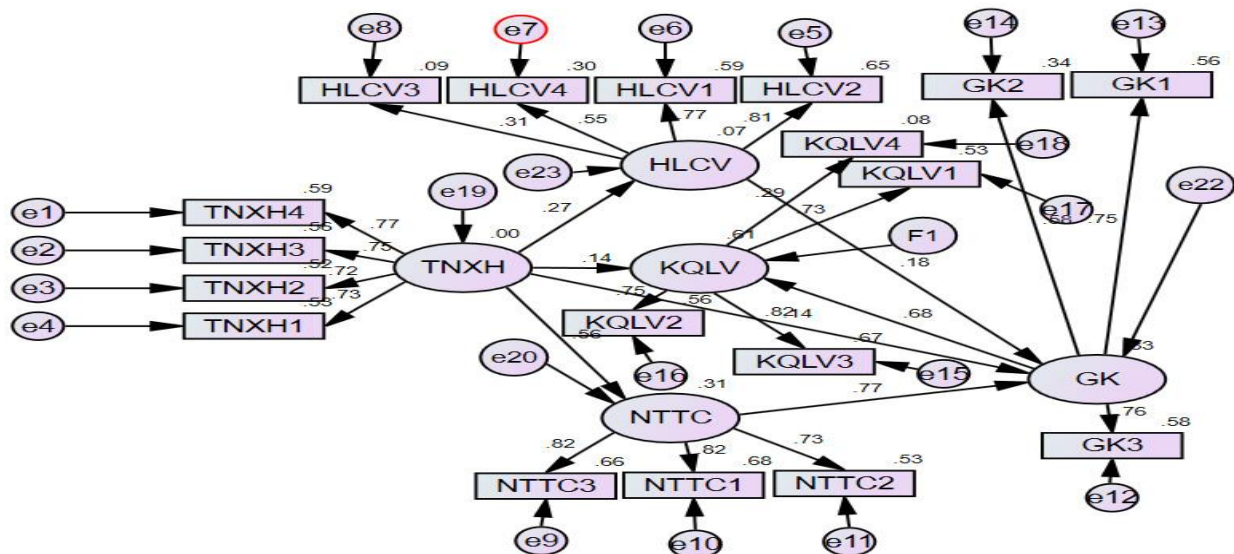
H7	Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tác động tích cực đến kết quả làm việc.	Ứng hộ
----	---	--------

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả

4.4.6 Thảo luận kết quả nghiên cứu

4.4.6.1 Những nhân tố bị ảnh hưởng trực tiếp bởi TNXH

Hình: Kết quả mô hình nghiên cứu



CMIN/df=2.657; TLI=.910; CFI=.924; NFI=.885; RMSEA=.066

Nguồn: Kết quả nghiên cứu của tác giả

Dựa trên kết quả phân tích, mô hình nghiên cứu có độ phù hợp tốt với dữ liệu. Các chỉ số cho thấy sự tương thích của mô hình với dữ liệu thực tế:

Chi-square/df (Cmin/df) = 2,657, nằm trong khoảng chấp nhận được (< 3.0), cho thấy mô hình không có sự khác biệt đáng kể so với dữ liệu thực tế.

TLI (Tucker-Lewis Index) = 0,910 (> 0.9), thể hiện mô hình đơn giản hơn so với mô hình ban đầu.

CFI (Comparative Fit Index) = 0,924 (> 0.9), chứng tỏ mô hình có độ phù hợp cao với dữ liệu thực tế.

NFI (Normed Fit Index) = 0,885 gần đạt mức tốt (>0.9), nhưng vẫn chấp nhận được.

RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) = 0,066 (< 0,08) cho thấy mô hình có độ phù hợp tốt với dữ liệu thực tế.

CHƯƠNG V: KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

5.1 KẾT LUẬN

Nghiên cứu đã đóng góp vào cơ sở lý thuyết quản trị nguồn nhân lực và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp thông qua các phát hiện thực nghiệm:

Luận án cung cấp bằng chứng thực nghiệm, làm rõ cơ chế tác động của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp lên kết quả làm việc là gián tiếp, thông qua vai trò trung gian của gắn kết với tổ chức và niềm tin tổ chức. Điều này khẳng định trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là một chiến lược thái độ, phải được chuyển hóa qua tâm lý tích cực của nhân viên để tạo ra tác động kết quả làm việc.

Nghiên cứu xác định hài lòng công việc là động lực mạnh mẽ nhất thúc đẩy kết quả làm việc với hệ số $\beta = 0,91$, nghiên cứu này phản ánh đúng nhu cầu cải tiến công nghệ và quy trình, đồng thời nhấn mạnh tầm quan trọng cực lớn của hài lòng công việc và áp dụng kiến thức trong ngành sản xuất chế biến tại đồng bằng sông Cửu Long. Qua đó khẳng định việc hài lòng công việc thông qua niềm tin tổ chức là động lực mạnh mẽ nhất đối với sự gắn kết với tổ chức với hệ số $\beta = 0,77$. Điều này cung cấp góc nhìn mới, nhấn mạnh tính chiến lược của việc giữ chân nhân viên đối với gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc.

Dựa trên các hệ số hồi quy được kiểm chứng từ mô hình phương trình cấu trúc (SEM), luận án đề xuất các hàm ý quản trị thiết thực nhằm tối ưu hóa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và nâng cao kết quả làm việc:

Tập trung nâng cao năng lực ứng dụng với hệ số $\beta = 0,91$ các doanh nghiệp cần đầu tư mạnh mẽ vào các chương trình đào tạo tại chỗ, đào tạo luân chuyển công việc và tạo cơ chế cho nhân viên tự học hỏi, áp dụng kiến thức vào quy trình sản xuất. Bất kỳ sự cải thiện nào trong khả năng học tập đều mang lại sự tăng trưởng hiệu suất gần như tương đương.

Tối ưu hóa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp như một chiến lược nhân sự với hệ số $\beta = 0,56$, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp phải được xem là chiến lược xây dựng thương hiệu nhà tuyển dụng. Doanh nghiệp cần minh bạch hóa các hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đặc biệt là môi trường và phúc lợi và khuyến khích nhân viên trực tiếp tham gia. Việc truyền thông hiệu quả sẽ chuyển hành động trách nhiệm thành niềm tự hào tổ chức, từ đó tăng cường gắn kết với tổ chức và giảm ý định nghỉ việc.

Sử dụng giữ chân gắn kết với tổ chức với hệ số $\beta = 0,77$ với chính sách quản trị cần tập trung vào việc giảm thiểu các yếu tố thúc đẩy ý định nghỉ việc như: xây dựng chế độ đãi ngộ cạnh tranh, lộ trình thăng tiến rõ ràng. Việc sử dụng niềm tin tổ chức làm chỉ báo sớm và giải quyết các yếu tố giữ chân là cách hiệu quả nhất để nhanh chóng nâng cao sự gắn kết với tổ chức là tổng thể của nhân viên.

Luận án đã cung cấp một cái nhìn sâu sắc, có căn cứ khoa học về mối liên hệ giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và quản trị nguồn nhân lực trong ngành sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ. Việc các doanh nghiệp thực hiện tốt trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp không chỉ mang lại lợi ích cho chính họ mà còn đóng góp vào sự phát

triển kinh tế - xã hội bền vững của thành phố, đúng với tinh thần "Trí tuệ, năng động, nhân ái, hào hiệp, thanh lịch" của thành phố Cần Thơ.

5.2 HÀM Ý QUẢN TRỊ

5.2.1. Đối với Ban lãnh đạo doanh nghiệp

Ban lãnh đạo cần xem xét trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, học tập và giữ chân nhân viên là các chiến lược đầu tư mang tính dài hạn vào vốn con người. Hải lòng công việc căn cứ vào hệ số tác động cực mạnh của hải lòng công việc đến kết quả làm việc với hệ số $\beta = 0,91$ doanh nghiệp cần ưu tiên đầu tư.

Thiết lập cơ chế chia sẻ kiến thức nội bộ như khuyến khích và công nhận các sáng kiến cải tiến quy trình hoặc các buổi chia sẻ kinh nghiệm kỹ thuật giữa các bộ phận, từ đó biến kiến thức thành hành động cải thiện kết quả làm việc. Chiến lược tích hợp trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và giữ chân nhân viên. Kết quả nghiên cứu chứng minh tác động của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp lên gắn kết với tổ chức với hệ số $\beta = 0,56$, nhưng hiệu quả hơn khi thông qua việc kiểm soát ý định nghỉ việc gắn kết với hệ số $\beta = 0,77$ như sau:

Chính sách giữ chân nhân viên. Tập trung thiết kế một chính sách phúc lợi cạnh tranh và công bằng nhằm loại bỏ các yếu tố thúc đẩy ý định nghỉ việc. Đảm bảo mức lương xứng đáng và lộ trình thăng tiến rõ ràng để củng cố niềm tin tổ chức và sự an tâm công tác lâu dài của nhân viên.

Minh bạch hóa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp chiến lược. Lãnh đạo cần tích hợp các hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đặc biệt là bảo vệ môi trường và an toàn lao động vào các mục tiêu kinh doanh cốt lõi và công bố công khai. Việc này giúp nhân viên cảm thấy tự hào về vai trò xã hội của tổ chức, qua đó tăng sự đồng nhất và gắn kết với tổ chức.

5.2.2. Đối với nhà quản lý trực tiếp và lãnh đạo phòng ban

Nhà quản lý là nhân tố chủ chốt trong việc chuyển hóa các chính sách chiến lược thành hành vi gắn kết hàng ngày của nhân viên. Thúc đẩy gắn kết và tinh thần trách nhiệm. Dựa trên tác động mạnh mẽ của gắn kết với tổ chức đến kết quả làm việc với hệ số $\beta = 0,73$ như sau:

Văn hóa tôn trọng và ghi nhận như tổ chức các buổi thảo luận định kỳ, tạo điều kiện cho nhân viên đóng góp ý kiến và ý tưởng cải tiến, đồng thời đảm bảo ý kiến của nhân viên được tôn trọng và phản hồi.

Làm gương và khuyến khích tham gia trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Nhà quản lý cần tiên phong tham gia vào các chương trình tình nguyện cộng đồng hoặc bảo vệ môi trường, từ đó khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên cùng tham gia. Sự tham gia trực tiếp này giúp nhân viên cảm thấy có trách nhiệm hơn và tăng sự gắn bó cảm xúc với tổ chức.

Cơ chế phản hồi và huấn luyện. Thay vì chỉ đánh giá, nhà quản lý cần thực hiện huấn luyện thường xuyên, cung cấp phản hồi xây dựng để nhân viên thấy được sự tiến bộ và lộ trình phát triển năng lực rõ ràng.

5.2.3. Đối với Chính quyền địa phương và Hiệp hội doanh nghiệp

5.2.3.1 Cơ chế công nhận và ưu đãi trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp: Thiết lập

Chứng nhận/Giải thưởng trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp cấp thành phố dành cho các doanh nghiệp sản xuất chế biến tiên phong về các tiêu chí môi trường và phúc lợi xã hội. Điều này giúp tăng cường uy tín thương hiệu của doanh nghiệp, gián tiếp củng cố niềm tự hào và sự gắn kết của nhân viên; đồng thời, áp dụng chính sách ưu đãi hỗ trợ như cân nhắc ưu đãi thuế hoặc hỗ trợ vốn cho các dự án phát triển chuỗi cung ứng bền vững, xử lý chất thải hoặc các hoạt động nâng cao phúc lợi xã hội tại địa phương.

5.2.3.2 Tăng cường hợp tác đào tạo: Phối hợp giữa Hiệp hội doanh nghiệp, Sở Nội vụ thành phố và các cơ sở giáo dục để xây dựng các chương trình đào tạo chuyên môn thực tiễn, chất lượng cao, đáp ứng trực tiếp nhu cầu với hệ số $\beta = 0,91$ của nhân viên trong ngành sản xuất chế biến. Qua đó, tăng cường tính minh bạch. Thiết lập cơ chế công bố thông tin minh bạch về các quy định môi trường, an toàn lao động và kết quả giám sát, giúp doanh nghiệp dễ dàng công khai và giao tiếp các hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp một cách đáng tin cậy.

5.3 HẠN CHẾ CỦA NGHIÊN CỨU VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO

5.3.1 Hạn chế của nghiên cứu

Luận án đã thể hiện những đóng góp đáng kể về mặt khoa học và thực tiễn, song công trình nghiên cứu vẫn còn tồn tại một số hạn chế cần được ghi nhận và khắc phục. Do đó, việc tiếp tục thực hiện các nghiên cứu chuyên sâu là cần thiết để hoàn thiện các nội dung đã được đề cập. Các định hướng nghiên cứu tiếp theo cụ thể:

Nghiên cứu luận án nội dung thực hiện khảo sát về TNXHĐN đến gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến. Nghiên cứu chỉ tập trung vào các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ.

Nếu nghiên cứu chủ yếu dựa vào các phương pháp nghiên cứu định tính như phỏng vấn sâu hoặc khảo sát không chuẩn hóa, điều này dẫn đến nhiều vấn đề liên quan đến tính khách quan và độ tin cậy của kết quả, mặc dù mang lại cái nhìn sâu sắc và chi tiết về các vấn đề nghiên cứu nhưng cũng tiềm ẩn chủ quan. Các nhà nghiên cứu dễ dàng bị ảnh hưởng bởi ý kiến cá nhân hoặc quan điểm riêng trong quá trình thu thập và phân tích dữ liệu, điều này tạo ra những sai lệch trong kết quả làm trở nên khó tin cậy và không thể tổng quát cho một nhóm lớn hơn.

Ngoài ra, số lượng doanh nghiệp hoặc nhân viên tham gia nghiên cứu không đủ lớn khiến cho tính đại diện của mẫu nghiên cứu trở nên hạn chế. Số lượng tham gia tối thiểu cần phải được đảm bảo để rút ra những kết luận có giá trị cho một nhóm rộng hơn. Nếu chỉ dựa vào một mẫu nhỏ, kết quả không phản ánh đúng thực trạng hoặc xu hướng chung trong cộng đồng doanh nghiệp nói chung. Hơn nữa, việc nghiên cứu chỉ diễn ra trong một thời gian cũng không đủ để nắm bắt được sự biến đổi trong cách hiểu và thực hiện chiến lược trách nhiệm xã hội doanh nghiệp của doanh nghiệp theo thời gian. Sự thay đổi này thường diễn ra chậm và cần có một thời gian dài hơn để có thể ghi nhận và phân tích. Nghiên cứu hiện tại chưa dừng lại ở mức độ toàn diện, do chưa xem xét đầy đủ các nhân tố bên ngoài khác có khả năng tác động đến sự gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên. Các yếu tố này bao gồm văn hóa tổ chức, các chính sách quản lý, động lực cá nhân và điều kiện môi trường làm việc.

Như vậy, để nâng cao tính chính xác và độ tin cậy của nghiên cứu cần áp dụng một

cách tiếp cận đa phương pháp, kết hợp giữa định tính và định lượng cũng như mở rộng quy mô mẫu và thời gian nghiên cứu. Điều này giúp đảm bảo tính đại diện mà còn tăng cường khả năng tổng quát của kết quả, từ đó cung cấp những thông tin hữu ích và chính xác hơn cho các tổ chức trong việc xây dựng chiến lược trách nhiệm xã hội doanh nghiệp.

5.3.2 Hướng nghiên cứu tiếp theo

Luận án đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm quan trọng và làm rõ cơ chế tác động của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp lên sự gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên trên địa bàn thành phố Cần Thơ. Luận án đã cung cấp thực nghiệm về tác động trách nhiệm xã hội doanh nghiệp của doanh nghiệp đến sự gắn kết với tổ chức và kết quả làm việc của nhân viên tại các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ. Tuy nhiên, chủ đề này vẫn còn nhiều khía cạnh tiềm năng để phát triển trong các nghiên cứu kế thừa. Nghiên cứu này đề xuất ba hướng nghiên cứu trọng tâm nhằm nâng cao tính khoa học và giá trị ứng dụng trong các nghiên cứu tiếp theo:

Thứ nhất, do giới hạn về phạm vi không gian, kết quả nghiên cứu chỉ phản ánh đặc thù văn hóa quản trị và điều kiện kinh tế của riêng các doanh nghiệp sản xuất chế biến trên địa bàn thành phố Cần Thơ. Các công trình kế tiếp nên mở rộng:

Mở rộng phạm vi địa lý: Tiến hành khảo sát sang các tỉnh, thành phố khác thuộc khu vực ĐBSCL hoặc các Trung tâm kinh tế lớn.

Áp dụng phân tích đa nhóm: Sử dụng kỹ thuật MGA trong mô hình phương trình cấu trúc (SEM) để kiểm định tính bất biến của mô hình. Phân tích này sẽ giúp các nhà quản trị xác định liệu chiến lược trách nhiệm xã hội doanh nghiệp có cần được điều chỉnh tùy theo quy mô và loại hình doanh nghiệp khác nhau, từ đó tối ưu hóa chi phí và hiệu quả.

Thứ hai, để làm sáng tỏ hơn cơ chế phức tạp mà trách nhiệm xã hội doanh nghiệp ảnh hưởng đến hành vi và thái độ nhân viên, các nghiên cứu tương lai nên tích hợp thêm các yếu tố mới:

Bổ sung biến điều tiết: Tích hợp các yếu tố về văn hóa và quản trị như Phong cách Lãnh đạo hoặc Văn hóa doanh nghiệp vào mô hình. Mục tiêu là xác định dưới điều kiện quản trị nào thì tác động của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến sự gắn kết sẽ được tối ưu hóa.

Phân tích ảnh hưởng của các biến tâm lý nhân viên trong bối cảnh tự động hóa quy trình và chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trong ngành sản xuất chế biến. Nghiên cứu sẽ đánh giá tính bền vững và khả năng thích ứng của các mối quan hệ lý thuyết khi vai trò của lao động thủ công thay đổi, cung cấp dữ liệu quan trọng cho chiến lược quản trị nhân sự trong kỷ nguyên 4.0.

Thứ ba, nhằm khắc phục hạn chế của thiết kế nghiên cứu cắt ngang, các công trình tiếp theo nên áp dụng các phương pháp luận nâng cao.

Thiết kế nghiên cứu dọc: Thực hiện khảo sát cùng một nhóm đối tượng tại các mốc thời gian khác nhau. Thiết kế này sẽ giúp nắm bắt được sự thay đổi của các biến theo thời

gian, qua đó cung cấp căn cứ vững chắc hơn cho việc đầu tư chiến lược của doanh nghiệp.