

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



NGUYỄN TẤN PHƯỚC

**TÁC ĐỘNG CỦA NHẬN THỨC TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI
DOANH NGHIỆP ĐẾN KẾT QUẢ CÔNG VIỆC CỦA
NHÂN VIÊN VỚI VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA NIỀM TIN
TỔ CHỨC: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM TẠI CÁC
DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT THUỐC BẢO VỆ THỰC VẬT
TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Ngành: Quản trị kinh doanh

Mã ngành: 9340101

CẦN THƠ, 2023

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



NGUYỄN TẤN PHƯỚC

**TÁC ĐỘNG CỦA NHẬN THỨC TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI
DOANH NGHIỆP ĐẾN KẾT QUẢ CÔNG VIỆC CỦA
NHÂN VIÊN VỚI VAI TRÒ TRUNG GIAN CỦA NIỀM TIN
TỔ CHỨC: NGHIÊN CỨU THỰC NGHIỆM TẠI CÁC
DOANH NGHIỆP SẢN XUẤT THUỐC BẢO VỆ THỰC VẬT
TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh

Mã ngành: 9340101

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC

PGS TS ĐÀO DUY HUÂN

PGS TS NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO

CẦN THƠ, 2025

CHẤP THUẬN CỦA HỘI ĐỒNG

Luận án với tựa đề là: “Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuộc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long”, do nghiên cứu sinh Nguyễn Tấn Phước thực hiện theo sự hướng dẫn của **Hướng dẫn 1: PGS.TS. Đào Duy Huân, Trường Đại học Tây Đô** và **Hướng dẫn 2: PGS.TS. Nguyễn Thị Phương Thảo, Trường Đại học Đà Lạt**. Luận án đã báo cáo và được Hội đồng đánh giá luận án tiến sĩ thông qua ngày **31/01/2026**.

Luận án đã được chỉnh sửa theo góp ý và được Hội đồng đánh giá luận án xem lại.

Người hướng dẫn 1



PGS.TS. Đào Duy Huân

Người hướng dẫn 2



PGS.TS. Nguyễn Thị Phương Thảo

Thư ký

(Ký tên, ghi họ tên)



TS. Nguyễn Quốc Nghi

Phản biện 3

(Ký tên, ghi họ tên)



PGS.TS. Lê Nguyễn Đoàn Khôi

Chủ tịch Hội đồng

(Ký tên, ghi họ tên)



PGS.TS. Võ Khắc Thường

LỜI CẢM ƠN

Tôi hết lòng cảm ơn Ban Giám Hiệu Trường Đại Học Tây Đô. Quý thầy cô của Khoa sau Đại học, Khoa Quản trị kinh doanh, Quý Giảng viên môn học, đã tạo điều kiện, giúp đỡ, truyền đạt kiến thức, đồng thời tạo cho tôi cơ hội hoàn thành chương trình Tiến sĩ và hoàn thành bản luận án này.

Tôi vô cùng biết ơn PGS TS Đào Duy Huân, PGS TS Nguyễn Thị Phương Thảo vì sự nhiệt tâm hướng dẫn khoa học, động viên, khích lệ tôi trong quá trình nghiên cứu và hoàn thành bản luận án này. Tôi đặc biệt mang ơn vì sự hỗ trợ của gia đình, tình yêu của gia đình dành cho tôi, trước, trong, sau khi kết thúc quá trình học và thực hiện bản luận án này.

Cuối cùng, tôi xin cảm ơn các doanh nghiệp, bạn bè đã luôn động viên và tạo điều kiện tốt nhất để tôi có thể nỗ lực hoàn thành tốt bài nghiên cứu luận án này

Cần Thơ, ngày tháng năm 2025

Nguyễn Tấn Phước

TÓM TẮT

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục đích đánh giá tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức, kết quả công việc của nhân viên với nhân tố định hướng nhiệm vụ, hành vi công dân của tổ chức ở khía cạnh tổ chức và khía cạnh cá nhân. nghiên cứu được thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng Bằng Sông Cửu Long.

Nghiên cứu này được tác giả sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng. Phương pháp nghiên cứu định tính được thực hiện gồm phỏng vấn sâu, thảo luận nhóm chuyên gia. Phương pháp nghiên cứu định lượng gồm khảo sát lần 1 (pilot test) với 100 quan sát, khảo sát lần 2 (chính thức) với 385 mẫu nhằm khám phá mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức. Kết quả nghiên cứu chỉ ra nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp theo Endsley (1995) là kiến thức tạo ra thông qua sự tương tác giữa người lao động và tổ chức, với Woodcock và cộng sự (2002) nêu lên PCSR là cách các bên liên quan nhìn nhận và đánh giá các hoạt động CSR của doanh nghiệp. Dahlsrud (2006) thì đưa ra nhận định PCSR là cách các bên liên quan hiểu và diễn giải các thông tin về CSR của doanh nghiệp. Crane và Matten (2007) nhìn nhận PCSR là "cách các bên liên quan hình thành và duy trì niềm tin về CSR của doanh nghiệp. Đồng thời, tác giả luận án cũng chỉ ra các khía cạnh PCSR được quan tâm là các bên liên quan, đối với nhân viên, đối với khách hàng và đối với chính phủ. Đối với kết quả công việc của nhân viên nhìn nhận ở các khía cạnh định hướng nhiệm vụ với 10 thuộc tính, với hành vi công dân trong tổ chức (OCB-O) nhìn nhận ở 5 thuộc tính và với hành vi công dân trong tổ chức (OCB-I) nhìn nhận ở 5 thuộc tính.

Qua quá trình kiểm định, xác định mức độ tác động và thứ tự tác động mạnh nhất đến thấp nhất là: Thứ nhất là Nhận thức trách nhiệm xã hội tác động mạnh nhất đến Niềm tin tổ chức (OT) với hệ số hồi quy là 0.687. Thứ hai là Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động thứ hai đến Hành vi công dân trong tổ chức ở cấp độ cá nhân với nhau (OCB-I) (0.606). Thứ ba là Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động thứ ba đến Hành vi công dân trong tổ chức ở cấp độ tổ chức (OCB-O) với hệ số hồi quy 0.602. Thứ tư là Nhận thức trách nhiệm xã hội của

doanh nghiệp có tác động thứ tư đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) với hệ số hồi quy là 0.374. Thứ năm là Niềm tin tổ chức có tác động thứ năm đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP), với hệ số hồi quy là 0.229. Thứ sáu là Danh tiếng tổ chức có tác động thứ sáu về điều tiết mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) và niềm tin tổ chức (OT) với hệ số hồi quy là 0.185. Thứ bảy là Niềm tin tổ chức có tác động thứ bảy đến Hành vi công dân trong tổ chức ở cấp độ tổ chức (OCB-O) với hệ số hồi quy 0.159. Thứ tám là Niềm tin tổ chức (OT) có tác động thứ tám đến Hành vi công dân trong tổ chức ở cấp độ cá nhân với nhau (OCB-I) với hệ số hồi quy là 0.153.

Mặc dù phân tích được thực hiện với 385 mẫu, cỡ mẫu đáp ứng đầy đủ và vượt chuẩn quốc tế đối với mô hình SEM (Hair và cộng sự, 2010), nghiên cứu vẫn tồn tại những giới hạn nhất định. Điểm hạn chế không nằm ở số lượng mẫu, mà ở phạm vi không gian khảo sát, vốn chỉ tập trung tại Đồng bằng sông Cửu Long. Do khu vực này có đặc thù ngành nông nghiệp, văn hóa doanh nghiệp và điều kiện hoạt động riêng, nên mức độ khái quát hóa cho toàn ngành thuốc bảo vệ thực vật trên phạm vi quốc gia có thể bị thu hẹp. Điều này không làm giảm giá trị của nghiên cứu hiện tại, mà chỉ nhấn mạnh rằng các nghiên cứu tương lai nên mở rộng khảo sát sang nhiều vùng kinh tế xã hội khác, bao gồm các doanh nghiệp có quy mô, phương thức quản trị và mức độ trưởng thành PCSR khác nhau để gia tăng tính bao phủ và đối sánh.

Ngoài ra, bảng thang đo của nghiên cứu đã được phát triển từ hệ thống thang đo quốc tế và kiểm định chặt chẽ là một đóng góp quan trọng, mở ra hướng tiếp tục phát triển cho toàn ngành thuốc bảo vệ thực vật. Các nghiên cứu tương lai có thể bổ sung thêm các thuộc tính mới, các biến điều tiết khác như tầm nhìn doanh nghiệp, sứ mạng, kết quả PCSR, mức độ tuân thủ pháp luật và nhận thức của lãnh đạo, đồng thời mở rộng địa bàn khảo sát nhằm nâng cao tính đại diện và khả năng khái quát cho toàn ngành và các ngành gần.

ABSTRACT

This study was conducted to evaluate the impact of perceived corporate social responsibility (PCSR) on employee job performance, with organizational trust serving as a mediating factor, and with job performance examined through task performance, organizational citizenship behavior at the organizational level (OCB-O), and organizational citizenship behavior at the individual level (OCB-I). The research was carried out in pesticide manufacturing enterprises located in the Mekong Delta region.

A mixed-methods approach was employed, combining both qualitative and quantitative research methods. The qualitative method involved in-depth interviews and expert group discussions. The quantitative method included a pilot survey with 100 observations and a main survey with 385 valid samples, aiming to explore the relationship between PCSR and employee job performance with the mediating role of organizational trust.

The findings indicate that PCSR, as conceptualized by Endsley (1995), represents knowledge generated through the interaction between employees and the organization. According to Woodcock et al. (2002), PCSR reflects how stakeholders perceive and evaluate corporate CSR activities. Dahlsrud (2006) suggests that PCSR is the way stakeholders interpret and make sense of CSR-related information. Crane and Matten (2007) argue that PCSR is “the process through which stakeholders form and sustain their beliefs about a firm’s CSR practices.” Furthermore, this study highlights key PCSR dimensions focusing on stakeholders in general, employees, customers, and government agencies.

Employee job performance was assessed in three dimensions: task performance (10 attributes), OCB-O (5 attributes), and OCB-I (5 attributes). The empirical testing results show the degree and ranking of impact as follows:

1. PCSR has the strongest effect on organizational trust (OT) with a regression coefficient of 0.687.
2. PCSR has the second-strongest effect on OCB-I with a coefficient of 0.606.
3. PCSR ranks third in influencing OCB-O with a coefficient of 0.602.
4. PCSR has the fourth-highest impact on individual role task performance (IRTP) with a coefficient of 0.374.

5. Organizational trust has the fifth-strongest effect on IRTP with a coefficient of 0.229.
6. Corporate reputation moderates the relationship between PCSR and organizational trust with a coefficient of 0.185.
7. Organizational trust has the seventh-ranked impact on OCB-O with a coefficient of 0.159.
8. Organizational trust ranks eighth in influencing OCB-I with a coefficient of 0.153.

Although the analysis was conducted with 385 samples, the sample size fully meets and exceeds international standards for SEM (Hair et al., 2010), the study still has certain limitations. The limitation lies not in the number of samples, but in the scope of the survey space, which is only concentrated in the Mekong Delta. Because this region has its own agricultural industry, corporate culture and operating conditions, the level of generalization to the entire national pesticide industry may be narrowed. This does not reduce the value of the current study, but only emphasizes that future studies should expand the survey to many other socio-economic regions, including enterprises with different sizes, management methods and PCSR maturity levels to increase coverage and comparison. In addition, the scale of the study has been developed from the international scale system and rigorously tested, which is an important contribution, opening up a direction for further development for the entire pesticide industry. Future studies can add new attributes, other regulatory variables such as corporate vision, mission, PCSR results, legal compliance and leadership awareness, and expand the survey area to improve representativeness and generalizability for the entire industry and related industries.

LỜI CAM KẾT

Tôi tên là Nguyễn Tấn Phước, ngoài những tài liệu tham khảo được thừa nhận mà tôi đã trích dẫn, tôi cam kết bản Luận án Tiến sĩ này với đề tài: Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại đồng bằng sông Cửu Long, là công trình nghiên cứu của riêng cá nhân tôi.

Tài liệu, số liệu được sử dụng trong Luận án này, được chỉ rõ nguồn trích dẫn trong phần tài liệu tham khảo. Kết quả khảo sát điều tra là của cá nhân tôi thực hiện.

Kết quả nghiên cứu của Luận án này chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu nào trước đó./.

Cần Thơ, ngày tháng năm 2025

Xác nhận của người hướng dẫn

Nghiên cứu sinh

PGS. TS. Đào Duy Huân

Nguyễn Tấn Phước

5. Organizational trust has the fifth-strongest effect on IRTP with a coefficient of 0.229.
6. Corporate reputation moderates the relationship between PCSR and organizational trust with a coefficient of 0.185.
7. Organizational trust has the seventh-ranked impact on OCB-O with a coefficient of 0.159.
8. Organizational trust ranks eighth in influencing OCB-I with a coefficient of 0.153.

Although the analysis was conducted with 385 samples, the sample size fully meets and exceeds international standards for SEM (Hair et al., 2010), the study still has certain limitations. The limitation lies not in the number of samples, but in the scope of the survey space, which is only concentrated in the Mekong Delta. Because this region has its own agricultural industry, corporate culture and operating conditions, the level of generalization to the entire national pesticide industry may be narrowed. This does not reduce the value of the current study, but only emphasizes that future studies should expand the survey to many other socio-economic regions, including enterprises with different sizes, management methods and PCSR maturity levels to increase coverage and comparison. In addition, the scale of the study has been developed from the international scale system and rigorously tested, which is an important contribution, opening up a direction for further development for the entire pesticide industry. Future studies can add new attributes, other regulatory variables such as corporate vision, mission, PCSR results, legal compliance and leadership awareness, and expand the survey area to improve representativeness and generalizability for the entire industry and related industries.

LỜI CAM KẾT

Tôi tên là Nguyễn Tấn Phước, ngoài những tài liệu tham khảo được thừa nhận mà tôi đã trích dẫn, tôi cam kết bản Luận án Tiến sĩ này với đề tài: Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại đồng bằng sông Cửu Long, là công trình nghiên cứu của riêng cá nhân tôi.

Tài liệu, số liệu được sử dụng trong Luận án này, được chỉ rõ nguồn trích dẫn trong phần tài liệu tham khảo. Kết quả khảo sát điều tra là của cá nhân tôi thực hiện.

Kết quả nghiên cứu của Luận án này chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu nào trước đó./.

Cần Thơ, ngày tháng năm 2025

Xác nhận của người hướng dẫn

Nghiên cứu sinh

PGS. TS. Đào Duy Huân

Nguyễn Tấn Phước

MỤC LỤC

	Trang
LỜI CẢM ƠN.....	i
TÓM TẮT.....	ii
ABSTRACT	iv
LỜI CAM KẾT.....	vi
MỤC LỤC	vii
DANH MỤC BẢNG	xi
DANH MỤC BIỂU ĐỒ VÀ HÌNH ẢNH.....	xiii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT.....	xiv
CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU NGHIÊN CỨU	1
1.1. VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU.....	1
1.1.1. Bối cảnh khoa học.....	1
1.1.2. Bối cảnh thực tiễn tại Việt Nam và Trên Thế Giới	3
1.2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU.....	6
1.2.1. Mục tiêu tổng quát	6
1.2.2. Mục tiêu cụ thể	6
1.3. CÂU HỎI NGHIÊN CỨU	7
1.4. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU	7
1.4.1. Đối tượng nghiên cứu	7
1.4.2. Phạm vi nghiên cứu	7
1.4.3. Đối tượng khảo sát.....	7
1.5. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	7
1.5.1. Nghiên cứu định tính	8
1.5.2. Nghiên cứu định lượng	8
1.6. ĐÓNG GÓP CỦA NGHIÊN CỨU	8
1.6.1. Đóng góp cho học thuật.....	8
1.6.2. Đóng góp cho thực tiễn.....	9
1.7. KẾT CẤU CỦA NGHIÊN CỨU.....	10
1.8. TIÊU KẾT CHƯƠNG 1	11
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	12
2.1. LÝ THUYẾT NỀN	12

2.1.1. Lý thuyết các bên liên quan	12
2.1.2 Lý thuyết bản sắc xã hội	13
2.1.3 Lý thuyết trao đổi xã hội.....	14
2.2. CÁC KHÁI NIỆM LIÊN QUAN.....	15
2.2.1 Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp	15
2.2.2 Trách nhiệm xã hội	16
2.2.3. Sự khác biệt giữa CSR và PCSR	19
2.2.4. Danh tiếng của tổ chức	21
2.2.5. Niềm tin tổ chức	22
2.2.6 Kết quả công việc của nhân viên	24
2.3. CÁC NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN TRÊN THẾ GIỚI.....	31
2.3.1. Nghiên cứu trên thế giới	31
2.3.2. Các nghiên cứu liên quan ở Việt Nam.....	45
2.3.3. Bảng tổng hợp các nghiên cứu liên quan.....	57
2.3.4. Khoảng trống cho nghiên cứu.....	74
2.4. XÂY DỰNG GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU	76
2.4.1. Nhận thức trách nhiệm xã hội và Niềm tin tổ chức	76
2.4.2. Nhận thức trách nhiệm xã hội và Kết quả công việc	78
2.4.3. Niềm tin tổ chức và Kết quả định hướng nhiệm vụ.....	80
2.4.4. Niềm tin tổ chức và Hành vi công dân trong tổ chức.....	81
2.4.5. Danh tiếng tổ chức.....	83
2.5. Tiêu kết chương 2	84
CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....	86
3.1. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MỘT SỐ DOANH NGHIỆP	86
3.1.1. Phản hồi ý kiến của CBNV trong hoạt động công ty	86
3.1.2. Phản hồi ý kiến của Khách hàng trong hoạt động công ty	86
3.1.3. Phản hồi ý kiến của Đối tác trong hoạt động công ty	87
3.1.4. Phản hồi ý kiến của Cơ quan ban ngành trong hoạt động công ty	87
3.1.5. Phân tích đánh giá về tình hình hoạt động các công ty	88
3.1.6. Các hoạt động CSR ngành thuốc Bảo vệ Thực vật	91
3.2. QUY TRÌNH NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH	98
3.2.1. Thu thập dữ liệu thứ cấp	98

3.2.2. Thu thập dữ liệu sơ cấp.....	100
3.2.3. Thảo luận nhóm	107
3.3. NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG	121
3.3.1. Quy trình nghiên cứu định lượng.....	121
3.3.2. Cỡ mẫu cho khảo sát thử nghiệm	122
3.3.3. Thang đo Likert	122
3.3.4. Mã hóa dữ liệu	122
3.3.5. Cỡ mẫu cho khảo sát chính thức.....	122
3.3.6. Phần mềm sử dụng.....	123
3.3.7. Kiểm định độ tin cậy thang đo (Cronbach's Alpha).....	124
3.3.8. Phân tích nhân tố khám phá (EFA).....	124
3.3.9. Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)	126
3.3.10. Phương pháp phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM)	126
3.4. Tiểu kết Chương 3.....	127
CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN	129
4.1 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH	129
4.2 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG PILOT TEST (100 MẪU)	130
4.2.1 Bảng câu hỏi khảo sát sơ bộ	130
4.2.2 Kết quả nghiên cứu sơ bộ (pilot test) 100 quan sát	130
4.3 NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG CHÍNH THỨC 385 MẪU.....	132
4.3.1 Bảng khảo sát chính thức 385 mẫu.....	132
4.3.2 Kết quả nghiên cứu định lượng chính thức 385 mẫu.....	132
4.3.3 Kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính SEM	147
4.4 Kiểm định vai trò điều tiết của Danh tiếng tổ chức.....	154
4.5 Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu.....	157
4.6 Thảo luận kết quả nghiên cứu.....	158
4.7 Mô hình kiểm định đầy đủ của luận án	162
4.8 So sánh kết quả với các nghiên cứu trước	163
4.8.1. PCSR là điểm vượt trội so với các nghiên cứu trước	164
4.8.2. Các biến OR, OT, IRTP và OCB được hệ thống hoàn chỉnh.....	164
4.8.3. So với các nghiên cứu trong nước và ngoài nước	165
4.8.4. Mối quan hệ tác động của PCSR và EWR (IRTP; OCB-O; OCB-I))	165

4.8.5. Xét về mối quan hệ giữa PCSR và Niềm tin tổ chức (OT)	167
4.8.6. Vai trò trung gian của Niềm tin tổ chức (OT)	168
4.8.7 Các yếu tố bối cảnh ảnh hưởng đến sự khác biệt trong kết quả	170
4.9 Tiểu kết chương 4	171
CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	173
5.1. KẾT LUẬN.....	173
5.1.1. Làm rõ vai trò nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp	173
5.1.2. Xác định vai trò trung gian của niềm tin tổ chức	174
5.2. HÀM Ý QUẢN TRỊ.....	177
5.2.1. PCSR tác động Niềm tin tổ chức (OT) với hệ số hồi quy: 0.687 (mạnh)	177
5.2.2. PCSR tác động OCBI (Hành vi công dân tổ chức cấp độ cá nhân)	179
5.2.3. PCSR tác động OCBO (Hành vi công dân tổ chức cấp tổ chức) Hệ số 0.602	180
5.2.4. Tác động Niềm tin tổ chức (OT) đến Kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP)	182
5.3. HẠN CHẾ VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO	185
5.3.1. Hạn chế	185
5.3.2. Hướng nghiên cứu tiếp theo	186
TÀI LIỆU THAM KHẢO	188
PHỤ LỤC 1: PHÒNG VẤN SÂU.....	207
PHỤ LỤC 2: DANH SÁCH THAM GIA PHÒNG VẤN SÂU	209
PHỤ LỤC 3: SẮP XẾP KẾT QUẢ PHÒNG VẤN SÂU	211
PHỤ LỤC 4: THUỘC TÍNH PHÙ HỢP YẾU TỐ	228
PHỤ LỤC 5: DANH SÁCH NHÓM CHUYÊN GIA.....	229
PHỤ LỤC 6: THIẾT KẾ THẢO LUẬN KẾT QUẢ	230
PHỤ LỤC 7: THANG ĐO ĐIỀU CHỈNH.....	244
PHỤ LỤC 8: THANG ĐO	260
PHỤ LỤC 9: PHIẾU KHẢO SÁT SƠ BỘ (100).....	263
PHỤ LỤC 10: PHIẾU KHẢO SÁT CHÍNH THỨC (385).....	267
PHỤ LỤC 11: KẾT QUẢ PILOT TEST.....	271
PHỤ LỤC 12. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU CHÍNH THỨC.....	280

DANH MỤC BẢNG

	Trang
Bảng 2.1: Tổng hợp các yếu tố liên quan trong các nghiên cứu Trong nước	60
Bảng 2.2: Tổng hợp các yếu tố liên quan trong các nghiên cứu Ngoài nước	61
Bảng 3.1. Tổng hợp phân tích dữ liệu thứ cấp về phản hồi của CBCNV	86
Bảng 3.2. Tổng hợp phân tích dữ liệu thứ cấp về phản hồi của khách hàng.....	86
Bảng 3.3. Tổng hợp phân tích dữ liệu thứ cấp về phản hồi của đối tác	87
Bảng 3.4. Tổng hợp dữ liệu thứ cấp (phản hồi của Cơ quan ban ngành).....	87
Bảng 3.5: Tổng hợp các hoạt động CSR tiêu biểu	95
Bảng 3.6: Tổng hợp các cụm từ ý nghĩa.....	101
Bảng 3.7: Bảng đề xuất biến phụ thuộc là hài lòng với các thuộc tính.....	102
Bảng 3.8: Bảng đề xuất thang phù hợp với từ, cụm từ, khía cạnh. thuộc tính.	105
Bảng 3.9: Thang Đo Trách Nhiệm Xã Hội.....	110
Bảng 3.10: Thang Đo Danh tiếng công ty	112
Bảng 3.11: Thang Đo Niềm tin tổ chức.....	113
Bảng 3.12: Thang Đo Hành vi công dân trong tổ chức	113
Bảng 3.13: Thang Đo Định hướng nhiệm vụ	115
Bảng 3.14: Thang Đo Kết quả công việc	115
Bảng 3.15: Thang đo sơ bộ.....	116
Bảng 3.16: Hệ số KMO theo Kaiser (1974).....	125
Bảng 4.1: Kết quả tóm tắt kiểm định sơ bộ thang đo trong mô hình.	130
Bảng 4. 2: Thông tin mẫu tham gia khảo sát.....	133
Bảng 4. 3: Tóm tắt kết quả kiểm định Cronbach's Alpha	134
Bảng 4. 4: Hệ số KMO và kiểm định Barlett's trong phân tích nhân tố	138
Bảng 4.5. Ma trận nhân tố xoay trong phân tích EFA.....	138
Bảng 4.6: Hệ số hồi quy chuẩn hóa của mô hình CFA	143
Bảng 4.7: Kết quả độ tin cậy tổng hợp và phương sai trích	145
Bảng 4.8: Kết quả kiểm định giá trị phân biệt giữa các biến	145
Bảng 4.9: Trọng số chưa chuẩn hóa của mô hình SEM	148
Bảng 4.10: Trọng số chuẩn hóa của mô hình SEM.....	149
Bảng 4.11: Kết quả ước lượng mô hình với phương pháp Bootstrap	153
Bảng 4.12: Kết quả kiểm định vai trò điều tiết	155

Bảng 4.13: Kết quả kiểm định giả thuyết trong mô hình lý thuyết	157
Bảng 4.14: Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu	161
Bảng 4.15: Tổng hợp so sánh luận án với nghiên cứu trước.....	166
Bảng 4.16: Tổng hợp so sánh luận án với nghiên cứu trước về OT.....	167
Bảng 4.17: So sánh luận án với nghiên cứu trước về vai trò trung gian của OT	169

DANH MỤC BIỂU ĐỒ VÀ HÌNH ẢNH

Trang

Hình 2.1: Mô hình Kim tự tháp trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.....	18
Hình 2.2: Mô hình của He và cộng sự (2019)	32
Hình 2.3: Mô hình của Tourigny và cộng sự (2019).....	33
Hình 2.4: Mô hình của Kunda và cộng sự (2019)	35
Hình 2.5: Mô hình của Yan và cộng sự (2022)	37
Hình 2.6: Mô hình của Ahmad và cộng sự (2020).....	39
Hình 2.7: Mô hình của Nuryanto và cộng sự (2023).....	41
Hình 2.8: Mô hình của Chaudhary (2020).....	42
Hình 2.9: Mô hình của Top và cộng sự (2015)	44
Hình 2.10: Mô hình của Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019)	46
Hình 2.11: Mô hình của Châu Thị Lệ Duyên (2018)	47
Hình 2.12: Mô hình nghiên cứu của Lê Hà Như Thảo và cộng sự (2023).....	49
Hình 2.13: Mô hình nghiên cứu của Trần Thị Ninh (2020)	51
Hình 2.14: Mô hình nghiên cứu của Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019)	54
Hình 2.15: Mô hình của Hoàng Thị Phương Thảo và Huỳnh Long Hồ (2015).....	55
Hình 3.1: Quy trình nghiên cứu định tính	98
Hình 3.2: Mô hình nghiên cứu sau thảo luận nhóm	120
Hình 3.3: Quy trình nghiên cứu định lượng	121
Hình 4.1: Kết quả CFA của mô hình đo lường tới hạn (chuẩn hóa)	142
Hình 4.2: Kết quả SEM của mô hình nghiên cứu (chuẩn hóa).....	147
Hình 4.3: Mô hình phân tích vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức	154
Hình 4.4: Biểu đồ tương tác hai chiều.....	156
Hình 4.5: Mô hình nghiên cứu đầy đủ của luận án	162

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

STT	VIẾT TẮT	NGHĨA TIẾNG ANH	NGHĨA TIẾNG VIỆT
1	AMOS	Analysis of Moment Structure	Phần mềm Amoss
2	CFA	Confirmatory Factor Analysis	Phân tích nhân tố khẳng định
3	EFA	Exploratory Factor Analysis	Phân tích nhân tố khám phá
4	EWR	Employee work results	Kết quả công việc
5	FL	Factor loadings	Hệ số tải
6	IRTP	In-role task performance	Kết quả định hướng nhiệm vụ
7	KMO	Kaiser - Meyer – Olkin	Hệ số KMO
8	PCSR	Perceived Corporate Social Responsibility	Nhận thức trách nhiệm xã hội
9	OCB	Organizational citizenship behavior	Hành vi công dân tổ chức
10	OCB-I	Organizational citizenship behavior - Individual	Hành vi công dân cấp độ cá nhân
11	OCB-O	Organizational citizenship behavior - Organizational	Hành vi công dân cấp độ tổ chức
12	OR	Organizational Reputation	Danh tiếng tổ chức
13	OT	Organizational trust	Niềm tin tổ chức
14	SEM	Structural Equation Modeling	Mô hình cấu trúc tuyến tính
15	SPSS	Statistical Package Social Sciences	Phần mềm phân tích thống kê

CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu này nhằm khám phá mối quan hệ tác động giữa các thành phần của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức, nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại đồng bằng Sông Cửu Long cũng như kiểm tra vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức đối với các mối quan hệ này. Trong Chương 1 về tổng quan nghiên cứu, đầu với việc trình bày vấn đề nghiên cứu, bối cảnh thực tiễn, bối cảnh khoa học, mục tiêu nghiên cứu, câu hỏi nghiên cứu, đối tượng và phạm vi nghiên cứu, phương pháp và phạm vi nghiên cứu, đóng góp của nghiên cứu và cuối cùng là kết cấu nghiên cứu của luận án.

1.1. VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU

1.1.1. Bối cảnh khoa học

Nghiên cứu về nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) và cụ thể là trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) được bắt đầu với công trình của Carroll năm 1979 về 3 phương diện của hiệu quả doanh nghiệp, kinh tế, xã hội và môi trường (Carroll, 1979), nhưng chỉ thực sự bùng nổ từ những năm 2000 trên nhiều cấp độ, cũng như từ nhiều góc độ của quản trị chiến lược, quản trị nguồn nhân lực, marketing, tài chính, kế toán, quản trị môi trường. Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp ngày càng trở thành một yếu tố quan trọng trong thành công và phát triển bền vững của các doanh nghiệp. Việc thực hiện trách nhiệm xã hội doanh nghiệp không chỉ giúp tăng cường hình ảnh và danh tiếng của doanh nghiệp mà còn ảnh hưởng tích cực đến cộng đồng và môi trường. Trên nền tảng này, một số nghiên cứu trước đây đã điều tra tác động của CSR đến hiệu quả tài chính doanh nghiệp (CFP) và quản lý quan hệ khách hàng (CRM) (Choi và Yu, 2014). Đề ứng phó với áp lực xã hội và nghĩa vụ đạo đức, nhiều công ty đã nỗ lực đóng vai trò của mình trong các hành động có trách nhiệm với xã hội, dẫn đến sự quan tâm ngày càng nhiều của các học giả trong lĩnh vực cụ thể này (Shin và cộng sự, 2016). Ngày càng có nhiều tài liệu cho thấy rằng sự tham gia của tổ chức vào các chính sách và thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) có xu hướng đóng góp không chỉ vào kết quả tài chính ở cấp tổ chức mà còn vào các kết quả phi tài chính như danh tiếng của công ty trong mắt người tiêu dùng và sức hấp dẫn của nó đối với các nhà đầu tư bằng cách đáp ứng mong đợi của các bên liên quan (Orlitzky và cộng sự, 2003).

Các nghiên cứu trước đây có xu hướng nhấn mạnh tác động của CSR đến hiệu quả hoạt động của tổ chức ở cấp độ vĩ mô (Aguinis và Glavas, 2012; Kim và cộng sự, 2017; Serra; Cantalops và cộng sự, 2017). Vẫn cần phải phân tích trách nhiệm xã hội ở cấp độ vi mô, đặc biệt là kết quả ở cấp độ nhân viên bao gồm các hành vi và định hướng nhiệm vụ của cá nhân (Flammer và Luo, 2016; Supanti và Butcher, 2018). Hành vi công dân của tổ chức (OCB) và kết quả định hướng nhiệm vụ là những kết quả cá nhân quan trọng nhất được nhấn mạnh trong dòng nghiên cứu này (Lee và cộng sự, 2015). Hơn nữa, nghiên cứu về tâm lý học cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của CSR và sự cần thiết phải xem xét cách nhân viên nhận thức và sau đó phản ứng với những hành vi trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (Rupp và cộng sự, 2013). Mặc dù việc làm rõ các nền tảng vi mô của CSR có thể giải thích các quá trình tâm lý cơ bản, các tình huống bất ngờ và kết quả của nhận thức của nhân viên về CSR, nhưng đáng ngạc nhiên là rất ít nghiên cứu về hành vi tổ chức (OB) hoặc quản lý nguồn nhân lực (HRM) đề cập đến CSR (Aguinis và Glavas, 2012). Việc thiếu nghiên cứu này có thể xuất phát từ việc thiếu thử nghiệm tổng hợp và có hệ thống hoặc thiếu sàng lọc các lý thuyết làm cơ sở cho nhận thức CSR của nhân viên (Rupp và cộng sự, 2013), hoặc liên quan đến các vấn đề về phương pháp và đo lường (Morgeson và cộng sự, 2013).

Bên cạnh đó, ở Việt Nam các nghiên cứu trước đây về CSR, đa phần các tác giả nghiên cứu trong các lĩnh vực ngành nghề khác nhau như lĩnh vực ngân hàng tại TP.HCM của Trần Thị Ninh (2020) và Hoàng Thị Phương Thảo và Huỳnh Long Hồ (2015), lĩnh vực thủy sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long của Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019), các doanh nghiệp nói chung tại Đồng Bằng Sông Cửu Long của Châu Thị Lệ Duyên và Nguyễn Phạm Tuyết Anh (2019), các doanh nghiệp tại Việt Nam nói chung của Lê Hà Như Thảo và cộng sự (2023). Nhìn chung các nghiên cứu trong nước về ảnh hưởng CSR đến kết quả công việc ở khu vực Đồng Bằng Sông Cửu Long đã có manh nha thực hiện nhưng lĩnh vực sản xuất thuốc bảo vệ thực vật còn rất hạn chế. Do đó, luận án sẽ tập trung vào việc khám phá các biến số can thiệp khác nhau để xác định các quá trình tiềm ẩn giữa trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và kết quả công việc của cá nhân. Tác giả cố gắng thiết lập một cách toàn diện nhận thức của nhân viên về CSR có liên quan như thế nào đến kết quả công việc của họ bằng cách xem xét vai trò trung gian của niềm tin tổ chức.

1.1.2. Bối cảnh thực tiễn tại Việt Nam và Trên Thế Giới

Trong bối cảnh thực tiễn, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và kết quả công việc nhân viên trong ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long trong nhìn nhận về phát triển bền vững vẫn là vấn đề được quan tâm và là một xu hướng toàn cầu, đặc biệt trong việc thực hiện Chương trình của Liên Hợp Quốc về nghị sự 2030. Nội dung vì sự phát triển bền vững của Liên Hợp Quốc với 17 mục tiêu cụ thể (UN, 2015).

Tại Việt Nam, việc triển khai các chính sách phát triển bền vững của các doanh nghiệp và mục tiêu nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực doanh nghiệp để đạt được các mục tiêu chung, đang là những ưu tiên chiến lược trong tiến trình hội nhập quốc tế và phát triển quốc gia.

Tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), nơi tập trung các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật đã trở thành khu vực nghiên cứu điển hình cho mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (Corporate Social Responsibility) (CSR) và kết quả công việc của nhân viên (EWR). Đối với ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật có những yếu tố cần quan tâm là có sự tác động lớn đến môi trường, sức khỏe cộng đồng và xã hội, do đó, việc thực hiện CSR không chỉ là yêu cầu đạo đức mà còn là chiến lược sống còn của doanh nghiệp (Carroll và Shabana, 2010).

Trong vai trò chiến lược của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) sản xuất thuốc bảo vệ thực vật và việc thực hiện trách nhiệm xã hội doanh nghiệp mang ý nghĩa thiết thực trên nhiều phương diện như (1) Bảo vệ môi trường thông qua việc áp dụng các quy trình sản xuất sạch và kiểm soát chặt chẽ vòng đời sản phẩm giúp bảo vệ môi trường. (2) Bảo vệ sức khỏe con người, với sản phẩm đảm bảo an toàn cho người sử dụng và người lao động sẽ góp phần củng cố lòng tin của khách hàng và duy trì phúc lợi cho nhân viên (Azim và cộng sự., 2009). (3) Đảm bảo quyền lợi người lao động, Với việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, việc tôn trọng các tiêu chuẩn đạo đức lao động sẽ tạo ra môi trường làm việc an toàn, công bằng và kích thích, tạo động lực cho nhân viên (Turker, 2009). (4) Tăng cường mối liên kết với cộng đồng và (5) Tăng năng lực cạnh tranh và tuân thủ pháp luật, điều này tạo ra lợi thế cạnh tranh thông qua sự khác biệt về giá trị (Jamali và Mirshak, 2007).

Tại Việt Nam, khi xem xét về thực tiễn trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR), nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) tại khu vực ĐBSCL

với những minh chứng từ các doanh nghiệp đã thực hiện CSR hiệu quả như Tập đoàn Lộc Trời; Công ty CP Bảo vệ thực vật An Giang...vv với kết quả là sự tích cực triển khai các chương trình như Quỹ Chăm sóc sức khỏe nông dân từ năm 2004, hỗ trợ khám chữa bệnh cho hơn 500.000 nông dân nghèo, cùng hơn 7.000 ca phẫu thuật thay thủy tinh thể. Ngoài ra, chương trình Cùng nông dân ra đồng được triển khai từ 2006 với 1.300 kỹ sư đồng hành cùng nông dân tại 22 tỉnh hướng dẫn sử dụng phân bón, thuốc Bảo vệ thực vật an toàn (Lộc trời group, 2022). Chính vì thế, nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR); và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) chắc chắn sẽ có tác động đến kết quả công việc của nhân viên. Một số nghiên cứu đã chứng minh rằng khi nhân viên nhận thức được doanh nghiệp của họ thực hiện trách nhiệm xã hội (CSR), nhân viên sẽ thấy và cảm nhận được tự hào, gắn bó hơn với tổ chức, có động lực làm việc cao hơn (Glavas và Piderit, 2009). Nhận thức tích cực về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) còn giúp tăng cường niềm tin tổ chức, tăng hiệu quả công việc và gắn kết lâu dài của nhân viên (Mayer và cộng sự, 1995).

Trên Thế giới, các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật (BVTV) đang chịu nhiều áp lực từ dư luận, chính phủ và các tổ chức phi chính phủ liên quan đến trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR). Có nhiều doanh nghiệp làm rất tốt về điều này như Công ty BASF của Đức, năm 2023 đã có hành động công bố các chiến lược phát triển thuốc BVTV an toàn và bền vững, nhằm giảm lượng thuốc BVTV sử dụng cho cây trồng. Công ty cũng có báo cáo về CSR minh bạch và được đánh giá cao về các cam kết khí hậu, quản lý rủi ro và hợp tác với nông dân (BASF, 2023). Năm 2022, Công ty UPL Ltd của Ấn Độ cũng là một trong những công ty tiên phong trong chương trình “Người Nông dân là trên hết” với việc hỗ trợ kỹ thuật, đào tạo hướng dẫn nông dân và cam kết giảm tác động môi trường của thuốc BVTV, thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) (UPL, 2022). Ngoài ra còn có các công ty như Công ty Nufarm của Úc là những công ty được đánh giá rất cao trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR).

Bên cạnh đó, cũng có những công ty từng bị chỉ trích vì vi phạm đối với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) như công ty Monsanto. Năm 2021, Monsanto bị cáo buộc gây ô nhiễm môi trường, độc hại với sức khỏe con người và gây tổn hại đến nông dân, đặc biệt với sản phẩm chứa glyphosate và công ty này từng bị kiện hàng tỷ USD tại Mỹ vì liên quan đến ung thư (Gillam, 2021). Công ty Syngenta của Thụy Sĩ,

năm 2020 cũng từng bị chỉ trích khi sản phẩm paraquat là một loại thuốc trừ cỏ cực độc bị cấm ở nhiều nước nhưng vẫn được bán ở các quốc gia đang phát triển. Điều này đã bị các tổ chức nhân quyền và môi trường trên thế giới đã lên tiếng và rằng việc tiếp tục kinh doanh loại hóa chất này là vô trách nhiệm với sức khỏe cộng đồng (Boedeker và cộng sự, 2020). Công ty Dow AgroSciences thuộc tập đoàn Corteva của Mỹ. năm 2018 cũng từng bị chỉ trích vì việc chậm trễ trong việc thay thế các sản phẩm hóa học độc hại và thiếu minh bạch về tác động lâu dài của sản phẩm đến môi trường (PAN, 2018).

Đối với quá trình lược khảo tài liệu, tác giả luận án đã tham khảo các nghiên cứu trước đây về mối quan hệ giữa Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), niềm tin của nhân viên vào tổ chức và danh tiếng của tổ chức, trong đó có những mô hình và nghiên cứu chỉ tập trung vào một khía cạnh riêng biệt hoặc mối quan hệ tương quan giữa CSR và kết quả công việc của nhân viên.

Qua những điều tác giả trình bày ở trên, có thể thấy rằng, các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh thuốc bảo vệ thực vật (BVTV) đã phải đối mặt với nhiều chỉ trích về ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường và sức khỏe con người do việc sản xuất, kinh doanh và sử dụng hóa chất nông nghiệp không kiểm soát (Pretty và Bharucha, 2015). Trước những áp lực đó, nhiều doanh nghiệp đã chuyển hướng thực hiện các chính sách trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR), đầu tư vào nghiên cứu sản phẩm thân thiện môi trường, giúp nông dân biết cách sử dụng thuốc an toàn, minh bạch trong công bố thông tin tác động môi trường (FAO, 2020). Tuy nhiên, sự khác biệt về mức độ thực hiện CSR của các doanh nghiệp trong mỗi quốc gia sẽ khác nhau do sự khác biệt về pháp lý, trình độ nhận thức. Do đó, CSR trong ngành sản xuất, kinh doanh thuốc BVTV rất quan trọng, không chỉ yêu cầu đạo đức nhưng còn cần phải chú ý tới chiến lược sinh tồn của doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập toàn cầu.

Chính vì thế, việc tiến hành nghiên cứu về tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) đến kết quả công việc của nhân viên (EWR) đối với ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật là cần thiết, nhất là thực tiễn tại các doanh nghiệp Việt Nam đang chịu áp lực lớn từ các biến động kinh tế toàn cầu sau đại dịch Covid-19. Theo OECD (2020) nêu lên việc thực hiện tốt trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp sẽ giúp doanh nghiệp tăng cường khả năng chống chịu, phục hồi phát triển tốt trong tương lai.

Từ những lập luận trình bày trên tác giả chọn đề tài luận án “*Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại đồng bằng sông Cửu Long*” là hoàn toàn cấp thiết. Trong luận án thực hiện, tác giả sẽ tập trung vào vai trò trung gian của niềm tin trong tổ chức, quan tâm đến danh tiếng của tổ chức như một biến điều tiết chưa được nghiên cứu hoặc mô hình hóa trong các nghiên cứu trước đây. Đồng thời, tác giả sử dụng 04 lý thuyết để phân tích và đánh giá mối quan hệ giữa các yếu tố trên gồm: lý thuyết các bên liên quan, bản sắc xã hội, trao đổi xã hội, lý thuyết tín hiệu, lý thuyết phát triển bền vững, kết quả công việc; để thực hiện nghiên cứu về tác động ảnh hưởng của nhận thức CSR đến kết quả công việc của nhân viên trong lĩnh vực sản xuất thuốc BVTV tại ĐBSCL.

1.2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

1.2.1. Mục tiêu tổng quát

Nghiên cứu nhằm phân tích mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội của tổ chức (PCSR), niềm tin tổ chức (OT) và danh tiếng tổ chức (OR), đồng thời đánh giá vai trò trung gian của niềm tin tổ chức trong việc giải thích ảnh hưởng của PCSR đến các kết quả công việc của nhân viên, bao gồm kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) và hành vi công dân tổ chức đối với cá nhân (OCB-I) và tổ chức (OCB-O). Từ đó, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm nâng cao kết quả công việc của nhân viên đang làm việc tại viên trong lĩnh vực sản xuất thuốc BVTV tại ĐBSCL.

1.2.2. Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu 1: Xác định mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội của tổ chức (PCSR) và niềm tin tổ chức (OT), cũng như danh tiếng tổ chức (OR).

Mục tiêu 2: Phân tích ảnh hưởng của niềm tin tổ chức (OT) đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP), hành vi công dân với cá nhân (OCB-I) và tổ chức (OCB-O).

Mục tiêu 3: Xem xét vai trò trung gian của niềm tin tổ chức (OT) trong mối quan hệ giữa PCSR và kết quả công việc của nhân viên.

Mục tiêu 4: Mức độ ảnh hưởng của PCSR đến các yếu tố thành phần kết quả công việc (IRTP, OCB-I, OCB-O) thông qua niềm tin tổ chức.

Mục tiêu 5: Nghiên cứu đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm nâng cao kết quả công việc của nhân viên đang làm việc tại viên trong lĩnh vực sản xuất thuốc BVTV tại ĐBSCL

1.3. CÂU HỎI NGHIÊN CỨU

Câu hỏi 1: Nhận thức trách nhiệm xã hội (PCSR) của nhân viên có ảnh hưởng như thế nào đến niềm tin tổ chức (OT) và danh tiếng tổ chức (OR)?

Câu hỏi 2: Niềm tin tổ chức (OT) tác động như thế nào đến các thành phần kết quả công việc của nhân viên (IRTP, OCB-I và OCB-O)?

Câu hỏi 3: Niềm tin tổ chức có đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội (CSR) và kết quả công việc của nhân viên không?

Câu hỏi 4: Yếu tố nào chịu ảnh hưởng lớn nhất của PCSR đến các yếu tố thành phần kết quả công việc (IRTP, OCB-I, OCB-O) thông qua niềm tin tổ chức?

Câu hỏi 5: những hàm ý quản trị nào nhằm nâng cao kết quả công việc của nhân viên đang làm việc tại viên trong lĩnh vực sản xuất thuốc BVTV tại ĐBSCL

1.4. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

1.4.1. Đối tượng nghiên cứu

Những tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian là niềm tin tổ chức

1.4.2. Phạm vi nghiên cứu

1.4.2.1. Phạm vi không gian

Tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật khu vực đồng bằng sông Cửu Long.

1.4.2.2. Phạm vi thời gian

Dữ liệu thứ cấp: Trong giai đoạn từ năm 2021- 2022 - 2023.

Dữ liệu sơ cấp: Thu thập từ tháng 05/2024 tới tháng 07/2024, với cách thức gửi bảng câu hỏi online và trực tiếp.

1.4.3. Đối tượng khảo sát

Nhân viên đang làm việc tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại đồng bằng sông Cửu Long

1.5. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Tác giả luận án sử dụng kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng.

1.5.1. Nghiên cứu định tính

Tác giả luận án thực hiện nghiên cứu định tính với dữ liệu thứ cấp và sơ cấp:

Với dữ liệu thứ cấp: Tác giả sử dụng phương pháp thu thập số liệu, phương pháp so sánh và phương pháp thống kê để xác định được mối liên hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, kết quả công việc của nhân viên, niềm tin tổ chức.

Với dữ liệu sơ cấp: Tác giả luận án thực hiện theo phương pháp phỏng vấn sâu nhằm tìm ra các khía cạnh của trách nhiệm xã hội ảnh hưởng đến niềm tin tổ chức, ảnh hưởng đến kết quả công việc của nhân viên nhìn nhận qua các yếu tố như kết quả định hướng nhiệm vụ, hành vi công dân trong tổ chức. Tiếp đến, tác giả sử dụng phương pháp thảo luận nhóm nhằm tìm ra các thông tin mới hoặc yếu tố mới, đồng thời xác định về mức độ đồng thuận về những thông tin, kết quả thu được trong quá trình phỏng vấn sâu. Việc tiến hành thảo luận nhóm cũng nhằm điều chỉnh, bổ sung, hiệu chỉnh thang đo, từ ngữ cho đúng trong chuyên môn và bối cảnh ngành.

1.5.2. Nghiên cứu định lượng

Tác giả thực hiện nghiên cứu định lượng với hai giai đoạn:

Giai đoạn 1: Khảo sát sơ bộ (pilot test) với bảng câu hỏi và số lượng mẫu $n=100$, thời gian từ 20.06.2024 đến 20.07.2024.

Giai đoạn 2: Khảo sát chính thức (Official) với bảng câu hỏi và số mẫu $n=385$ với thời gian từ ngày 15.08.2024 đến ngày 15.09.2024. Quá trình thực hiện được tác giả thao tác bằng việc gửi bảng khảo sát trực tiếp và với link Google Form được qua các app Zalo, Viber, Wechat, Whatsapp.

Phần mềm được tác giả sử dụng là SPSS Version 4.2 nhằm đánh giá độ tin cậy của các thang đo, phân tích nhân số khám phá EFA, phân tích hồi quy và kiểm định vi phạm giả thuyết của mô hình.

1.6. ĐÓNG GÓP CỦA NGHIÊN CỨU

1.6.1. Đóng góp cho học thuật

Với kết quả có được của nghiên cứu này sẽ mang lại ý nghĩa quan trọng trong việc phát triển, bổ sung cho lý thuyết Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (Corporate Social Responsibility) (CSR), lý thuyết về kết quả công việc của nhân viên (Employee performance). Nghiên cứu này có thể được dùng làm tài liệu tham khảo cho những công trình nghiên cứu liên quan trong tương lai.

Với kết quả có được của nghiên cứu, chắc chắn sẽ mang lại những đóng góp quan trọng cho học thuật làm sâu sắc hơn nữa cho nền tảng lý thuyết về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) trong lĩnh vực ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật, ngành này cũng là một lĩnh vực có tác động rất lớn đến môi trường và sức khỏe cộng đồng nhưng còn giới hạn nhiều về các nghiên cứu chuyên sâu, đặc biệt tại các quốc gia đang phát triển.

Mặt khác, kết quả nghiên cứu này cũng sẽ cung cấp thêm về nhìn nhận cụ thể và chi tiết hơn về ảnh hưởng của nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR), trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) đến kết quả công việc của nhân viên (EWR) trong một ngành nghề thuốc bảo vệ thực vật chịu áp lực xã hội cao.

Đặc biệt, với quá trình tích hợp biến trung gian là niềm tin tổ chức (OT) trong mô hình nghiên cứu, sẽ giúp làm rõ cơ chế tâm lý tổ chức, nhờ đó tác động của PCSR đến kết quả, hiệu suất công việc của nhân viên (EWR). Đây cũng là phát hiện mới, là bước tiến quan trọng trong việc mở rộng mô hình lý thuyết về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR); nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) thường thiếu yếu tố kết nối với kết quả công việc nhân viên (Mayer, Davis, và Schoorman, 1995; Glavas và Piderit, 2009). Đồng thời, nghiên cứu góp phần bổ sung bằng chứng thực nghiệm từ bối cảnh Đồng bằng Sông Cửu Long. Khu vực Đông Nam Á là nơi CSR vẫn còn bị chi phối bởi xu hướng hình thức hoặc đối phó (Jamali và Mirshak, 2007). Qua đó, nghiên cứu không chỉ làm giàu thêm kho tàng lý thuyết toàn cầu mà còn cung cấp cơ sở cho việc xây dựng mô hình nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR); trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) phù hợp với các quốc gia đang phát triển có nền nông nghiệp đặc thù như Việt Nam.

1.6.2. Đóng góp cho thực tiễn

Từ góc độ thực tiễn, với kết quả có được của nghiên cứu này sẽ mang lại ý nghĩa quan trọng trong việc gợi ý đối với nhà lãnh đạo, quản lý doanh nghiệp, hoạch định chính sách cũng như cộng đồng xã hội trong việc xây dựng chiến lược CSR hiệu quả và gắn kết với yếu tố con người.

Trong thực trạng lĩnh vực ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại DBSCL Việt Nam đang chịu sức ép ngày càng lớn từ cộng đồng, truyền thông và các tổ chức phi chính phủ do nguy cơ các chất trong thuốc bảo vệ thực vật sẽ gây ô nhiễm môi trường và ảnh hưởng đến sức khỏe con người (Boedeker và cộng sự, 2020).

Với kết quả của nghiên cứu, cũng gợi mở thêm về nhìn nhận rằng việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) không chỉ là công cụ để cải thiện hình ảnh doanh nghiệp nhưng còn là đòn bẩy chiến lược nhằm nâng cao hiệu suất lao động và duy trì cam kết nhân viên. Điều này được cụ thể và khẳng định của Kim và cộng sự (2010) rằng khi nhân viên nhận thức được doanh nghiệp có hành vi đạo đức và trách nhiệm xã hội cao, thì chính những nhân viên này sẽ phát triển mức độ tin tưởng lớn hơn vào tổ chức, từ đó nâng cao sự gắn kết và hiệu quả công việc (Kim và cộng sự, 2010; Glavas và Piderit, 2009).

Trong thực trạng lĩnh vực ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long Việt Nam, trong điều kiện nền kinh tế sau đại dịch Covid-19 vẫn còn nhiều bất cập, nhiều bất ổn thì việc ứng dụng (CSR) tạo nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) trong tập thể nhân viên trong doanh nghiệp là một cách thiết thực không chỉ giúp doanh nghiệp vượt qua khủng hoảng, mà còn tạo ra lợi thế cạnh tranh dựa trên giá trị bền vững và văn hóa tốt đẹp trong doanh nghiệp.

Ngoài ra, trên cơ sở kết quả nghiên cứu, tác giả luận án sẽ đề xuất, kiến nghị thêm những giải pháp nâng cao sự kết quả công việc của nhân viên (EWR). Qua đó, giúp cho các nhà quản lý, nhà quản trị trong lĩnh vực sản xuất sản phẩm thuốc bảo vệ thực vật tại đồng bằng sông Cửu Long có cơ sở để phát huy điểm mạnh, khắc phục những điểm chưa hoàn thiện của doanh nghiệp nhằm nâng cao sự kết quả công việc của nhân viên trong hoạt động của doanh nghiệp, giúp các nhà lãnh đạo, nhà quản trị và hoạch định chính sách trong việc xây dựng bộ quy chuẩn về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) tác động đến nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) cách cụ thể và có tính ràng buộc cao hơn đối với các doanh nghiệp thuộc ngành có rủi ro môi trường như ngành thuốc bảo vệ thực vật, qua đó thúc đẩy phát triển bền vững, tạo hài hòa giữa lợi ích Doanh nghiệp và trách nhiệm cộng đồng.

1.7. KẾT CẤU CỦA NGHIÊN CỨU

Luận án này được trình bày với kết cấu 5 chương như sau:

Chương 1: Tổng quan về đề tài nghiên cứu, bao gồm: vấn đề nghiên cứu, mục tiêu nghiên cứu, phạm vi và phương pháp nghiên cứu, đóng góp của nghiên cứu và kết cấu của nghiên cứu.

Chương 2: Cơ sở lý thuyết, bao gồm: tổng quan lý thuyết về nhận thức trách nhiệm xã hội, trách nhiệm xã hội, danh tiếng tổ chức, niềm tin tổ chức, định hướng

nhiệm vụ công việc, hành vi công dân trong tổ chức, hành vi công dân trong tổ chức xét ở khía cạnh tổ chức và xét ở khía cạnh cá nhân, lý thuyết các bên liên quan, bản sắc xã hội, lý thuyết trao đổi xã hội, các nghiên cứu liên quan trong nước, các nghiên cứu liên quan ngoài nước, tổng hợp các nghiên cứu liên quan, đánh giá các lý thuyết và xác định khe hở lý thuyết cho nghiên cứu và cuối cùng mô hình nghiên cứu lý thuyết đề xuất

Chương 3: Phương pháp nghiên cứu, nêu thực trạng hoạt động của một số doanh nghiệp trong lĩnh vực nghiên cứu, trong khu vực nghiên cứu, quy trình nghiên cứu định tính, quy trình nghiên cứu định lượng, các phần mềm sử dụng cho nghiên cứu, các giả thuyết nghiên cứu, mô hình nghiên cứu thử nghiệm và mô hình chính thức, thang đo thử nghiệm và thang đo chính thức.

Chương 4: Kết quả nghiên cứu và thảo luận, nghiên cứu định lượng sơ bộ Polot test với 100 mẫu; nghiên cứu chính thức với 385 mẫu. kết quả nghiên cứu với thông tin nhân khẩu, phân tích đánh giá đặc điểm mẫu, kiểm định thang đo với hệ số Cronbach's Alpha, đánh giá thang đo bằng phân tích nhân tố khám phá EFA, đánh giá thang đo bằng phân tích nhân tố khẳng định CFA, kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính SEM, kiểm định mối quan hệ giữa các nhân tố trong mô hình, kiểm định mô hình với phương pháp Bootstrap, kiểm định vai trò điều tiết của yếu tố danh tiếng tổ chức, kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu và cuối cùng là nêu lên mô hình kiểm định đầy đủ của luận án.

Chương 5: Kết luận và hướng nghiên cứu tiếp theo, bao gồm: kết quả chính và đóng góp của nghiên cứu về mô hình đo lường, lý thuyết, thực tiễn quản lý, những hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo.

1.8. TIÊU KẾT CHƯƠNG 1

Với nội dung đã trình bày ở Chương 1, tác giả luận án đã trình bày tính cấp thiết về lý thuyết và thực tiễn thực hiện đề tài, xác định mục tiêu, câu hỏi, đối tượng phạm vi nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu, ý nghĩa nghiên cứu và bố cục nghiên cứu. Đây là khởi đầu của các chương 2,3,4,5 tiếp theo.

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Nội dung Chương 2 trình bày cơ sở lý thuyết liên quan đến chủ đề nghiên cứu, định nghĩa các khái niệm liên quan, tổng quan các nghiên cứu trước. Từ đó, nghiên cứu đưa ra mô hình nghiên cứu lý thuyết của tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức, với cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long.

2.1. LÝ THUYẾT NỀN

2.1.1. Lý thuyết các bên liên quan

Freeman (1984) định nghĩa các bên liên quan (Stakeholders theory) là “bất kỳ nhóm hoặc cá nhân nào có thể ảnh hưởng hoặc bị ảnh hưởng bởi việc đạt được các mục tiêu của công ty. Các bên liên quan của một tổ chức bao gồm nhân viên, khách hàng, nhà cung cấp, các cổ đông, chủ nợ...”. Lý thuyết này khẳng định rằng việc quản lý các mối quan tâm của các bên liên quan một cách hiệu quả có thể có tác động tích cực đến lợi nhuận của các công ty (Wood, 1991; Donaldson và Preston, 1995; Hillman và Keim, 2001; Tyagi, 2012). Theo lý thuyết này, để đảm bảo tuân thủ quyền đạo đức và pháp lý của các bên liên quan, doanh nghiệp cần có hành động phù hợp, và điều này được xem là trách nhiệm kinh doanh đạo đức (Tilakasiri, 2012). Nếu doanh nghiệp không tuân thủ đạo đức này, sẽ đối mặt với hình phạt lớn và những hậu quả xấu, gồm tổn hại đến uy tín, sự giảm năng suất, sáng tạo và lòng trung thành, cũng như sự thiếu hiệu quả trong luồng thông tin của toàn tổ chức (Tilakasiri, 2012).

Các bên liên quan trong lý thuyết Freeman (1984) được phân loại thành chính hoặc phụ dựa trên mức độ quan trọng của họ đối với tổ chức. Sự quan tâm đến vai trò của nhóm bên liên quan chính đã tăng lên do tác động của nó đến hiệu quả hoạt động tổ chức. Nhân viên, là các bên liên quan nội bộ chính, không chỉ được hưởng lợi từ hoạt động có trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) mà còn có thể ảnh hưởng quan trọng đến việc thực hiện và thành công của các chương trình CSR. Lee và cộng sự (2013) đã tìm thấy mối quan hệ giữa nhận thức của nhân viên về hoạt động CSR và sự phù hợp văn hóa doanh nghiệp cũng như nhận thức của họ về các hoạt động CSR. Khi tổ chức thực hiện các hoạt động CSR đầy đủ và chuẩn mực, nhận thức của nhân viên về các hoạt động này trở nên tốt hơn.

Dựa trên cơ sở lý thuyết các bên liên quan, luận án quan tâm đến nhân viên của các doanh nghiệp sản xuất thuốc BVTV tại ĐBSCL. Các doanh nghiệp này không chỉ có trách nhiệm trước các bên liên quan mà còn cần cân nhắc lợi ích của những bên liên quan khác, những người có thể bị ảnh hưởng bởi hoạt động của doanh nghiệp (Freeman, 1984). Vì vậy, việc thực hiện chương trình CSR của doanh nghiệp như thế nào để tăng niềm tin của nhân viên đối với doanh nghiệp đã được nghiên cứu bởi Bhattacharya và Sen (2003). Việc tham gia trực tiếp và hưởng lợi từ các hoạt động CSR giúp nhân viên cảm nhận và đánh giá về việc thực hiện chương trình CSR trong quá trình hoạt động và phát triển của doanh nghiệp. Nếu nhân viên cảm nhận được rằng các hoạt động CSR đã đảm bảo lợi ích cho các bên liên quan và được đối xử công bằng tại nơi làm việc, cũng như nhận được sự quan tâm và hỗ trợ từ doanh nghiệp, điều này sẽ tạo thêm niềm tin đối với doanh nghiệp.

2.1.2 Lý thuyết bản sắc xã hội

Lý thuyết bản sắc xã hội (Social identity theory), Tajfel và Turner (1985) gợi ý rằng mọi người có xu hướng phát triển bản sắc trong bối cảnh xã hội và bản sắc đó có thể liên quan đến quốc tịch, đảng phái chính trị, thành viên của một số hiệp hội nghề nghiệp hoặc các nhóm tương tự khác. Họ sử dụng cách phân nhóm như vậy để phân biệt mình với những người khác. Quá trình này dẫn đến sự hình thành bản sắc xã hội của họ (Ashforth và Mael, 1989). Mọi người có xu hướng phát triển một bản sắc xã hội tích cực một cách tự nhiên. Để đạt được mục tiêu này, nghiên cứu của Turker (2009) gợi ý rằng mọi thành viên trong các nhóm xã hội khác nhau đều là một bản sắc xã hội mô tả và quy định các thuộc tính của một người với tư cách là thành viên của nhóm đó - tức là một người nên nghĩ gì và cảm thấy gì và một người nên cư xử như thế nào. Trong nghiên cứu này, việc cố gắng đạt được bản sắc xã hội tích cực của người lao động được đo bằng việc nhận thức về CSR. Theo lý thuyết bản sắc xã hội, sự tham gia của tổ chức trong CSR sẽ thúc đẩy nhân viên xác định với công ty của mình, và từ đó tạo ra phản ứng tích cực đối với chương trình CSR (O'Reilly và Chatman, 1986; Rodrigo và Arenas, 2008). Theo Jones (2010), việc làm việc cho một tổ chức có trách nhiệm xã hội mang lại niềm tự hào, tăng cường lòng tự tin và cải thiện sự tự trọng của nhân viên. Điều này dẫn đến sự tự hào và ý nghĩa cao hơn với công việc của họ (Hackman và Oldham, 1980).

Lý thuyết bản sắc xã hội được sử dụng để giải thích tại sao những nhân viên nhận thấy tổ chức của họ tích cực tham gia trong các hoạt động CSR có xu hướng phát triển thái độ làm việc tích cực (Ashforth và Mael, 1989). Lý thuyết này cho rằng nhân viên có xu hướng có được cảm giác tự hào bằng cách tự nhận mình là tổ chức có hình ảnh tích cực (Ashforth và Mael, 1989).

Lý thuyết bản sắc xã hội cho rằng danh tiếng của tổ chức có thể ảnh hưởng đến thái độ làm việc của nhân viên. Bản thân lòng tự trọng của nhân viên có thể bị ảnh hưởng bởi hiệp hội hay tổ chức mà họ đang làm việc (Dutton và cộng sự, 1994). Do đó, có thể chấp nhận rằng nhân viên thường mong đợi tổ chức mình có một danh tiếng tích cực về các vấn đề xã hội, triển khai các hoạt động CSR đảm bảo quyền lợi của các bên liên quan. Thái độ làm việc của nhân viên có thể bị ảnh hưởng bởi đánh giá của họ về mức độ đáp ứng kỳ vọng từ phía tổ chức, điều này có thể dẫn đến kết quả công việc tốt hơn. Do đó, lý thuyết bản sắc xã hội được sử dụng để giải thích cho quan hệ điều tiết của danh tiếng tổ chức tác động đến mối quan hệ CSR và kết quả công việc. Chuyển sang kiểm tra sâu hơn các nền tảng vi mô của CSR, các học giả (Fu và cộng sự, 2014; Ng và cộng sự, 2019) đã nhấn mạnh sự cần thiết phải khám phá các trung gian hòa giải giúp giải thích quá trình mối quan hệ của CSR với OCB. Để đạt được mục tiêu này, Farooq và cộng sự (2014) cho rằng trong khi lý thuyết bản sắc xã hội đưa ra một khuôn khổ hữu ích để hiểu các nền tảng vi mô của CSR, thì cần có nghiên cứu dựa trên nhiều khuôn khổ để cho phép quản lý tốt hơn các hoạt động CSR trong tổ chức. Những phát hiện trong nghiên cứu của họ được thực hiện trong bối cảnh sản xuất hàng tiêu dùng ở Pakistan nhấn mạnh rằng niềm tin của tổ chức (OT) có thể làm trung gian cho các tác động ở cấp độ cá nhân của CSR (Farooq và cộng sự, 2014)

Nghiên cứu hiện tại đáp lại lời kêu gọi của họ và dựa trên nhiều khuôn khổ để nâng cao hiểu biết của tác giả luận án về nền tảng vi mô của CSR bằng cách xem niềm tin tổ chức (OT) như một trung gian hòa giải trong mối quan hệ của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) với hành vi công dân trong tổ chức (OCB).

2.1.3 Lý thuyết trao đổi xã hội

Lý thuyết trao đổi xã hội (Social exchange theory) là một trong những quan điểm lý thuyết chính trong lĩnh vực tâm lý xã hội kể từ những tác phẩm đầu tiên của Homans (1961), Blau (1964) và Emerson (1962, 1972). Định hướng lý thuyết này dựa trên các định hướng triết học và tâm lý trước đó xuất phát từ chủ nghĩa vị lợi hay còn

gọi là chủ nghĩa hành vi. Lý thuyết trao đổi xã hội là một hướng tiếp cận trong lĩnh vực xã hội học và tâm lý học xã hội, nghiên cứu về quyết định và hành vi của con người dựa trên cơ sở trao đổi giữa các cá nhân hoặc các nhóm trong xã hội (Blau, 1964). Theo Konovsky và Pugh (1994) thì việc trao đổi đề cập đến một hành vi đối ứng. Nếu nhân viên cảm thấy hạnh phúc khi làm việc trong tổ chức, họ có thể tích cực hỗ trợ tổ chức như một cuộc trao đổi xã hội song phương. Theo Blau (1964) niềm tin tổ chức của nhân viên có thể được hình thành thông qua việc trao đổi làm việc giữa nhân viên và quản lý có vai trò quan trọng trong xây dựng các mối quan hệ. Ashford và cộng sự (1989) cũng như Fox (1974) cho rằng niềm tin tổ chức là sự tin tưởng của nhân viên đối với lãnh đạo và tổ chức, bao gồm chính sách, hoạt động, và phần thưởng của tổ chức (McCauley và Kuhnert, 1992). Vì vậy, việc sử dụng lý thuyết trao đổi xã hội của Blau (1964) để xây dựng niềm tin tổ chức của nhân viên là phù hợp.

2.2. CÁC KHÁI NIỆM LIÊN QUAN

2.2.1 Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

PCSR được hiểu là nhận thức của các bên liên quan về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp là khái niệm xuất hiện nhiều trong các nghiên cứu về đạo đức kinh doanh và hành vi tổ chức. Nhà nghiên cứu Endsley (1995) đã nêu rằng, nhận thức là dạng kiến thức hình thành thông qua quá trình tương tác liên tục giữa cá nhân và môi trường, bao gồm cả tổ chức nơi họ làm việc. Trên nền tảng đó, Woodcock và cộng sự (2002) trình bày rằng PCSR phản ánh cách các nhóm liên quan nhìn nhận và đánh giá những gì doanh nghiệp thực hiện trong lĩnh vực trách nhiệm xã hội.

Với góc nhìn này Dahlsrud (2006) tiếp tục được mở rộng và nhấn mạnh rằng nhận thức của các bên liên quan về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp bao hàm cách các bên liên quan hiểu, giải thích và diễn giải thông tin trách nhiệm xã hội mà doanh nghiệp truyền tải. Tác giả Crane và Matten (2007) đã bổ sung thêm chiều cạnh về niềm tin, khi cho rằng nhận thức của các bên liên quan về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp chính là cách các bên liên quan hình thành và duy trì niềm tin đối với cam kết trách nhiệm xã hội (CSR) của doanh nghiệp.

Từ những quan điểm này, có thể thấy mẫu số chung của nhận thức của các bên liên quan về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp là khả năng của con người trong việc tiếp nhận, diễn giải và đánh giá các nỗ lực trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp dựa trên thông tin và trải nghiệm thực tế.

Về phía nhân viên trong doanh nghiệp là nhóm người được xem là nội bộ của doanh nghiệp nhưng lại có ảnh hưởng sâu rộng. Nhận thức của các bên liên quan về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp được hiểu là mức độ nhân viên biết, hiểu và tin vào các hoạt động CSR mà tổ chức của họ đang thực hiện. Với nhà nghiên cứu Turker (2010) đã định nghĩa PCSR là “niềm tin, đánh giá và hiểu biết của các bên liên quan về mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp”, có thể hiểu rằng nhân viên sẽ hình thành nhận thức về CSR thông qua quan sát các hành động của doanh nghiệp đối với từng nhóm lợi ích như cộng đồng, môi trường, khách hàng và chính họ.

Trong thực tế hiện nay, nhận thức này được cấu thành từ nhiều chiều cạnh khác nhau. Khách hàng có thể đánh giá cao doanh nghiệp vì những chương trình bảo vệ môi trường hoặc hoạt động cộng đồng. Nhà đầu tư có thể đặt niềm tin vào doanh nghiệp vì tổ chức hoạt động minh bạch và bền vững. Nhân viên có thể tự hào vì doanh nghiệp quan tâm đến quyền lợi và sự phát triển của họ. Tương tự, cộng đồng địa phương nhìn vào tác động xã hội và sự đóng góp của doanh nghiệp để hình thành sự tin tưởng (Turker, 2010).

Với quá trình tổng hợp các tiếp cận lý thuyết, tác giả luận án nhìn nhận và xác định nhận thức của các bên liên quan về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp là một quá trình hình thành đánh giá, niềm tin và sự nhìn nhận của các bên liên quan như khách hàng, nhân viên, nhà đầu tư và cộng đồng về mức độ doanh nghiệp thực thi trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Nhận thức này chịu ảnh hưởng bởi các kênh truyền thông doanh nghiệp, trải nghiệm của cá nhân với tổ chức và các tương tác xã hội liên quan đến doanh nghiệp.

Trong khuôn khổ luận án, tác giả luận án đặt trọng tâm nghiên cứu được thu hẹp vào nhận thức của nhân viên, tức là cách họ cảm nhận về mức độ doanh nghiệp quan tâm đến môi trường tự nhiên, cộng đồng địa phương, khách hàng, nhân viên và các hoạt động vì lợi ích chung của toàn xã hội.

2.2.2 Trách nhiệm xã hội

CSR là trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là một khái niệm trung tâm trong nghiên cứu quản trị, kinh doanh và phát triển bền vững. Trong nhiều thập niên qua, CSR đã được thảo luận rộng rãi trong các hội thảo, chương trình đào tạo và nghiên cứu khoa học, đặc biệt là trong việc xem xét mối quan hệ giữa doanh nghiệp và các bên liên quan của nó (Glaveli, 2020; Rodríguez và cộng sự, 2020). Các nghiên cứu gần đây

cũng đã mở rộng phạm vi CSR để đánh giá tác động của doanh nghiệp đối với môi trường (Hadj, 2020; Hao, 2023), chính phủ (Knudsen, 2022; Ji và Miao, 2020), nhân viên, khách hàng và cộng đồng. Việc này phản ánh sự chuyển dịch từ CSR như một lý thuyết về đạo đức sang một thực hành có căn cứ và đo lường được trong hoạt động kinh doanh (Lichtenstein và cộng sự, 2004). Mặc dù ngày càng nhiều tổ chức tuân thủ và thể hiện cam kết đối với CSR, sự hiểu biết về phạm vi, ý nghĩa và các khía cạnh của CSR vẫn tiếp tục được nghiên cứu (Pinkston và Carroll, 1994).

Theo Carroll (1979), CSR có thể được định nghĩa là tập hợp các kỳ vọng kinh tế, pháp lý, đạo đức và thiện nguyện mà xã hội đặt ra đối với các tổ chức tại một thời điểm nhất định. Khác với nghĩa vụ kinh tế và pháp lý, McGuire (1963) nhấn mạnh rằng CSR vượt ra ngoài các nghĩa vụ bắt buộc của doanh nghiệp, hướng đến việc thực hiện các hành vi có tác động tích cực cho xã hội và các bên liên quan. Carroll (1999) phân tích CSR thành bốn thành phần: kinh tế, pháp lý, đạo đức và thiện nguyện, trong đó doanh nghiệp trước tiên thực hiện trách nhiệm để duy trì hoạt động kinh doanh bền vững, và tiếp theo là các hành vi vì lợi ích của bên ngoài doanh nghiệp. Từ đó, CSR có thể hiểu là những hành vi và chính sách của doanh nghiệp có tác động tích cực đến các bên liên quan, vượt qua các mục tiêu kinh tế thuần túy.

Trong nghiên cứu về CSR đối với các bên liên quan, Turker (2009) cho rằng CSR thể hiện qua sự quan tâm của doanh nghiệp đến cả các bên liên quan xã hội và phi xã hội. Turker phân loại CSR thành bốn khía cạnh chính: (1) Trách nhiệm với các bên liên quan; (2) Trách nhiệm với chính phủ; (3) Trách nhiệm với nhân viên; và (4) Trách nhiệm với khách hàng. Trong đó, CSR với môi trường và cộng đồng bao gồm các hoạt động nhằm bảo vệ và nâng cao chất lượng tài nguyên thiên nhiên, đầu tư cho sự phát triển bền vững, thực hiện các chương trình giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường và hỗ trợ các tổ chức phi chính phủ hoạt động trong các lĩnh vực nhạy cảm với môi trường (Turker, 2009). Các doanh nghiệp còn được khuyến khích tham gia các chiến dịch và dự án nhằm nâng cao phúc lợi xã hội, cải thiện chất lượng cuộc sống và tạo cơ hội cho các thế hệ tương lai.

Về CSR đối với chính phủ, doanh nghiệp cần tuân thủ các quy định pháp luật, nộp thuế đầy đủ và thực hiện các nghĩa vụ pháp lý một cách minh bạch (Turker, 2009). CSR đối với nhân viên bao gồm việc quan tâm đến quyền lợi và nhu cầu nhân viên, đảm bảo công bằng trong các quyết định nội bộ, hỗ trợ phát triển nghề nghiệp và kỹ

năng, thúc đẩy cân bằng giữa công việc và cuộc sống, đồng thời khuyến khích tham gia các hoạt động tình nguyện (Turker, 2009). Trong khi đó, CSR đối với khách hàng bao gồm việc bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, cung cấp thông tin sản phẩm minh bạch, đáp ứng nhu cầu khách hàng và đảm bảo sự hài lòng của khách hàng là ưu tiên hàng đầu của doanh nghiệp (Nhân và cộng sự., 2023; Turker, 2009).

Bowen (1953) nhấn mạnh rằng CSR không chỉ là nghĩa vụ pháp lý hay kinh tế, mà còn là trách nhiệm thực hiện các quyết định và chính sách nhằm đạt các giá trị xã hội. Như vậy, CSR không chỉ đóng vai trò trong việc duy trì hiệu quả kinh tế mà còn góp phần vào sự phát triển bền vững và nâng cao hình ảnh của doanh nghiệp trong mắt xã hội. Mô hình kim tự tháp CSR của Carroll (1991) là một trong những khung lý thuyết tiêu biểu, thể hiện rõ bốn tầng trách nhiệm của doanh nghiệp (hình 2.1).



Hình 2.1: Mô hình Kim tự tháp trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Nguồn: Carroll (1991)

2.2.3. Sự khác biệt giữa CSR và PCSR

Khi nhìn nhận về sự khác biệt giữa CSR và PCSR, tác giả luận án xin phép trình bày nhìn nhận dựa trên (1) Bản chất về khái niệm của CSR và PCSR, (2) Phạm vi và đối tượng. Tiếp đến là bảng tổng hợp so sánh và nêu lên lý do lựa chọn PCSR cho biến độc lập chính.

2.2.3.1 Về bản chất khái niệm

CSR Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là khái niệm về hành vi và trách nhiệm của doanh nghiệp đối với xã hội và các bên liên quan. CSR mô tả các hoạt động, chính sách và nghĩa vụ mà doanh nghiệp thực hiện để đảm bảo sự phát triển bền vững, bao gồm các khía cạnh kinh tế, pháp lý, đạo đức và thiện nguyện (Carroll, 1979, 1991; Bowen, 1953). Mặt khác, Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là thực thể khách quan, tức là những gì doanh nghiệp làm, các chương trình Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, các cam kết của doanh nghiệp với cộng đồng, nhân viên, khách hàng, chính phủ và môi trường và CSR là hành vi thực tế.

Nhận thức của các bên liên quan về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp là nhận thức hoặc cách đánh giá của các bên liên quan về CSR của doanh nghiệp (Turker, 2010; Crane và Matten, 2007; Dahlsrud, 2006). nhận thức của các bên liên quan về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) phản ánh cách mà nhân viên, khách hàng, nhà đầu tư hoặc cộng đồng hiểu, tin tưởng và đánh giá các hoạt động CSR của doanh nghiệp. Đây là khái niệm có liên quan tác động đến tâm lý, niềm tin và trải nghiệm cá nhân của các bên liên quan với doanh nghiệp và PCSR là nhận thức về hành vi đó.

2.2.3.2 Về phạm vi và đối tượng

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tập trung vào doanh nghiệp và các hoạt động thực tế, bao gồm như trách nhiệm kinh tế, pháp lý, đạo đức, và thiện nguyện (Carroll, 1991). Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp được triển khai cho tất cả các bên liên quan gồm nhân viên, khách hàng, cộng đồng, chính phủ, môi trường.

Nhận thức của các bên liên quan về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tập trung vào bên nhận thức, tức là khách hàng, nhân viên, nhà đầu tư hoặc cộng đồng. PCSR thể hiện niềm tin, hiểu biết và đánh giá của các bên liên quan về CSR mà doanh nghiệp thực hiện (Turker, 2010; Crane và Matten, 2007).

Mặt khác, phạm vi của nhận thức của các bên liên quan về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp có thể khác nhau tùy thuộc vào trải nghiệm cá nhân và thông tin mà các bên liên quan tiếp nhận.

2.2.3.3 Bảng tổng hợp so sánh giữa CSR và PCSR

Tiêu chí	CSR	PCSR
Bản chất	Hoạt động, chương trình và hành vi thực tế mà doanh nghiệp thực hiện nhằm đáp ứng kỳ vọng xã hội về kinh tế, pháp lý, đạo đức và thiện nguyện. (Carroll, 1979, 1991; Bowen, 1953; Turker, 2009).	Nhận thức, cảm nhận, niềm tin và đánh giá chủ quan của các bên liên quan gồm nhân viên, khách hàng, nhà đầu tư, cộng đồng về các hoạt động CSR của doanh nghiệp (Endsley, 1995; Dahlsrud, 2006; Crane và Matten, 2007; Turker, 2010).
Nguồn hình thành	Chính sách, chương trình, hành động CSR được doanh nghiệp triển khai thực hiện.	Truyền thông nội bộ, quan sát, trải nghiệm thực tế, tương tác xã hội, niềm tin. (Endsley, 1995; Turker, 2010).
Tính khách quan, chủ quan	Có tính Khách quan. Đánh giá dựa trên hành vi và chương trình thực tế của doanh nghiệp đối với xã hội.	Có tính Chủ quan. Đánh giá dựa trên nhận thức, cảm nhận và niềm tin của các bên liên quan đối với doanh nghiệp.
Đối tượng đánh giá	(1)Doanh nghiệp tự đánh giá, (2)cơ quan quản lý và (3) nhà nghiên cứu.	(1)Nhân viên, (2)khách hàng, (3)n nhà đầu tư, (4)cộng đồng và (5)các bên liên quan khác
Phạm vi và thành phần	Kinh tế, pháp lý, đạo đức, thiện nguyện (Carroll, 1991)	Niềm tin, đánh giá, hiểu biết, cảm nhận về mức độ thực hiện CSR của doanh nghiệp
Vai trò trong nghiên cứu hành vi nhân viên	Cung cấp nền tảng, nguyên nhân; khó đo lường trực tiếp tác động đến hành vi	Ảnh hưởng trực tiếp đến niềm tin, động lực, gắn kết và kết quả công việc của nhân viên; có thể là biến trung gian trong các nghiên cứu hành vi (Turker, 2010)
Trích dẫn nền tảng	Carroll (1979, 1991); Bowen (1953); Turker (2009)	Endsley (1995); Dahlsrud (2006); Crane và Matten (2007); Turker (2010)

Với bảng so sánh trên toát lên được sự phân biệt giữa CSR và PCSR. Trong nghiên cứu và tài liệu mà tác giả luận án tiếp cận được cho thấy, CSR được xem là

nguyên nhân hoặc hành vi nền tảng, là các chương trình, chính sách mà doanh nghiệp thực hiện để tạo giá trị xã hội (Carroll, 1999; Turker, 2009). Và PCSR có thể là biến trung gian hoặc biến tác động, vì nhận thức của các bên liên quan về CSR ảnh hưởng đến hành vi, niềm tin và kết quả công việc của họ, chẳng hạn như sự tự hào về công việc, lòng trung thành với tổ chức hoặc niềm tin tổ chức (Crane và Matten, 2007; Turker, 2010; Woodcock và cộng sự, 2002). Sự lựa chọn này đảm bảo rằng kết quả nghiên cứu không chỉ dựa trên ý định của tổ chức mà còn dựa trên trải nghiệm và sự tham thấu thực tế của người lao động.

2.2.4. Danh tiếng của tổ chức

Danh tiếng tổ chức (OR) là một trong những tài sản vô hình có giá trị chiến lược đối với mọi doanh nghiệp. Không chỉ là yếu tố được quan tâm bởi ban lãnh đạo và nhà đầu tư, danh tiếng còn trực tiếp góp phần nâng cao sự hài lòng và lòng trung thành của các bên liên quan như khách hàng và nhân viên (Highhouse và cộng sự, 2009; Văn Nhân, 2023). Từ góc độ rộng hơn, danh tiếng tổ chức thu hút sự chú ý của nhiều lĩnh vực học thuật, bao gồm marketing, tâm lý tổ chức, hành vi tổ chức và truyền thông doanh nghiệp (Barnett và cộng sự, 2006; Brooks và cộng sự, 2003; Brown và cộng sự, 2006; Cable và Graham, 2000).

Trong lĩnh vực đạo đức kinh doanh, danh tiếng tổ chức thường được xem là kết quả quan trọng của các hoạt động Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và hiệu quả xã hội tương ứng. Tác giả Saeidi và cộng sự (2015) đã chứng minh rằng doanh nghiệp có trách nhiệm xã hội tốt thường cải thiện hiệu quả hoạt động tổng thể, từ đó nâng cao kết quả tài chính. Tương tự, tác giả Lourenc và cộng sự (2014) cũng nêu rằng thị trường đánh giá cao các doanh nghiệp có danh tiếng tốt vì họ thể hiện tính minh bạch và bền vững dài hạn.

Danh tiếng tổ chức cũng được mô tả như nhận thức chung của công chúng về mức độ uy tín, sự hấp dẫn và mức độ đáng tin cậy của doanh nghiệp (Barnett và cộng sự, 2006). Lange và cộng sự (2011) nhấn mạnh ba yếu tố gồm (1) doanh nghiệp được biết đến, (2) được biết đến vì điều gì và (3) được đánh giá như thế nào. Qua đó cho thấy tính đa chiều của danh tiếng. Đây cũng là lý do một số học giả trên thế giới đã cho rằng danh tiếng cần được tiếp cận từ quan điểm đa lý thuyết và đa cấu trúc (Kraatz, 2009; Devers và cộng sự, 2009).

Từ góc độ sản phẩm và dịch vụ, tác giả Agarwal và cộng sự (2018) cho rằng danh tiếng tổ chức được phản ánh qua việc doanh nghiệp cung cấp sản phẩm đáng giá, thể hiện sự quan tâm đến khách hàng, đối xử lịch sự và thực hiện các hành động mang lại lợi ích xã hội. Trong khi đó, Highhouse và cộng sự (2003) xem danh tiếng tổ chức như cảm nhận tự hào của nhân viên, sự nổi tiếng của doanh nghiệp trên thị trường và việc doanh nghiệp là nơi đáng để làm việc.

Trên thế giới, một số học giả nhấn mạnh tính toàn diện của danh tiếng tổ chức như Highhouse và cộng sự (2003) mô tả Danh tiếng tổ chức là một cấu trúc bao quát cảm nhận của nhân viên về sự ngưỡng mộ và tôn trọng đối với tổ chức. Học giả Agarwal và cộng sự (2018) bổ sung thêm rằng danh tiếng tổ chức còn phản ánh triển vọng phát triển, cam kết tạo thêm việc làm, trách nhiệm với môi trường và vị thế dẫn đầu thị trường.

Tóm lại, danh tiếng tổ chức là một cấu trúc đa chiều được hình thành từ các đánh giá của xã hội đối với doanh nghiệp, bao gồm chất lượng sản phẩm, thái độ với khách hàng, sự quan tâm đến môi trường và trách nhiệm xã hội, uy tín trên thị trường, cảm nhận tự hào của nhân viên và triển vọng phát triển. Khi xem xét trong bối cảnh CSR, danh tiếng chính là kết quả quan trọng của các hoạt động trách nhiệm xã hội và là yếu tố góp phần củng cố niềm tin, uy tín và lợi thế cạnh tranh bền vững của doanh nghiệp.

2.2.5. Niềm tin tổ chức

Niềm tin tổ chức có thể hiểu là sự công nhận và tin tưởng của nhân viên đối với doanh nghiệp vì sự chân thành và đáng tin cậy của một tổ chức hoặc lãnh đạo của doanh nghiệp đó (Robinson, 1996). Niềm tin tổ chức doanh nghiệp cũng là chủ đề rộng được nghiên cứu trong các lĩnh vực tâm lý học, quản lý và hành vi tổ chức (Li và cộng sự, 2021). Niềm tin tổ chức được nhìn nhận từ mối tương quan giữa nhân viên đối với tổ chức doanh nghiệp và xã hội nói chung. Podsakoff và cộng sự (1990) chỉ ra rằng, niềm tin tổ chức là mức độ mà nhân viên tin tưởng vào cấp trên và đồng nghiệp của mình. Với George và cộng sự (2020), niềm tin tổ chức doanh nghiệp là mối quan hệ trao đổi xã hội (George và cộng sự, 2020). Cùng quan điểm của Podsakoff và cộng sự thì Podsakoff và cộng sự (1990) chỉ ra cấp độ niềm tin tổ chức doanh nghiệp là mức độ mà nhân viên tin tưởng vào cấp trên và đồng nghiệp của mình. Tuy nhiên nhìn nhận của Yang và Tsai (2022) thể hiện phù hợp theo đúng tháp nhu cầu của Maslow (1943)

đó là: Khi nhân viên nhận thấy họ có thể được hưởng lợi từ hành vi của tổ chức doanh nghiệp hoặc người lãnh đạo, nhân viên sẽ đền đáp tích cực cho tổ chức doanh nghiệp hoặc người lãnh đạo (Yang và Tsai, 2022).

Trong nghiên cứu của về niềm tin tổ chức, Top, Akdere và Tarcan (2015) đã đề cập tới niềm tin tổ chức từ phía bên ngoài đối với tổ chức, thông qua các đại diện của tổ chức doanh nghiệp, qua các trao đổi ký kết trong đàm phán giao dịch như tổ chức này không đánh lừa chúng tôi, tổ chức này có các kỳ vọng chung một cách công bằng, luôn đáp ứng các nghĩa vụ đã đàm phán (Top, Akdere và Tarcan, 2015).

Khác với Top và cộng sự (2015) trong nhìn nhận niềm tin tổ chức từ phía ngoài, thì Pearce, Branyiczki và Bakacsi (1994) lại nhìn nhận từ các chính sách của tổ chức doanh nghiệp đối với nhân sự, cụ thể như câu các chính sách nhân sự ở đây dường như đang đi ngược lại việc tạo ra 'tinh thần đồng đội' trong tổ chức, Các chính sách nhân sự cho thấy tổ chức này có niềm tin vào nhân viên của mình, các chính sách nhân sự có vẻ khuyến khích sự hợp tác giữa các nhân viên (Pearce và cộng sự, 1994). Không những thế, niềm tin vào tổ chức còn được nhắc tới qua việc thể hiện hoạt động của nhân sự trong doanh nghiệp, cụ thể là hoạt động nhân sự của tổ chức này dường như phản ánh sự mất lòng tin của nhân viên hoặc nhìn nhận từ chính sách trả lương của tổ chức đối với hoạt động nhân sự trong tổ chức. Niềm tin tổ chức được Cummings và Bromiley (1996) nêu lên cách cụ thể về những kỳ vọng của cá nhân hay nhóm cá nhân đối với tổ chức, doanh nghiệp nào đó, cụ thể là: Cá nhân hoặc nhóm khác sẽ nỗ lực thiện chí để hành xử phù hợp với các cam kết dù rõ ràng hay ngầm định, trung thực trong bất kỳ cuộc đàm phán nào và không lợi dụng người khác ngay cả khi có cơ hội (Cummings và Bromiley, 1996).

Tóm lại, niềm tin tổ chức, doanh nghiệp được nhìn nhận từ phía ngoài thông qua sự tín nhiệm trong các cuộc đàm phán, việc giữ gìn lời cam kết đối với đối tác hay với chính nhân sự nội bộ của tổ chức, nhìn nhận về những chế độ chính sách của tổ chức đối với nhân sự có thể hiện sự khuyến khích nhân viên phát triển hoặc là sự thiên vị trong nội bộ. Khi niềm tin của nhân sự nội bộ đối tổ chức doanh nghiệp được nâng cao sẽ tăng cường sự hài lòng trong công việc, qua đó sẽ tăng năng suất và hiệu suất công việc (Akdere và cộng sự, 2012).

2.2.6 Kết quả công việc của nhân viên

Kết quả công việc của nhân viên (EWR) trong nghiên cứu quản trị nguồn nhân lực hiện đại được xem là một khái niệm đa chiều, phản ánh toàn diện cách nhân viên đóng góp vào sự vận hành và phát triển của tổ chức. Theo quan điểm nền tảng của Williams và Anderson (1991), hiệu suất công việc gồm ba nhóm hành vi khác biệt nhưng bổ trợ lẫn nhau: (1) kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP), (2) hành vi công dân hướng đến cá nhân (OCB-I), và (3) hành vi công dân hướng đến tổ chức (OCB-O). Đây là phân loại được sử dụng rộng rãi trong khoa học quản lý, và vẫn được các nghiên cứu gần đây xác nhận về tính ổn định (Ahmed và cộng sự, 2023; Zhang và Huang, 2025).

Thành phần IRTP đại diện cho việc nhân viên hoàn thành các nhiệm vụ chính thức trong mô tả công việc. Đây là phần lõi của hiệu suất, phản ánh mức độ tuân thủ quy trình, chất lượng hoàn thành nhiệm vụ và khả năng đạt mục tiêu được giao (Borman và Motowidlo, 1997). IRTP được xem là nhân tố không thể tách rời khỏi EWR bởi vì bất kỳ tổ chức nào cũng dựa vào kết quả công việc chính thức để đảm bảo vận hành hiệu quả, đáp ứng mục tiêu kinh doanh và duy trì năng suất chung. Do đó, EWR không thể chỉ gồm các hành vi bổ sung (OCB), mà phải bao gồm IRTP như một cấu phần cốt lõi và bắt buộc.

Mặt khác, OCB-I phản ánh các hành vi mang tính tự nguyện nhằm hỗ trợ đồng nghiệp, tạo môi trường làm việc hài hòa, thúc đẩy tinh thần hợp tác. Những hành vi này, dù không được quy định chính thức, vẫn góp phần đáng kể vào hiệu quả nhóm và sự gắn kết trong tổ chức (Organ, 1997).

Và OCB-O lại hướng đến lợi ích tổng thể của tổ chức, thể hiện qua sự tuân thủ kỷ luật, tinh thần trách nhiệm, bảo vệ tài sản chung, hoặc đóng góp ý tưởng phát triển. Các hành vi này giúp nâng cao hiệu quả hoạt động và hình ảnh tổ chức về lâu dài (Podsakoff và cộng sự, 2000).

Một điểm quan trọng trong mô hình của Williams và Anderson (1991) là ba thành phần này không được gộp lại thành một cấu trúc bậc hai, mà được phân tích tách biệt. Cách tiếp cận này xuất phát từ sự khác biệt về bản chất, động lực và tác động của từng loại hành vi (1) IRTP phụ thuộc vào yêu cầu công việc và kỳ vọng chính thức; (2) OCB-I được thúc đẩy bởi mối quan hệ liên cá nhân và (3) OCB-O gắn với cảm nhận về tổ chức và tinh thần trách nhiệm chung.

Phân tách ba thành phần cho phép đánh giá chính xác hơn đóng góp của nhân viên và làm rõ cơ chế ảnh hưởng giữa các yếu tố dự báo đến từng dạng hành vi cụ thể. Đồng thời, cách tiếp cận này cũng phản ánh thực tiễn quản trị hiện đại, nơi tổ chức không chỉ kỳ vọng nhân viên làm tốt nhiệm vụ chính thức mà còn chủ động thể hiện tinh thần công dân tích cực, qua đó tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững.

Vì vậy, EWR được xem xét gồm IRTP, OCB-I và OCB-O là hoàn toàn hợp lý về mặt lý luận, phương pháp luận và thực tiễn. Nó cho phép đo lường hiệu suất nhân viên một cách toàn diện, phản ánh đầy đủ những khía cạnh cả chính thức lẫn tự nguyện mà nhân viên đóng góp cho tổ chức.

2.2.6.1. Định hướng nhiệm vụ

Định hướng nhiệm vụ (IRTP) đang nổi lên như một công cụ hữu ích để hiểu cách mọi người phát triển, đạt được hoặc thể hiện năng lực (Zweig và Webster, 2004). Định hướng mục tiêu là hướng đến một hành động cụ thể, mục tiêu hướng sự chú ý của cá nhân tới các hành động liên quan đến mục tiêu và tạo ra một khuôn khổ để giải thích với các sự kiện và kết quả liên quan (Dweck và Leggett, 1988). Bằng chứng thực nghiệm đáng kể cho thấy những mục tiêu khó khăn, những mục tiêu không dễ dàng đạt được sẽ dẫn đến đạt hiệu suất cao hơn mục tiêu dễ dàng (Winters và Latham, 1996). Theo Dweck (2013), định hướng mục tiêu được xem là những đặc điểm tính cách khá ổn định được nuôi dưỡng bởi lý thuyết về bản thân, về bản chất và sự phát triển của các thuộc tính như trí thông minh, tính cách, khả năng và kỹ năng mà mọi người có (Dweck, 2013). Những cá nhân định hướng vào hiệu suất có xu hướng tin rằng làm việc chăm chỉ không dẫn đến cải thiện hiệu suất, làm việc chuyên môn với năng lực thấp và những người thực hiện kém không có đủ các thuộc tính cần thiết sẽ không làm tốt công việc của mình (Dweck, 2013). Tuy nhiên, nghiên cứu mục tiêu thành tích gần đây cho thấy rằng một định hướng hiệu suất cũng có thể có lợi tác động, đặc biệt là liên quan đến hiệu suất thực tế. Theo Elliot và Church (1997) đã đề xuất khái niệm về thành tích mục tiêu bằng cách chia đôi định hướng hiệu suất thành định hướng tiếp cận hiệu suất và định hướng né tránh hiệu suất, họ lập luận rằng các cá nhân định hướng vào hiệu suất có thể được thúc đẩy để làm tốt hơn người khác và để chứng minh tính ưu việt của họ, hoặc để tránh thất bại và tránh tỏ ra kém cỏi, tương ứng. (Elliot và Church, 1997; Vandewalle, 1997). Mặt khác, đối với những người định hướng làm chủ có mong muốn nâng cao năng lực bằng cách phát triển các kỹ năng mới và làm chủ các

tình huống mới, thì những người định hướng hiệu suất lại mong muốn thể hiện năng lực cá nhân so với người khác và nhận được những đánh giá tích cực từ người khác (Button và cộng sự, 1996; Farr và cộng sự, 1993).

Theo lý thuyết mục tiêu thành tích của Elliot (2005) đã nêu lên rằng, với những người có định hướng làm chủ và những người có định hướng hiệu suất công việc, đều được thúc đẩy mạnh mẽ để đạt được các mục tiêu hiệu suất tương ứng mong muốn của họ (Elliot, 2005). Như thế, có thể thấy sự khác biệt chính giữa hai định hướng của người có mục tiêu làm chủ và những người có mục tiêu hoàn thành công việc là cách các hướng dẫn đưa ra cho người thực hiện được trình bày như thế nào và mục tiêu thành thạo được đặt ra để khuyến khích việc tiếp thu kiến thức hoặc kỹ năng, trong khi mục tiêu về hiệu suất được đặt ra để người thực hiện tập trung hoàn thành các nhiệm vụ cụ thể được giao.

Những cá nhân có mục tiêu làm chủ có xu hướng tin rằng khả năng của họ là dễ uốn nắn và tiếp cận những nhiệm vụ đầy thách thức với mong muốn phát triển các kỹ năng mới (Elliot, 2005). Với Barron và Harackiewicz (2000) lại nêu rằng, những cá nhân có định hướng tiếp cận hiệu suất có xu hướng nỗ lực đủ để hoàn thành mục tiêu của mình vượt trội hơn những người khác. Ngược lại, những cá nhân có định hướng hiệu suất xem những nhiệm vụ thách thức như một mối đe dọa, sẽ bộc lộ sự kém cỏi và những cá nhân đó có thể rút lui khỏi việc hoàn thành nhiệm vụ (Elliot, 2005).

Tổ chức doanh nghiệp là nơi tập hợp các phòng ban chức năng với nguồn nhân lực thực hiện công việc theo chức năng, nhiệm vụ khác nhau để cùng hoàn thành mục tiêu chung của doanh nghiệp (Văn Nhân và cộng sự, 2023; Văn và cộng sự, 2023; Phạm Văn Thuận và Thị Thanh, 2015; Kim sơn, 2023) vì thế, tổ chức phải tìm được sự cân bằng phù hợp giữa việc sử dụng các quy tắc và thủ tục để thực hiện công việc và có thể dự đoán được hiệu suất và mang lại cho nhân viên những tự do đổi mới một cách tự phát để thích ứng với vấn đề, cơ hội và tình huống bất thường (Jones, 2001; Katz, 1964). Hiệu suất công việc là thể hệ có chủ ý và thúc đẩy, hiện thực hóa các ý tưởng mới trong phạm vi vai trò công việc, nhóm làm việc hoặc tổ chức để mang lại lợi ích cho việc thực hiện vai trò, một nhóm hoặc một tổ chức (Kanter, 1988; Scott West và Farr, 1989).

Trong nghiên cứu của mình, Janssen và Yperen (2004) cũng đã xác nhận thông qua quá trình nghiên cứu với hiệu suất công việc hay kết quả thực hiện nhiệm vụ được

xác định trên các nội dung người lao động này luôn hoàn thành các nhiệm vụ được nêu trong bản mô tả công việc của mình, Người lao động này đáp ứng tất cả các yêu cầu thực hiện chính thức của công việc, Người lao động này hoàn thành mọi trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu, Người lao động này không bao giờ bỏ qua các khía cạnh của công việc mà người lao động ấy có nghĩa vụ phải thực hiện, Người công nhân này thường không thực hiện được những nhiệm vụ thiết yếu

Tóm lại, Định hướng mục tiêu là hướng đến một hành động cụ thể, mục tiêu hướng sự chú ý của cá nhân tới các hành động liên quan đến mục tiêu và tạo ra một khuôn khổ để giải thích với các sự kiện và kết quả liên quan, những mục tiêu khó khăn sẽ dẫn đến đạt hiệu suất cao hơn mục tiêu dễ dàng và định hướng mục tiêu được xem là những đặc điểm tính cách khá ổn định được nuôi dưỡng bởi lý thuyết về bản thân. Định hướng hiệu suất cũng có thể có lợi tác động, đặc biệt là liên quan đến hiệu suất thực tế và định hướng hiệu suất được chia thành định hướng tiếp cận hiệu suất và định hướng né tránh hiệu suất, Định hướng hiệu suất cũng có hai thành phần là định hướng thực hiện công việc đạt hiệu suất theo sự phân công và định hướng hiệu suất công việc với những người định hướng làm chủ. Với định hướng làm chủ có mong muốn nâng cao năng lực bằng cách phát triển các kỹ năng mới và làm chủ các tình huống mới, với những người định hướng hiệu suất thực hiện công việc theo chỉ đạo lại mong muốn thể hiện năng lực cá nhân so với người khác và nhận được những đánh giá. Việc đánh giá hiệu suất thực hiện công việc theo sự phân công hay kết quả thực hiện công việc thì Janssen và Yperen (2004) căn cứ các khía cạnh như: Người lao động này luôn hoàn thành các nhiệm vụ được nêu trong bản mô tả công việc của mình, Người lao động này đáp ứng các yêu cầu thực hiện chính thức của công việc, Người lao động này hoàn thành mọi trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu, Người lao động này không bao giờ bỏ qua các khía cạnh của công việc mà người lao động ấy có nghĩa vụ phải thực hiện, Người công nhân này thường không thực hiện được những nhiệm vụ thiết yếu.

2.2.6.2. Hành vi công dân trong tổ chức

Hành vi công dân trong tổ chức (OCB) được chú ý và quan tâm của nhiều học giả trên thế giới, Bên cạnh đó, có một số nghiên cứu đã được tiến hành để xác định tiền đề và hậu quả của biến số mấu chốt này, các nghiên cứu được chú ý như (Organ và Ryan, 1995). Trong đó, Organ (1988), định nghĩa Hành vi công dân trong tổ chức là “Hành vi cá nhân là tùy ý chứ không phải được chính thức công nhận trực tiếp hoặc rõ

ràng hệ thống khen thưởng, và trong tổng thể thúc đẩy hoạt động hiệu quả của tổ chức, hành vi không phải là yêu cầu có thể thực thi được của vai trò hoặc công việc mô tả, hành vi là vấn đề của lựa chọn cá nhân". Và Organ (1988) cũng đã nêu lên rằng, "hành vi cá nhân mang tính tùy ý, không được hệ thống khen thưởng chính thức công nhận trực tiếp hoặc rõ ràng và hành vi đó nói chung thúc đẩy hoạt động hiệu quả của tổ chức". Đối với Barnard (1938); Katz (1964) và Organ (1988) cũng đã nêu lên rõ về khái niệm Hành vi công dân trong tổ chức với sự phân biệt giữa hành vi trong vai trò và hành vi ngoài vai trò.

Theo Organ (1988); Konovsky và Organ (1996), Hành vi công dân trong tổ chức với bao gồm 5 loại: Tận tâm, tinh thần thể thao, lịch sự, vị tha và đạo đức công dân. Các thuật ngữ khác sau đó được sử dụng làm từ đồng nghĩa với Hành vi công dân trong tổ chức với, chẳng hạn như "tính tự phát của tổ chức" và "hành vi ngoài vai trò". Tuy nhiên, với LePine, Erez, và Johnson (2002); Williams và Anderson (1991) đã đưa ra nhìn nhận với Hành vi công dân trong tổ chức cấu thành bởi hai yếu tố, Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tổ chức (OCB-O) và Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tương tác ở cấp độ cá nhân với nhau (OCB-I). Theo Organ (1988) hành vi công dân tổ chức (OCB) đặc trưng cho hành vi của người lao động là linh hoạt nhưng không được thừa nhận trực tiếp bởi hệ thống khuyến khích truyền thống có nghĩa đó không phải là phần thưởng xuyên của công việc mà là khuyến khích hoạt động hiệu quả của tổ chức (Organ 1988).

Hành vi công dân trong tổ chức đã được các nhà nghiên cứu trước đây chứng minh mối quan hệ tích cực giữa hiệu suất của nhân viên và sự cam kết liên tục. Như Khan và cộng sự (2010) đã nêu rằng, có tác động của cam kết tổ chức đến hiệu suất công việc của nhân viên và cam kết liên tục có mối quan hệ tích cực với hiệu quả công việc của nhân viên (Khan và cộng sự, 2010). Cũng thế Green và cộng sự (2008) chỉ ra về cam kết rằng, cam kết chuẩn mực là cảm giác có nghĩa vụ, những người lao động lịch sự và trung thực có thể làm việc hiệu quả dù có ít cơ hội hơn (Green và cộng sự 2008). Những người lao động có cam kết cao với tổ chức sẽ dễ dàng làm việc vì lợi ích của tổ chức hơn và tiếp tục là thành viên của tổ chức, nó mang lại mức năng suất cao trong tổ chức (Thúy Vân và cộng sự, 2023). Hành vi công dân trong tổ chức (OCB) có mối liên kết cụ thể và hỗ trợ gián tiếp đã được Scholl (1981) và Wiener (1982) trình bày trong các mô hình cam kết cụ thể và hỗ trợ gián tiếp liên kết với OCB. Cùng trong

Hành vi công dân trong tổ chức (OCB) LePine, Erez, và Johnson (2002); Williams và Anderson (1991) đã nêu rõ Hành vi công dân trong tổ chức (OCB) cấu thành bởi hai yếu tố, Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tổ chức (OCB-O) và Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tương tác ở cấp độ cá nhân với nhau (OCB-I).

Với Danish và cộng sự (2015) thì xác định và nêu rõ các hành vi công dân của tổ chức (OCB-O) ảnh hưởng đến tổ chức hoàn toàn bao gồm các hành vi như đạo đức công cộng, tinh thần thể thao và sự siêng năng và các hành vi công dân của tổ chức hoặc OCB-I tập trung vào người khác bao gồm các khía cạnh Vị tha và lịch sự trong môi trường tổ chức. William và Anderson phân loại Hành vi công dân trong tổ chức (OCB) bằng cách tập trung vào nhiệm vụ hoặc theo hành vi của nhân viên. Họ đặt tên cho những hành vi được áp dụng vì hạnh phúc của các cá nhân khác là OCB-I (hành vi công dân tổ chức). ở cấp độ cá nhân và các hành vi được áp dụng vì lợi ích của tổ chức với tư cách là OCBO (hành vi công dân của tổ chức ở cấp độ tổ chức).

Trong nghiên cứu của mình, Chaudhary (2020) chia Hành vi công dân trong tổ chức OCB thành Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tổ chức (OCB-O) tập trung vào các hành vi như: Thường tham dự các sự kiện không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh tổ chức; Theo kịp sự phát triển trong tổ chức; bảo vệ tổ chức khi các nhân viên khác chỉ trích nó; Thể hiện niềm tự hào khi đại diện cho tổ chức trước công chúng; Đưa ra ý tưởng để cải thiện hoạt động của tổ chức; Thể hiện lòng trung thành với tổ chức; Thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn; Thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức. Đối với Organ và Konovsky (1989); Smith, Organ và Near (1983) thì OCBI và OCBO được sử dụng với các thuật ngữ về lòng vị tha và tuân thủ. Williams và cộng sự (1991) thì nêu rõ về Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tổ chức (OCB-O) tập trung vào Sự tham gia làm việc vượt quá định mức; Báo trước khi không thể đến làm việc; Nghỉ làm không cần thiết; Dành nhiều thời gian cho các cuộc trò chuyện với mọi người; Phàn nàn về những điều không đáng kể ở nơi làm việc; Tuân thủ các quy tắc không chính thức được đặt ra để duy trì trật tự.

Với Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tương tác ở cấp độ cá nhân với nhau (OCB-I). Theo Chaudhary (2020) đề cập và tập trung tới các thuộc tính Giúp đỡ những đồng nghiệp khi họ vắng mặt; sẵn sàng dành thời gian để giúp đỡ những đồng nghiệp gặp vấn đề liên quan đến công việc; điều chỉnh lịch làm việc để đáp ứng các yêu cầu về thời gian nghỉ của nhân viên khác; cố gắng hết sức để nhân viên mới cảm

thấy được chào đón trong nhóm làm việc; thể hiện sự quan tâm và lịch sự thực sự đối với đồng nghiệp, ngay cả trong những tình huống khó khăn nhất; dành thời gian để giúp đỡ những người gặp khó khăn trong công việc; thường hỗ trợ những đồng nghiệp để hoàn thành nhiệm vụ của họ; thường chia sẻ tài sản cá nhân với những đồng nghiệp để giúp đỡ công việc của họ. Đối với Williams và cộng sự (1991), hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tương tác ở cấp độ cá nhân với nhau (OCB-I) tập trung với các thuộc tính như Giúp đỡ những người vắng mặt; Giúp đỡ người khác khi có khối lượng công việc nặng nhọc; Hỗ trợ người giám sát trong công việc của mình (khi không được yêu cầu); Dành thời gian lắng nghe những vấn đề và lo lắng của đồng nghiệp; Luôn nỗ lực giúp đỡ nhân viên mới; Quan tâm đến các nhân viên khác; Truyền thông tin cho đồng nghiệp (Williams và cộng sự; 1991).

Tóm lại, Hành vi công dân trong tổ chức được chú ý và quan tâm của nhiều học giả trên thế giới và xác định Hành vi công dân trong tổ chức với bao gồm 5 loại: Tận tâm, tinh thần thể thao, lịch sự, vị tha và đạo đức công dân. Tuy nhiên, với LePine, Erez và Johnson (2002); Williams và Anderson (1991); Chaudhary (2020) đã đưa ra nhìn nhận với Hành vi công dân trong tổ chức cấu thành bởi hai yếu tố, Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tổ chức (OCB-O) và Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tương tác ở cấp độ cá nhân với nhau (OCB-I).

Với Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tổ chức (OCB-O) thì Chaudhary (2020) tập trung vào các thuộc tính: Thường tham dự các sự kiện không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh tổ chức; Theo kịp sự phát triển trong tổ chức; bảo vệ tổ chức khi các nhân viên khác chỉ trích nó; Thể hiện niềm tự hào khi đại diện cho tổ chức trước công chúng; Đưa ra ý tưởng để cải thiện hoạt động của tổ chức; Thể hiện lòng trung thành với tổ chức; Thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn; Thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức. Williams và cộng sự (1991) thì nêu rõ về Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tổ chức (OCB-O) tập trung vào Sự tham gia làm việc vượt quá định mức; Báo trước khi không thể đến làm việc; Nghỉ làm không cần thiết; Dành nhiều thời gian cho các cuộc trò chuyện với mọi người; Phàn nàn về những điều không đáng kể ở nơi làm việc; Tuân thủ các quy tắc không chính thức được đặt ra để duy trì trật tự.

Với Hành vi công dân trong tổ chức ở cấp độ cá nhân với nhau (OCB-I), Chaudhary (2020) đề cập và tập trung tới các thuộc tính Giúp đỡ những đồng nghiệp

khi họ vắng mặt; sẵn sàng dành thời gian để giúp đỡ những đồng nghiệp gặp vấn đề liên quan đến công việc; điều chỉnh lịch làm việc để đáp ứng các yêu cầu về thời gian nghỉ của nhân viên khác; cố gắng hết sức để nhân viên mới cảm thấy được chào đón trong nhóm làm việc; thể hiện sự quan tâm và lịch sự thực sự đối với đồng nghiệp, ngay cả trong những tình huống khó khăn nhất; dành thời gian để giúp đỡ những người gặp khó khăn trong công việc; thường hỗ trợ những đồng nghiệp để hoàn thành nhiệm vụ của họ; thường chia sẻ tài sản cá nhân với những đồng nghiệp để giúp đỡ công việc của họ. Với Williams và cộng sự (1991) tập trung với các thuộc tính như Giúp đỡ những người vắng mặt; Giúp đỡ người khác khi có khối lượng công việc nặng nhọc; Hỗ trợ người giám sát trong công việc của mình (khi không được yêu cầu); Dành thời gian lắng nghe những vấn đề và lo lắng của đồng nghiệp; Luôn nỗ lực giúp đỡ nhân viên mới; Quan tâm đến các nhân viên khác; Truyền thông tin cho đồng nghiệp.

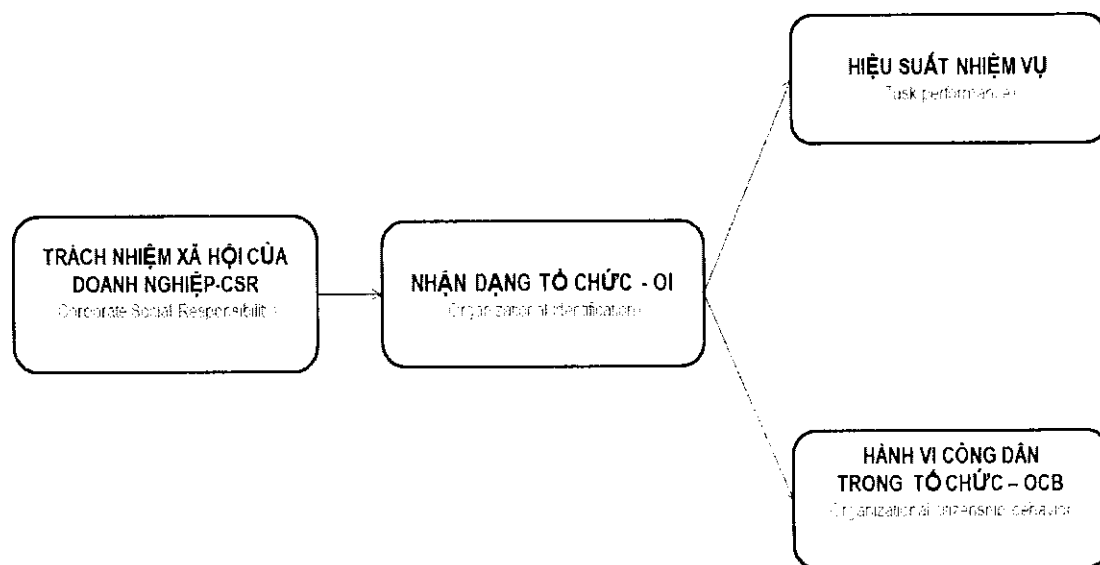
Như vậy, có thể thấy rằng, với Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tổ chức OCB-O có lợi cho tổ chức nói chung và hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tương tác ở cấp độ cá nhân với nhau (OCB-I) mang lại lợi ích ngay lập tức cho các cá nhân cụ thể và gián tiếp thông qua phương tiện này cũng đóng góp cho tổ chức.

2.3. CÁC NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN TRÊN THẾ GIỚI

2.3.1. Nghiên cứu trên thế giới

2.3.1.1 Nghiên cứu của He và cộng sự (2019)

Nghiên cứu của He và cộng sự (2019) về Trách nhiệm xã hội (CSR) tác động đến Hiệu suất nhiệm vụ (TP) và Hành vi công dân trong tổ chức (OCB) thông qua nhận dạng tổ chức (OI) với mô hình được thể hiện trong Hình 2.2 sau đây.



Hình 2.2: Mô hình của He và cộng sự (2019)

Nguồn: He và cộng sự (2019)

Đánh giá của tác giả về nghiên cứu này: Nghiên cứu của He và cộng sự (2019) được xem là một trong những công trình tiêu biểu làm rõ cơ chế tác động ở cấp độ vĩ mô của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đối với kết quả hoạt động của tổ chức. Khác với nhiều nghiên cứu trước đó chủ yếu tiếp cận CSR dưới góc độ chiến lược, danh tiếng hoặc hiệu quả tài chính ở cấp độ vĩ mô, He và cộng sự (2019) đã chuyển trọng tâm phân tích sang cấp độ cá nhân, qua đó khám phá cách thức nhận thức của nhân viên về CSR ảnh hưởng đến thái độ và hành vi làm việc của họ trong tổ chức. Cách tiếp cận này góp phần bổ sung đáng kể cho dòng nghiên cứu CSR bằng việc làm rõ cơ chế tâm lý – xã hội trung gian giữa CSR và hiệu quả hoạt động.

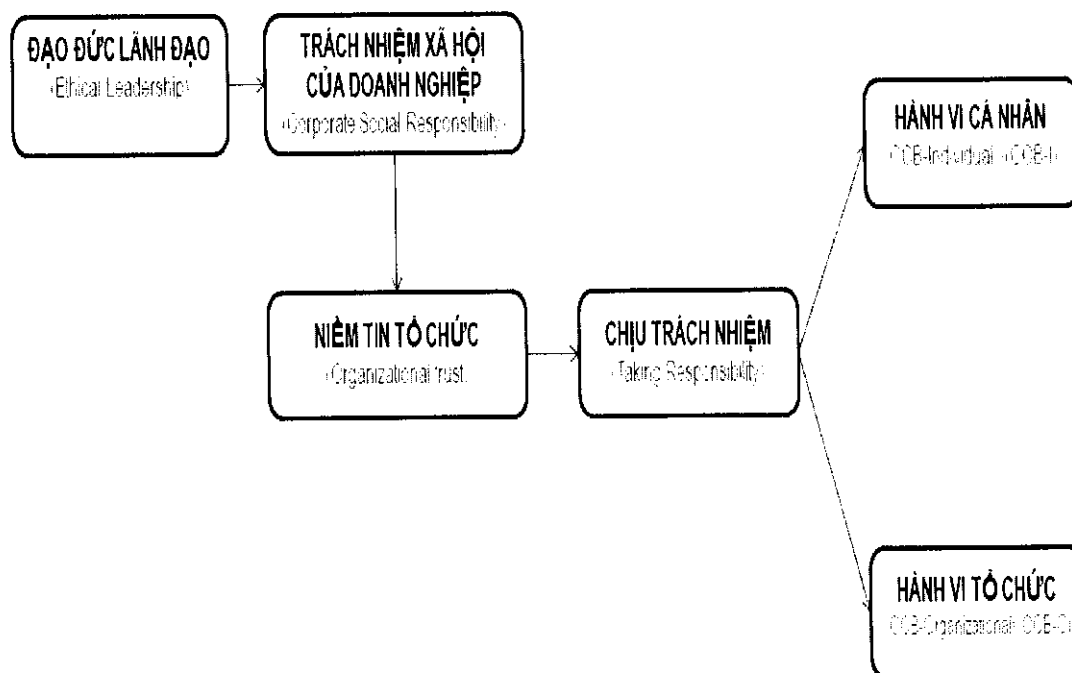
Kết quả thực nghiệm của nghiên cứu cho thấy CSR có tác động tích cực đến hiệu suất nhiệm vụ và hành vi công dân tổ chức thông qua vai trò trung gian của nhận dạng tổ chức. Điều này hàm ý rằng khi nhân viên nhận thức tổ chức của mình thực hiện tốt trách nhiệm xã hội, họ có xu hướng gia tăng mức độ đồng nhất bản thân với tổ chức, cảm thấy tự hào và gắn bó hơn, từ đó sẵn sàng nỗ lực vượt trên yêu cầu công việc chính thức và thể hiện các hành vi tự nguyện vì lợi ích chung. Nghiên cứu đã cung cấp bằng chứng thuyết phục rằng CSR không chỉ tạo ra giá trị bên ngoài cho các bên liên quan mà còn tạo ra giá trị nội tại thông qua việc thúc đẩy động lực và hành vi tích cực của nhân viên. Tuy nhiên, mặc dù nghiên cứu của He và cộng sự (2019) đã xác lập được mối quan hệ quan trọng giữa CSR, nhận dạng tổ chức và kết quả công việc, mô

hình của họ vẫn tập trung chủ yếu vào vai trò của nhận dạng tổ chức như cơ chế trung gian duy nhất. Điều này mở ra cơ hội để các nghiên cứu tiếp theo tiếp tục mở rộng và kiểm định thêm các biến trung gian hoặc điều tiết khác nhằm giải thích sâu hơn tác động của CSR đến hành vi và hiệu quả làm việc của nhân viên trong những bối cảnh khác nhau.

Trên cơ sở kế thừa nền tảng lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm từ He và cộng sự (2019), luận án này sử dụng công trình này như một tài liệu tham khảo cốt lõi cả về phương diện lý luận lẫn phương pháp nghiên cứu. Đồng thời, luận án hướng đến việc mở rộng mô hình nghiên cứu bằng cách bổ sung các biến số và bối cảnh phù hợp hơn với mục tiêu nghiên cứu đề ra, qua đó đóng góp thêm bằng chứng thực nghiệm mới và làm phong phú hơn dòng nghiên cứu về tác động vi mô của CSR trong môi trường tổ chức.

2.3.1.2 Nghiên cứu của Tourigny và cộng sự (2019)

Nghiên cứu của Tourigny và cộng sự (2019) về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và đạo đức lãnh đạo tác động đã cấp độ đối với niềm tin và hành vi công dân của tổ chức, với niềm tin tổ chức được xác định rõ hai yếu tố hành vi cá nhân và hành vi tổ chức, mô hình nghiên cứu được thể hiện như hình Hình 2.3 sau đây.



Hình 2.3: Mô hình của Tourigny và cộng sự (2019)

Nguồn: Tourigny và cộng sự (2019)

Đánh giá của tác giả về nghiên cứu này: Nghiên cứu của Tourigny và cộng sự (2019) được đánh giá là một công trình có giá trị học thuật cao khi áp dụng thiết kế dữ liệu đa nguồn và phương pháp phân tích đa cấp nhằm làm rõ cơ chế tác động của đạo đức lãnh đạo đến các kết quả hành vi ở cấp độ nhân viên. Cách tiếp cận này giúp hạn chế sai lệch phương pháp chung và tăng cường độ tin cậy của kết quả nghiên cứu. Đặc biệt, nhóm tác giả đã chỉ ra rằng yếu tố đạo đức của người lãnh đạo có ảnh hưởng đáng kể đến nhận thức của cấp dưới về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR). Nhận thức này tiếp tục tác động đến niềm tin của nhân viên đối với tổ chức, từ đó thúc đẩy họ gia tăng mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội cá nhân và tham gia tích cực vào các hành vi công dân tổ chức (OCB), bao gồm cả hành vi hướng đến tổ chức (OCB-O) và hành vi hướng đến cá nhân (OCB-I).

Điểm nổi bật của nghiên cứu là việc xây dựng một mô hình có cấu trúc logic rõ ràng, trong đó các biến như đạo đức lãnh đạo, CSR, niềm tin tổ chức, nhận trách nhiệm xã hội cá nhân và OCB được liên kết thông qua cơ chế trung gian hợp lý. Việc phân tách hành vi công dân tổ chức thành hai chiều cạnh riêng biệt (hướng đến tổ chức và hướng đến cá nhân) giúp làm rõ bản chất đa chiều của OCB và cung cấp góc nhìn tinh tế hơn về kết quả hành vi của nhân viên.

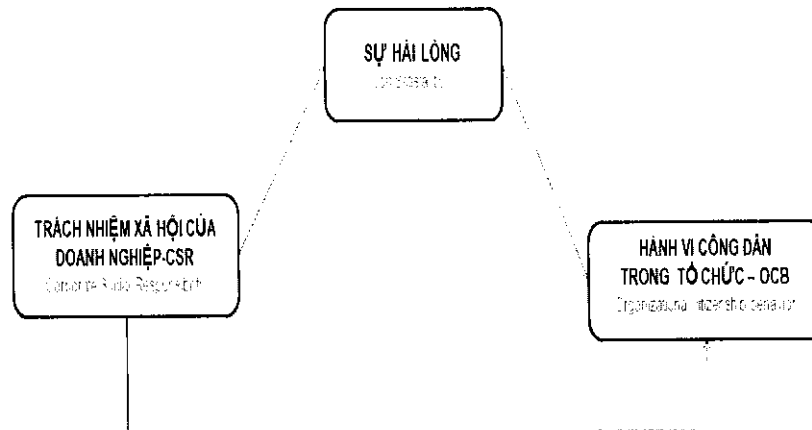
Tuy nhiên, mặc dù nghiên cứu đã làm sáng tỏ vai trò của đạo đức lãnh đạo và CSR trong việc thúc đẩy các hành vi tự nguyện tích cực, mô hình nghiên cứu chưa xem xét đến tác động của danh tiếng tổ chức như một yếu tố quan trọng có thể ảnh hưởng đến nhận thức và thái độ của nhân viên. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chưa đề cập đến kết quả định hướng nhiệm vụ (in-role task performance), vốn là một thành phần quan trọng trong đánh giá hiệu quả công việc toàn diện của nhân viên. Việc chưa tích hợp các yếu tố này cho thấy vẫn còn khoảng trống nghiên cứu cần được tiếp tục khai thác.

Trên cơ sở kế thừa nền tảng lý thuyết và kết quả thực nghiệm từ Tourigny và cộng sự (2019), luận án này sử dụng nghiên cứu như một tài liệu tham khảo quan trọng trong việc xây dựng mô hình nghiên cứu, đặc biệt là các biến số liên quan đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR), niềm tin tổ chức (OT) và hành vi công dân tổ chức (OCB). Đồng thời, luận án mở rộng phạm vi phân tích bằng cách bổ sung các yếu tố danh tiếng tổ chức và kết quả định hướng nhiệm vụ nhằm hoàn thiện hơn bức tranh

về tác động của CSR đến hiệu quả làm việc của nhân viên, qua đó đóng góp thêm bằng chứng thực nghiệm và giá trị lý luận cho lĩnh vực nghiên cứu này.

2.2.1.3 Nghiên cứu của Kunda và cộng sự (2019)

Nghiên cứu của Kunda và cộng sự. (2019) về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) và hành vi công dân của tổ chức (COB) với vai trò trung gian là sự hài lòng trong công việc, với mô hình thể hiện như hình Hình 2.4 sau đây.



Hình 2.4: Mô hình của Kunda và cộng sự (2019)

Nguồn: Kunda và cộng sự (2019)

Đánh giá của tác giả về nghiên cứu này: Mô hình nghiên cứu của Kunda và cộng sự (2019) đã đóng góp đáng kể vào dòng nghiên cứu về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp ở cấp độ vi mô khi tập trung xem xét tác động của nhận thức CSR của nhân viên đối với nhiều bên liên quan đến hành vi công dân trong tổ chức. Đồng thời, nghiên cứu cũng kiểm định vai trò trung gian của sự hài lòng trong công việc trong mối quan hệ giữa nhận thức CSR và OCB. Cách tiếp cận này cho thấy nỗ lực của nhóm tác giả trong việc giải thích cơ chế tâm lý nội tại thông qua đó CSR có thể ảnh hưởng đến hành vi tự nguyện của nhân viên.

Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng trong bốn khía cạnh CSR được xem xét, CSR hướng đến xã hội, môi trường và chính phủ có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến OCB. Trong khi đó, CSR hướng đến nhân viên là yếu tố duy nhất có ảnh hưởng tích cực và đáng kể đến sự hài lòng trong công việc. Tuy nhiên, kết quả phân tích trung gian không ủng hộ vai trò trung gian của sự hài lòng trong công việc trong mối quan hệ giữa nhận thức CSR và OCB. Phát hiện này cho thấy tác động của CSR đến OCB có

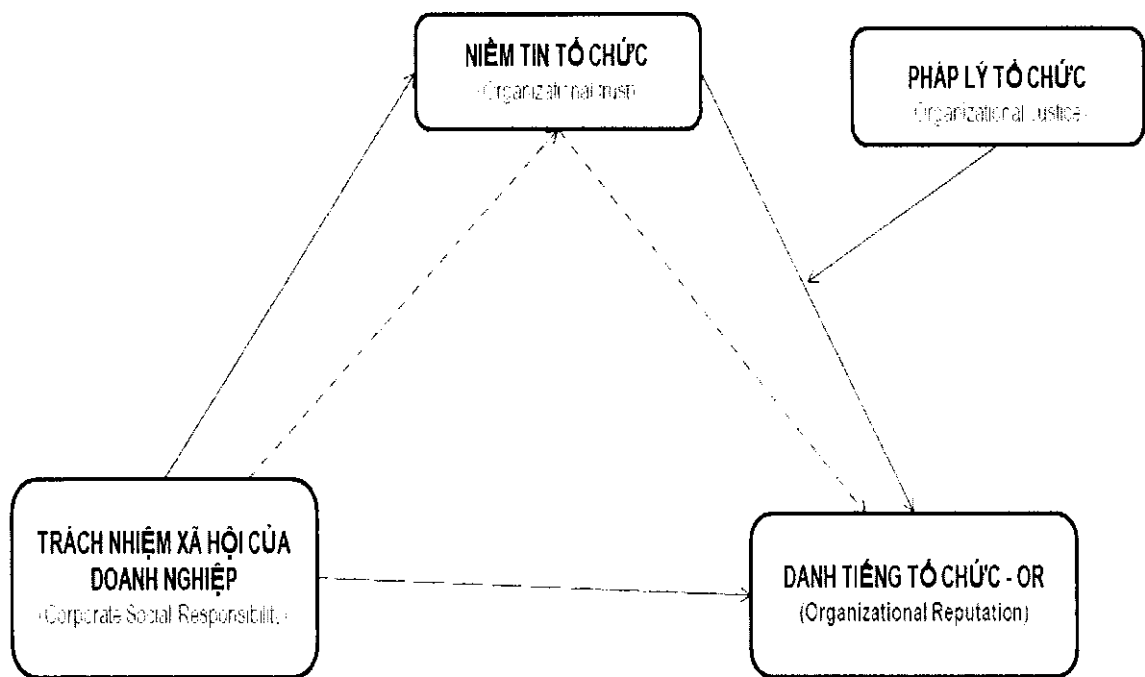
thể diễn ra thông qua những cơ chế tâm lý khác ngoài sự hài lòng trong công việc, mở ra hướng nghiên cứu tiếp theo về các biến trung gian thay thế hoặc bổ sung.

Mặc dù nghiên cứu của Kunda và cộng sự (2019) đã cung cấp những bằng chứng thực nghiệm quan trọng, mô hình nghiên cứu vẫn còn một số hạn chế nhất định. Thứ nhất, nghiên cứu chưa làm rõ vai trò của các yếu tố liên quan đến các bên liên quan trong việc hình thành nhận thức CSR của nhân viên. Thứ hai, các biến quan trọng như danh tiếng tổ chức và niềm tin tổ chức, vốn có thể đóng vai trò cầu nối giữa CSR và hành vi của nhân viên, chưa được xem xét trong mô hình. Thứ ba, nghiên cứu tập trung chủ yếu vào OCB mà chưa tích hợp thêm kết quả định hướng nhiệm vụ, do đó chưa phản ánh đầy đủ hiệu quả công việc toàn diện của nhân viên. Ngoài ra, hành vi công dân tổ chức trong nghiên cứu chưa được phân tách rõ thành hai chiều cạnh là hành vi hướng đến cá nhân (OCB-I) và hành vi hướng đến tổ chức (OCB-O), điều này có thể làm giảm khả năng phân tích sâu bản chất đa chiều của OCB.

Trên cơ sở kế thừa những đóng góp lý thuyết và thực nghiệm của Kunda và cộng sự (2019), luận án này sử dụng các biến số cốt lõi như trách nhiệm xã hội của tổ chức (CSR) và hành vi công dân tổ chức (OCB) làm nền tảng cho mô hình nghiên cứu. Đồng thời, tác giả luận án mở rộng mô hình bằng cách bổ sung các yếu tố như danh tiếng tổ chức, niềm tin tổ chức và kết quả định hướng nhiệm vụ, cũng như phân tách OCB thành các chiều cạnh cụ thể nhằm phản ánh đầy đủ hơn cơ chế tác động của CSR đến hiệu quả làm việc của nhân viên. Việc phát triển mô hình trong bối cảnh Việt Nam không chỉ góp phần kiểm định lại các kết quả trước đó trong một môi trường kinh tế – xã hội khác biệt, mà còn kỳ vọng mang lại những đóng góp mới về mặt lý luận và thực tiễn cho lĩnh vực nghiên cứu này.

2.3.1.4 Nghiên cứu Yan và cộng sự (2022)

Nghiên cứu về mối quan hệ giữa Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, Niềm tin của tổ chức và Danh tiếng của doanh nghiệp về hiệu quả hoạt động bền vững, với mô hình thể hiện như hình Hình 2.5 sau đây.



Hình 2.5: Mô hình của Yan và cộng sự (2022)

Nguồn: Yang và cộng sự (2022)

Đánh giá của tác giả về nghiên cứu này: Mô hình nghiên cứu của Yan và cộng sự (2022) đã đóng góp đáng kể vào dòng nghiên cứu về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) khi tiếp cận vấn đề dưới lăng kính lý thuyết các bên liên quan. Nghiên cứu tập trung làm rõ cách thức các hoạt động CSR của doanh nghiệp ảnh hưởng đến danh tiếng tổ chức trong cộng đồng, qua đó nhấn mạnh vai trò chiến lược của CSR trong việc xây dựng hình ảnh và vị thế lâu dài của doanh nghiệp. Đặc biệt, các tác giả lập luận rằng những sáng kiến CSR hướng đến nhân viên có ý nghĩa quan trọng trong việc củng cố niềm tin của nhân viên đối với tổ chức, một nguồn lực vô hình nhưng mang tính nền tảng cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Kết quả nghiên cứu cho thấy CSR không chỉ góp phần nâng cao danh tiếng tổ chức mà còn tạo điều kiện hình thành và duy trì niềm tin nội bộ. Đồng thời, yếu tố công bằng trong quản lý được xem như một điều kiện biên có khả năng củng cố mối quan hệ giữa danh tiếng doanh nghiệp và sự tin cậy của nhân viên. Điều này hàm ý rằng hiệu quả của CSR trong việc chuyển hóa thành niềm tin không chỉ phụ thuộc vào nội dung các hoạt động CSR, mà còn phụ thuộc vào cách thức tổ chức quản lý và thực thi các chính sách nội bộ một cách công bằng và minh bạch. Cách tiếp cận này giúp làm rõ vai trò tương tác giữa yếu tố bên ngoài (danh tiếng) và yếu tố bên trong (niềm

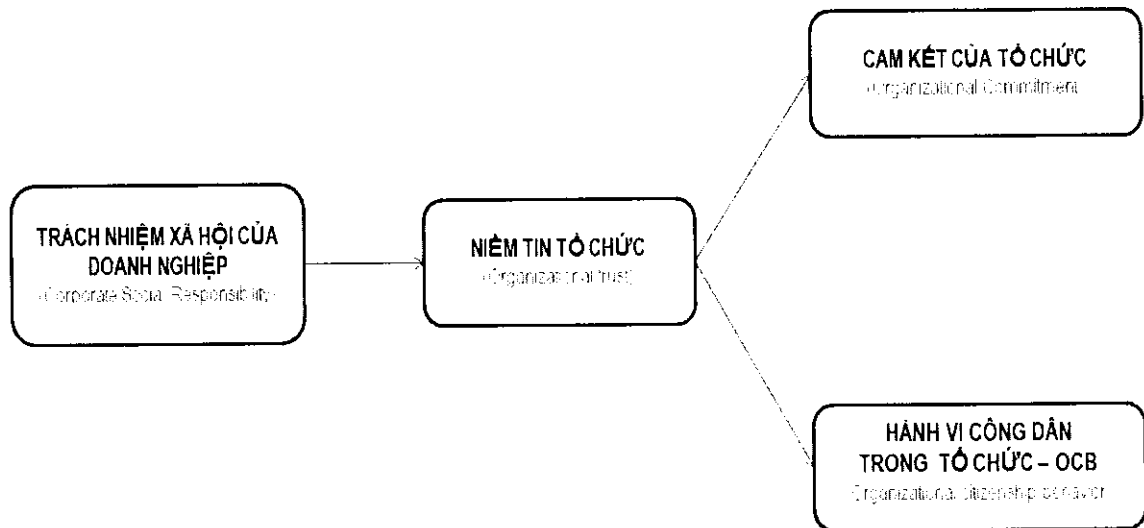
tin nhân viên), qua đó cung cấp một khung phân tích tương đối toàn diện về giá trị chiến lược của CSR.

Tuy nhiên, mặc dù nghiên cứu của Yan và cộng sự (2022) đã làm sáng tỏ mối liên hệ giữa CSR, danh tiếng tổ chức và niềm tin nhân viên, mô hình nghiên cứu chưa mở rộng phân tích đến các kết quả hành vi cụ thể của nhân viên, đặc biệt là hành vi công dân tổ chức (OCB) và kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP). Do đó, tác động cuối cùng của danh tiếng và niềm tin đến hiệu quả làm việc thực tế của nhân viên vẫn chưa được kiểm định một cách đầy đủ. Việc thiếu vắng các biến kết quả ở cấp độ hành vi và hiệu suất công việc cho thấy vẫn còn khoảng trống nghiên cứu cần được tiếp tục khai thác.

Trên cơ sở kế thừa những đóng góp lý thuyết và thực nghiệm của Yan và cộng sự (2022), luận án này sử dụng các biến số như trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), danh tiếng tổ chức và niềm tin tổ chức làm nền tảng quan trọng trong việc xây dựng mô hình nghiên cứu. Đồng thời, tác giả luận án mở rộng phạm vi phân tích bằng cách tích hợp thêm các biến kết quả như hành vi công dân tổ chức và kết quả định hướng nhiệm vụ nhằm làm rõ hơn cơ chế chuyển hóa từ nhận thức CSR đến hiệu quả làm việc của nhân viên. Việc phát triển mô hình trong bối cảnh Việt Nam không chỉ giúp kiểm định lại các kết quả trước đây trong một môi trường thể chế và văn hóa khác biệt, mà còn kỳ vọng đóng góp thêm bằng chứng thực nghiệm và giá trị lý luận cho lĩnh vực nghiên cứu về CSR ở cấp độ vi mô.

2.3.1.5 Nghiên cứu của Ahmad và cộng sự (2020)

Nghiên cứu của Ahmad và cộng sự (2020) về mối liên hệ giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR), cam kết tổ chức (OC) và hành vi công dân của tổ chức (OCB) thông qua yếu tố trung gian là niềm tin tổ chức (OT). Nội dung nghiên cứu được đăng trên Tạp chí Quốc tế số 42 với mô hình như hình Hình 2.6 sau đây.



Hình 2.6: Mô hình của Ahmad và cộng sự (2020)

Nguồn: Ahmad và cộng sự (2020)

Đánh giá của tác giả về nghiên cứu này: Nghiên cứu của Ahmad và cộng sự (2020) đã đóng góp đáng kể vào việc làm rõ vai trò của cam kết tổ chức, đặc biệt là cam kết tình cảm, đối với hiệu quả thực hiện nhiệm vụ và các hành vi vượt trên vai trò chính thức của nhân viên. Trên nền tảng lý thuyết về cam kết tổ chức, nhóm tác giả tập trung phân tích mức độ gắn bó cảm xúc của nhân viên đối với tổ chức và cách thức yếu tố này thúc đẩy họ thực hiện các nhiệm vụ bổ sung, bao gồm các hành vi công dân tổ chức (OCB). Cách tiếp cận này giúp khẳng định rằng khi nhân viên có sự gắn kết về mặt cảm xúc và lòng trung thành cao với tổ chức, họ có xu hướng tự nguyện đóng góp nhiều hơn so với yêu cầu công việc chính thức.

Kết quả nghiên cứu cho thấy cam kết tình cảm có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến hiệu suất thực hiện nhiệm vụ cũng như các hành vi làm thêm công việc ngoài vai trò quy định. Đặc biệt trong bối cảnh ngành ngân hàng, sự trung thành và gắn bó của nhân viên với tổ chức được xem là động lực quan trọng thúc đẩy họ nâng cao hiệu quả công việc và thể hiện trách nhiệm vượt mức mong đợi. Nghiên cứu cũng nhấn mạnh hàm ý quản trị rằng việc tăng cường cam kết của nhân viên thông qua các chính sách phù hợp sẽ góp phần cải thiện hiệu suất tổng thể của tổ chức.

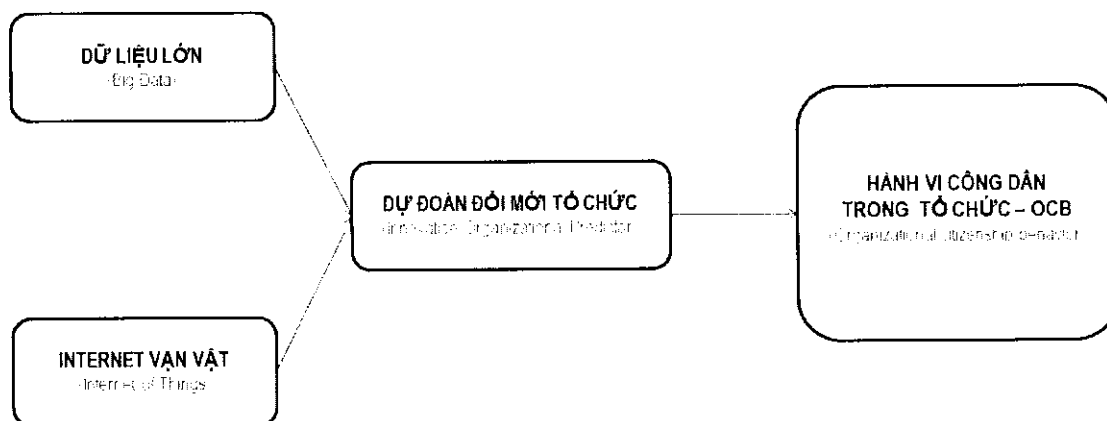
Tuy nhiên, mặc dù Ahmad và cộng sự (2020) đã đề cập đến các biến số như trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), cam kết tổ chức (OC), niềm tin tổ chức (OT) và hành vi công dân tổ chức (OCB), mô hình nghiên cứu vẫn còn một số hạn chế nhất định. Thứ nhất, nghiên cứu chưa xem xét vai trò của danh tiếng tổ chức (OR) như một

yếu tố có thể ảnh hưởng đến nhận thức và thái độ của nhân viên. Thứ hai, kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) chưa được phân tích một cách độc lập và toàn diện trong mối quan hệ với CSR và các yếu tố tâm lý tổ chức. Thứ ba, nghiên cứu chưa mở rộng phân tích theo hướng tiếp cận các bên liên quan như chính phủ, khách hàng hay cộng đồng – những yếu tố ngày càng có ý nghĩa trong bối cảnh quản trị bền vững. Ngoài ra, hành vi công dân tổ chức trong nghiên cứu chưa được phân tách rõ thành hai chiều cạnh là hành vi hướng đến cá nhân (OCB-I) và hành vi hướng đến tổ chức (OCB-O), điều này có thể hạn chế khả năng phân tích sâu về bản chất đa chiều của OCB.

Trên cơ sở kế thừa những đóng góp lý thuyết và thực nghiệm của Ahmad và cộng sự (2020), luận án này sử dụng các biến số như trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), niềm tin tổ chức (OT), cam kết tổ chức (OC) và hành vi công dân tổ chức (OCB) làm nền tảng xây dựng mô hình nghiên cứu. Đồng thời, tác giả luận án phát triển và mở rộng mô hình bằng cách bổ sung các yếu tố danh tiếng tổ chức, kết quả định hướng nhiệm vụ và phân tách chi tiết các chiều cạnh của hành vi công dân tổ chức nhằm phản ánh đầy đủ hơn cơ chế tác động từ nhận thức CSR đến hiệu quả làm việc của nhân viên. Việc điều chỉnh và phát triển mô hình trong bối cảnh Việt Nam không chỉ góp phần kiểm định lại các kết quả trước đây trong một môi trường thể chế khác biệt, mà còn kỳ vọng mang lại những đóng góp mới về mặt lý luận và thực tiễn cho lĩnh vực nghiên cứu về CSR và hành vi tổ chức.

2.3.1.6 Nghiên cứu của Nuryanto, Basrowi và Quraysin (2023)

Nghiên cứu của Nuryanto, Basrowi và Quraysin (2023) nhằm mục đích điều tra mối quan hệ giữa Dữ liệu lớn, Internet vạn vật, sự đổi mới của tổ chức tác động đến hành vi công dân trong tổ chức, xét ở khía cạnh hành vi của nhân viên. Nghiên cứu được thực hiện trong tổ chức ngành sản xuất hóa chất. Nội dung nghiên cứu được đăng tải trên Tạp chí quốc tế về khoa học dữ liệu và mạng năm 2023. Mô hình nghiên cứu được trình bày như hình Hình 2.7 sau đây.



Hình 2.7: Mô hình của Nuryanto và cộng sự (2023)

Nguồn: Nuryanto và cộng sự (2023)

Đánh giá của tác giả về nghiên cứu này: Nghiên cứu của Nuryanto và cộng sự (2023), được thực hiện trong bối cảnh doanh nghiệp sản xuất hóa chất, đã tập trung phân tích mối quan hệ giữa việc ứng dụng công nghệ Dữ liệu lớn và Hành vi công dân tổ chức (OCB) của nhân viên. Đồng thời, nghiên cứu xem xét vai trò của đổi mới tổ chức như một yếu tố vừa mang tính dự đoán, vừa đóng vai trò điều tiết trong mối quan hệ giữa ứng dụng công nghệ và trách nhiệm công dân của nhân viên. Cách tiếp cận này phản ánh xu hướng nghiên cứu hiện đại khi kết nối chuyển đổi số, đổi mới tổ chức và hành vi nhân viên trong cùng một mô hình phân tích.

Kết quả nghiên cứu cho thấy việc áp dụng công nghệ Dữ liệu lớn có thể góp phần thúc đẩy hành vi công dân tổ chức thông qua việc nuôi dưỡng văn hóa đổi mới và nâng cao tinh thần trách nhiệm của nhân viên. Đổi mới tổ chức không chỉ đóng vai trò là cơ chế trung gian giúp chuyển hóa tác động của công nghệ thành hành vi tích cực, mà còn có thể điều chỉnh cường độ của mối quan hệ này trong những điều kiện khác nhau. Như vậy, nghiên cứu đã mở rộng phạm vi phân tích OCB trong bối cảnh chuyển đổi công nghệ và đổi mới doanh nghiệp, đóng góp giá trị thực tiễn cho các tổ chức đang theo đuổi chiến lược chuyển đổi số.

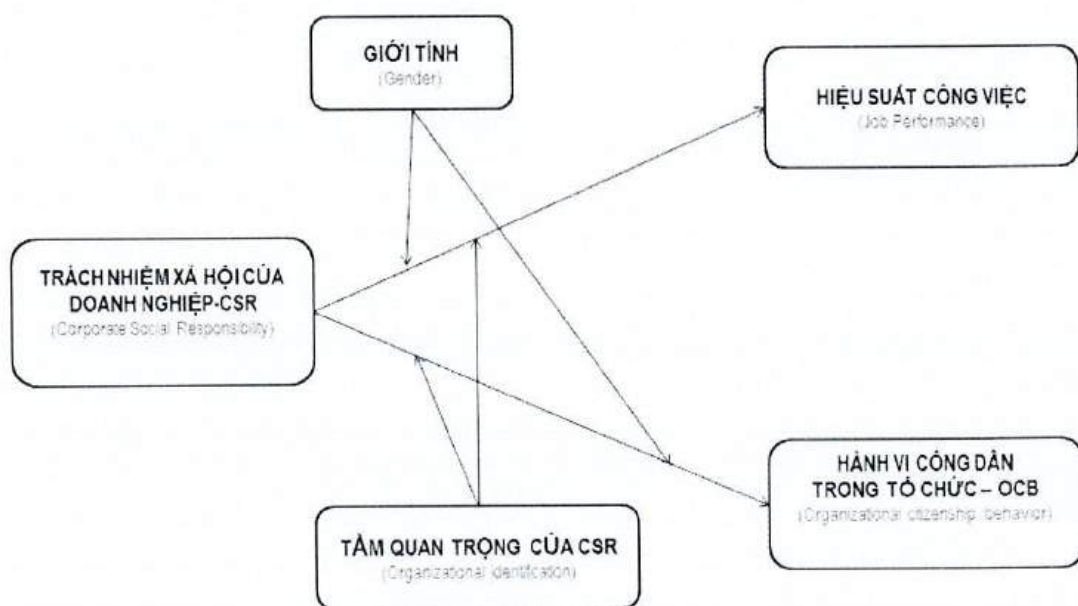
Tuy nhiên, mặc dù nghiên cứu mang lại góc nhìn mới về mối quan hệ giữa công nghệ và hành vi tổ chức, mô hình nghiên cứu chưa tích hợp các yếu tố quan trọng trong quản trị bền vững và trách nhiệm xã hội như trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), danh tiếng tổ chức (OR), niềm tin tổ chức (OT) hay kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP). Bên cạnh đó, hành vi công dân tổ chức trong nghiên cứu chưa được phân tách rõ thành hai chiều cạnh là hành vi hướng đến cá nhân (OCB-I) và hành vi hướng

đến tổ chức (OCB-O), điều này có thể hạn chế khả năng phân tích sâu về bản chất đa chiều của OCB trong môi trường doanh nghiệp.

Trên cơ sở kế thừa những đóng góp của Nuryanto và cộng sự (2023), luận án này tham khảo cách tiếp cận về hành vi công dân tổ chức và vai trò của các yếu tố bối cảnh trong việc thúc đẩy hành vi tích cực của nhân viên. Đồng thời, tác giả luận án phát triển và mở rộng mô hình nghiên cứu bằng cách tích hợp các biến số liên quan đến trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, danh tiếng tổ chức và niềm tin tổ chức, cũng như phân tách rõ hành vi công dân tổ chức thành hai khía cạnh OCB-I và OCB-O. Việc mở rộng này nhằm xây dựng một mô hình toàn diện hơn, phản ánh đầy đủ cơ chế tác động từ nhận thức CSR đến hành vi và hiệu quả làm việc của nhân viên trong bối cảnh nghiên cứu của luận án.

2.3.1.7 Nghiên cứu của Chaudhary (2020)

Nghiên cứu của Chaudhary (2020) xem xét tác động của nhận thức của nhân viên về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) của người sử dụng lao động đối với các hành vi trong và ngoài vai trò của họ. Mô hình nghiên cứu như Hình 2.8 sau đây.



Hình 2.8: Mô hình của Chaudhary (2020)

Nguồn: Chaudhary (2020)

Đánh giá của tác giả về nghiên cứu này: Nghiên cứu của Chaudhary (2020) đã đóng góp quan trọng vào dòng nghiên cứu về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) ở cấp độ vi mô khi không chỉ kiểm định mối quan hệ trực tiếp giữa nhận thức CSR và hiệu suất làm việc của nhân viên (JP), mà còn tiến xa hơn trong việc khám phá các

điều kiện biên của mối quan hệ này. Cụ thể, nghiên cứu đề xuất rằng tác động của nhận thức CSR đến hiệu suất nhân viên sẽ mạnh mẽ hơn đối với những cá nhân coi trọng các hoạt động CSR của tổ chức. Cách tiếp cận này cho thấy nỗ lực làm rõ vai trò của yếu tố giá trị cá nhân trong việc điều chỉnh mối quan hệ giữa CSR và kết quả hành vi, qua đó bổ sung chiều sâu cho khung lý thuyết về CSR trong quản trị nguồn nhân lực.

Kết quả thực nghiệm cho thấy nhận thức CSR của nhân viên có ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa thống kê đến cả hiệu suất công việc và hành vi công dân tổ chức (OCB). Điều này khẳng định rằng khi nhân viên đánh giá cao các hoạt động trách nhiệm xã hội của tổ chức, họ có xu hướng gia tăng mức độ nỗ lực trong công việc cũng như sẵn sàng thực hiện các hành vi vượt trên vai trò chính thức. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu lại không tìm thấy bằng chứng ủng hộ vai trò điều tiết của mức độ coi trọng CSR của nhân viên đối với mối quan hệ giữa CSR và hiệu suất công việc. Phát hiện này cho thấy cơ chế tác động của CSR đến hiệu suất có thể không phụ thuộc mạnh vào sự khác biệt cá nhân về giá trị như giả định ban đầu, đồng thời mở ra hướng nghiên cứu tiếp theo nhằm khám phá các yếu tố điều tiết khác phù hợp hơn.

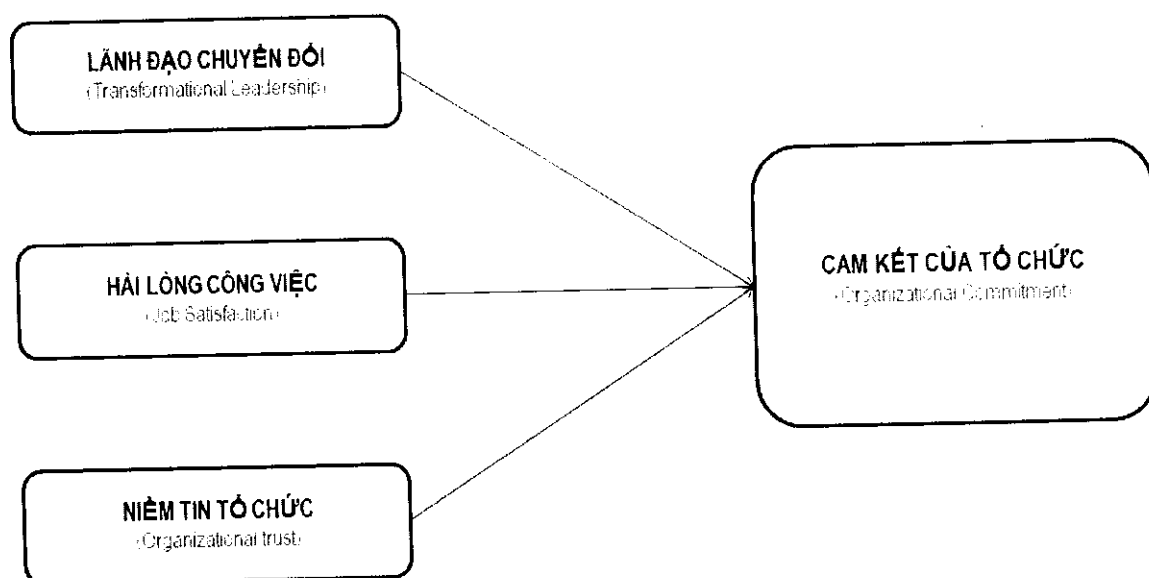
Một điểm đáng chú ý trong nghiên cứu của Chaudhary (2020) là việc đo lường CSR theo nhiều khía cạnh liên quan đến các bên liên quan, bao gồm CSR đối với xã hội và môi trường (phi xã hội), đối với nhân viên, đối với khách hàng và đối với chính phủ. Cách phân loại này giúp phản ánh tính đa chiều của CSR và cung cấp một khuôn khổ tương đối toàn diện để phân tích tác động của CSR đến hành vi và hiệu quả làm việc của nhân viên. Tuy nhiên, mô hình nghiên cứu chưa xem xét đến các biến quan trọng như danh tiếng tổ chức (OR) và niềm tin tổ chức (OT), vốn có thể đóng vai trò trung gian hoặc cơ chế chuyển hóa từ nhận thức CSR đến kết quả hành vi của nhân viên.

Trên cơ sở kế thừa những đóng góp lý thuyết và thang đo của Chaudhary (2020), luận án này sử dụng các khía cạnh CSR liên quan đến các bên liên quan làm nền tảng xây dựng công cụ khảo sát. Tuy nhiên, các thang đo sẽ được điều chỉnh và chuẩn hóa cho phù hợp với bối cảnh địa lý và đặc thù ngành nghề mà luận án tiến hành nghiên cứu. Đồng thời, mô hình nghiên cứu của luận án được mở rộng bằng cách tích hợp thêm các yếu tố như danh tiếng tổ chức, niềm tin tổ chức và phân tách rõ các kết quả hành vi, bao gồm kết quả định hướng nhiệm vụ và các chiều cạnh cụ thể của hành vi công dân tổ chức. Việc phát triển này kỳ vọng sẽ cung cấp một khung phân tích toàn

diện hơn về cơ chế tác động của CSR đến hiệu quả làm việc của nhân viên trong bối cảnh nghiên cứu mới.

2.3.1.8 Nghiên cứu của Top và cộng sự (2015)

Nghiên cứu của Top và cộng sự (2015) về các yếu tố lãnh đạo chuyển đổi, hài lòng công việc và niềm tin tổ chức tác động đến cam kết của tổ chức. Nghiên cứu được đăng trên Tạp chí quốc tế về quản lý nguồn nhân lực Tập 26. Nghiên cứu đã đưa ra được kết luận có sự khác biệt đáng kể giữa các yếu tố dự đoán về các khía cạnh của cam kết tổ chức (lãnh đạo chuyển đổi, sự hài lòng trong công việc và niềm tin vào tổ chức). và niềm tin của tổ chức có tác động đến cam kết tổng thể của tổ chức cũng như ba khía cạnh đối với nhân sự. Mô hình nghiên cứu thể hiện như Hình 2.9 sau đây.



Hình 2.9: Mô hình của Top và cộng sự (2015)

Nguồn: Top và cộng sự (2015)

Đánh giá của tác giả về nghiên cứu này: Trong nghiên cứu của Top và cộng sự (2015), các yếu tố lãnh đạo chuyển đổi, sự hài lòng trong công việc, niềm tin tổ chức và cam kết tổ chức được tích hợp trong cùng một mô hình nhằm làm rõ cơ chế tác động giữa phong cách lãnh đạo và các kết quả thái độ – hành vi của nhân viên. Nghiên cứu đặc biệt nhấn mạnh vai trò trung tâm của niềm tin tổ chức như một biến số có khả năng kết nối các yếu tố lãnh đạo với sự hài lòng và cam kết của nhân viên.

Yếu tố niềm tin tổ chức trong nghiên cứu được xây dựng dựa trên mô hình của Cummings và Bromiley (1996), trong đó niềm tin được định nghĩa là kỳ vọng rằng một cá nhân hoặc một nhóm sẽ hành xử một cách thiện chí, trung thực và tuân thủ các

cam kết, dù là cam kết rõ ràng hay ngầm định, đồng thời không lợi dụng người khác ngay cả khi có cơ hội. Trên cơ sở đó, niềm tin tổ chức được hiểu là mức độ mà nhân viên cảm nhận tổ chức của mình đáng tin cậy trong cả hiện tại và tương lai. Khi nhân viên tin tưởng vào tổ chức, họ không chỉ yên tâm về sự ổn định và định hướng phát triển của tổ chức mà còn sẵn sàng đầu tư nhiều hơn về mặt cảm xúc và nỗ lực trong công việc. Điều này góp phần nâng cao sự hài lòng trong công việc, năng suất và hiệu suất làm việc, phù hợp với các kết quả nghiên cứu trước đó (Akdere và cộng sự, 2012; Vineburgh, 2010).

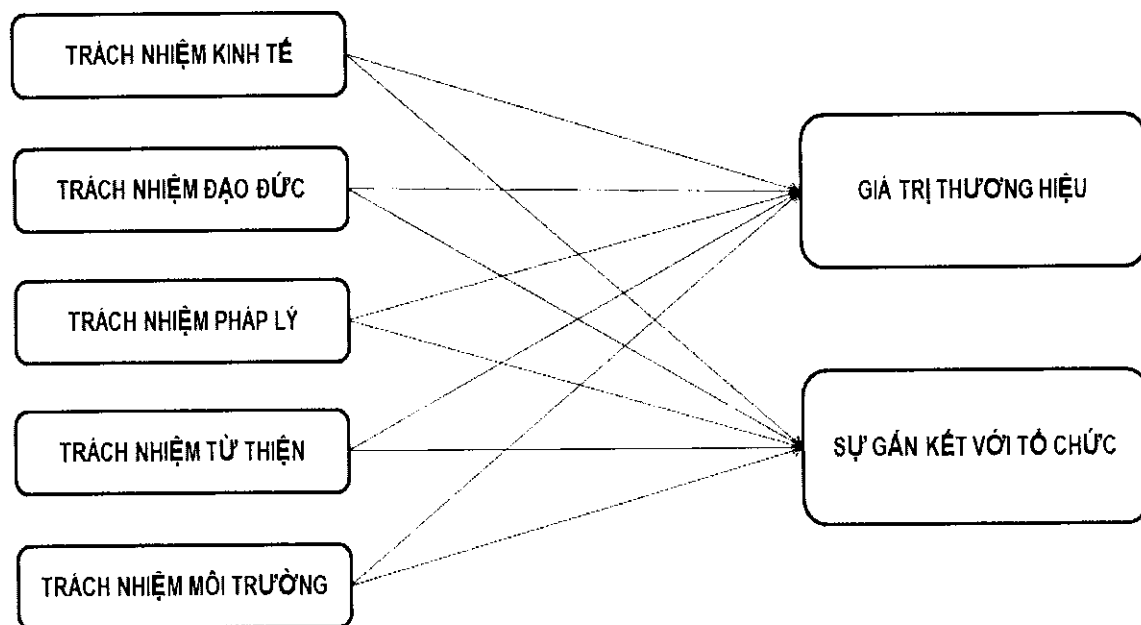
Giá trị của nghiên cứu Top và cộng sự (2015) không chỉ nằm ở việc khẳng định vai trò tích cực của niềm tin tổ chức đối với các kết quả công việc, mà còn ở việc cung cấp một thang đo có độ tin cậy và giá trị thực nghiệm cao về niềm tin tổ chức. Tuy nhiên, nghiên cứu chủ yếu tập trung vào bối cảnh lãnh đạo và thái độ công việc, chưa mở rộng sang các yếu tố như trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), danh tiếng tổ chức hay các kết quả hành vi cụ thể như hành vi công dân tổ chức và kết quả định hướng nhiệm vụ. Do đó, vẫn còn khoảng trống để tích hợp niềm tin tổ chức vào một mô hình rộng hơn liên quan đến nhận thức CSR và hiệu quả làm việc của nhân viên.

Trên cơ sở kế thừa nền tảng lý thuyết và thang đo của Top và cộng sự (2015) cũng như Cummings và Bromiley (1996), luận án này sử dụng khái niệm và cấu trúc thang đo niềm tin tổ chức làm nền tảng cho việc xây dựng công cụ khảo sát. Tuy nhiên, các mục đo lường sẽ được điều chỉnh và kiểm định lại nhằm đảm bảo sự phù hợp với bối cảnh nghiên cứu cụ thể của luận án. Việc tích hợp niềm tin tổ chức vào mô hình nghiên cứu mở rộng, kết nối với các yếu tố như trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, danh tiếng tổ chức và các kết quả hành vi – hiệu suất, kỳ vọng sẽ góp phần làm rõ hơn cơ chế tâm lý trung gian trong mối quan hệ giữa nhận thức CSR và hiệu quả làm việc của nhân viên.

2.3.2. Các nghiên cứu liên quan ở Việt Nam

2.3.2.1 Nghiên cứu của Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019)

Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019) nhằm phân tích tác động của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) đến giá trị thương hiệu và sự gắn kết với tổ chức dựa trên cảm nhận của người lao động tại các doanh nghiệp thủy sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long, nội dung nghiên cứu được đăng trên tạp chí Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ số 55. Mô hình được thể hiện trong Hình 2.11 sau đây.



Hình 2.10: Mô hình của Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019)

Nguồn: Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019)

Đánh giá của tác giả về nghiên cứu này: Nghiên cứu của Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019) đã tiếp cận trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) theo khuôn khổ truyền thống dựa trên các khía cạnh trách nhiệm kinh tế, pháp lý, đạo đức, từ thiện và môi trường. Trên nền tảng đó, nhóm tác giả phân tích mối quan hệ giữa CSR, giá trị thương hiệu và sự gắn kết tổ chức dưới góc độ cảm nhận của người lao động tại các doanh nghiệp thủy sản khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Cách tiếp cận này có ý nghĩa thực tiễn cao khi đặt CSR trong bối cảnh một ngành kinh tế đặc thù, chịu nhiều áp lực từ yêu cầu hội nhập, tiêu chuẩn xuất khẩu và phát triển bền vững.

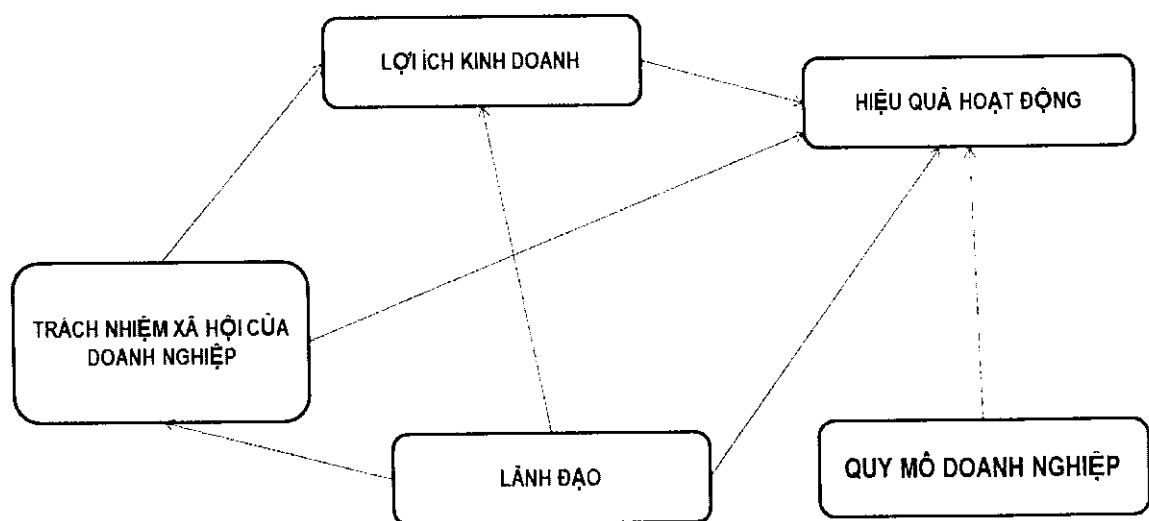
Kết quả nghiên cứu góp phần khẳng định vai trò của CSR trong việc nâng cao giá trị thương hiệu và thúc đẩy sự gắn kết của người lao động với tổ chức. Điều này cho thấy CSR không chỉ mang ý nghĩa bên ngoài đối với thị trường và cộng đồng, mà còn có tác động tích cực đến nhận thức và thái độ nội bộ của nhân viên. Tuy nhiên, mô hình nghiên cứu vẫn còn một số hạn chế nhất định. Thứ nhất, CSR được tiếp cận theo cấu trúc phân loại truyền thống mà chưa phân tích rõ theo hướng các bên liên quan, như trách nhiệm đối với chính phủ, nhân viên hay khách hàng, những chủ thể ngày càng có vai trò quan trọng trong quản trị hiện đại. Thứ hai, nghiên cứu chưa xem xét các yếu tố trung gian hoặc kết quả hành vi cụ thể như danh tiếng tổ chức, niềm tin tổ chức, kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) hay hành vi công dân tổ chức (OCB). Đặc

biệt, hành vi công dân tổ chức nếu được phân tích sâu theo hai chiều cạnh hành vi hướng đến cá nhân (OCB-I) và hành vi hướng đến tổ chức (OCB-O) có thể giúp làm rõ hơn cơ chế tác động của CSR đến hiệu quả làm việc.

Mặc dù còn tồn tại những hạn chế, nghiên cứu của Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019) vẫn có giá trị tham khảo quan trọng đối với luận án này, đặc biệt ở khía cạnh đo lường CSR trong bối cảnh doanh nghiệp tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Trên cơ sở kế thừa những đóng góp này, luận án mở rộng phạm vi phân tích bằng cách tiếp cận CSR theo hướng các bên liên quan, đồng thời tích hợp thêm các biến số như danh tiếng tổ chức, niềm tin tổ chức, kết quả định hướng nhiệm vụ và hành vi công dân tổ chức. Việc phát triển mô hình trong bối cảnh doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long không chỉ giúp kiểm định lại các kết quả trước đó trong một lĩnh vực khác biệt, mà còn kỳ vọng cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm về cơ chế tác động của CSR đến hiệu quả làm việc của nhân viên trong môi trường sản xuất có tính nhạy cảm cao về trách nhiệm xã hội và môi trường.

2.3.2.2 Nghiên cứu của Châu Thị Lệ Duyên (2018)

Nghiên cứu của Châu Thị Lệ Duyên (2018) nhằm phân tích tác động của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) đến giá trị thương hiệu và sự gắn kết với tổ chức dựa trên cảm nhận của người lao động tại các doanh nghiệp thủy sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long, nội dung nghiên cứu được đăng trên tạp chí Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ số 55. Mô hình được thể hiện trong Hình 2.12 sau đây.



Hình 2.11: Mô hình của Châu Thị Lệ Duyên (2018)

Nguồn: Châu Thị Lệ Duyên (2018)

Đánh giá của tác giả về nghiên cứu này: Nghiên cứu của Châu Thị Lệ Duyên (2018) đã tiếp cận mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp dưới góc độ tương đối toàn diện, kết hợp cả tác động trực tiếp và gián tiếp. Cụ thể, CSR được xem xét thông qua các khía cạnh liên quan đến môi trường, khách hàng, nhân viên, nhà cung ứng và cộng đồng địa phương. Hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp được đo lường bằng các chỉ số tài chính như ROS, ROE và ROA. Bên cạnh đó, nghiên cứu còn phân tích vai trò của lợi ích kinh doanh như một cơ chế trung gian, bao gồm lòng trung thành của khách hàng, lòng trung thành của nhân viên, danh tiếng doanh nghiệp và khả năng tiếp cận vốn. Đồng thời, yếu tố lãnh đạo được xem xét như một biến ảnh hưởng đến CSR, lợi ích kinh doanh và hiệu quả hoạt động.

Cách tiếp cận này cho thấy nỗ lực xây dựng một mô hình tích hợp giữa trách nhiệm xã hội và hiệu quả tài chính trong bối cảnh ngành thủy sản, một lĩnh vực chịu áp lực cao về tiêu chuẩn môi trường và trách nhiệm với cộng đồng. Nghiên cứu đã góp phần khẳng định rằng CSR không chỉ là nghĩa vụ đạo đức hay pháp lý mà còn có thể tạo ra giá trị kinh tế thông qua việc nâng cao danh tiếng và củng cố các mối quan hệ với các bên liên quan.

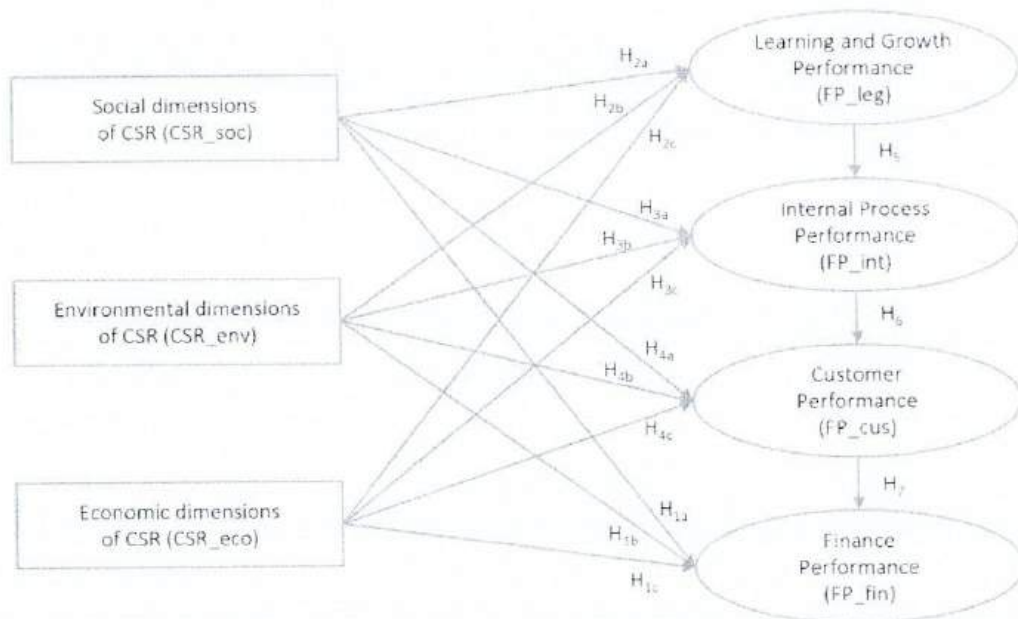
Tuy nhiên, nghiên cứu chủ yếu tiếp cận CSR và hiệu quả hoạt động ở cấp độ tổ chức, chưa phân tích sâu cơ chế tác động ở cấp độ vi mô, đặc biệt là nhận thức và hành vi của nhân viên như niềm tin tổ chức, hành vi công dân tổ chức hay kết quả định hướng nhiệm vụ. Ngoài ra, mặc dù danh tiếng doanh nghiệp được đề cập như một lợi ích kinh doanh, nghiên cứu chưa làm rõ vai trò của danh tiếng như một biến trung gian tâm lý – nhận thức giữa CSR và kết quả hành vi nội bộ.

Trên cơ sở kế thừa những đóng góp của Châu Thị Lệ Duyên (2018), luận án này tham khảo cách tiếp cận các khía cạnh CSR theo hướng các bên liên quan trong bối cảnh doanh nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long. Tuy nhiên, thay vì tập trung vào hiệu quả tài chính ở cấp độ tổ chức, luận án mở rộng phân tích sang cấp độ nhân viên bằng cách tích hợp các yếu tố như danh tiếng tổ chức, niềm tin tổ chức, hành vi công dân tổ chức và kết quả định hướng nhiệm vụ. Việc phát triển mô hình nghiên cứu trong bối cảnh doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long kỳ vọng sẽ cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm về cơ chế chuyển hóa từ trách

nhệm xã hội đến hiệu quả làm việc của nhân viên, đồng thời đóng góp bổ sung cho dòng nghiên cứu CSR trong bối cảnh Việt Nam.

2.3.2.3 Lê Hà Như Thảo và cộng sự (2023)

Lê Hà Như Thảo và cộng sự (2023) với đề tài: Tác động của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp - Bằng chứng từ Việt Nam. Mục đích của bài viết là đánh giá mối quan hệ giữa các khía cạnh kinh tế, xã hội và môi trường của CSR và hiệu quả hoạt động của công ty dựa trên thẻ điểm cân bằng. Mẫu bao gồm 336 doanh nghiệp Việt Nam (Đối tượng trả lời khảo sát là người lãnh đạo hiểu rõ hoạt động kinh doanh chung của doanh nghiệp và các hoạt động CSR như: Giám đốc điều hành, Tổng Giám đốc, Trưởng phòng Tài chính, hoặc Trưởng phòng CSR), không bao gồm các công ty tài chính. Giả thuyết cần chứng minh và mô hình trong Hình 2.13 của nghiên cứu.



Hình 2.12: Mô hình nghiên cứu của Lê Hà Như Thảo và cộng sự (2023)

Nguồn: Lê Hà Như Thảo và cộng sự (2023)

Các kết quả thực nghiệm của mô hình phương trình cấu trúc bình phương nhỏ nhất từng phần (PLS-SEM) chứng minh rằng CSR ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả hoạt động của công ty. Cụ thể: kết quả về tác động của CSR đến hiệu quả hoạt động của công ty dựa trên ước tính của mô hình cấu trúc. Thứ nhất, kết quả cho thấy 8 trong số 15 giả thuyết được chấp nhận ở mức ý nghĩa 1% do giá trị p nhỏ hơn 0,01 và giá trị t lớn hơn 2,57 (H1c, H2a, H2b, H3b, H3c, H5, H6 và H7). Bốn giả thuyết được ủng hộ ở mức ý nghĩa 5% vì giá trị p nhỏ hơn 0,05 và giá trị t cao hơn 1,96 (H1a, H2c, H3a và

H4a). Hai các giả thuyết được chấp nhận ở mức ý nghĩa 10% do giá trị p nhỏ hơn 0,1 và giá trị t lớn hơn 1,65 (H1b và H4c). Trong khi đó, kết quả bác bỏ H4b không đủ để kết luận tác động khía cạnh môi trường của CSR đến hiệu quả của khách hàng ($p = 0,369 > 0,1$, $t = 0,899$). Ngoài ra, người ta thấy rằng ba khía cạnh của CSR ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả học tập và phát triển, dẫn đến hiệu quả hoạt động quy trình nội bộ cao hơn và có tác động tích cực đến hiệu quả khách hàng và cuối cùng là hiệu quả tài chính (H5, H6 và H7 được chấp nhận).

Đánh giá của tác giả về nghiên cứu này: Nghiên cứu này đã tiếp cận trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) theo ba khía cạnh cốt lõi gồm kinh tế, xã hội và môi trường, đồng thời đánh giá tác động của CSR đến hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp dựa trên bốn phương diện của mô hình thẻ điểm cân bằng, bao gồm: hiệu quả học tập và phát triển, hiệu quả quy trình nội bộ, hiệu quả khách hàng và hiệu quả tài chính. Cách tiếp cận này cho thấy nỗ lực tích hợp giữa CSR và hệ thống đo lường hiệu quả hoạt động một cách tương đối toàn diện, giúp làm rõ giá trị chiến lược của CSR đối với sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

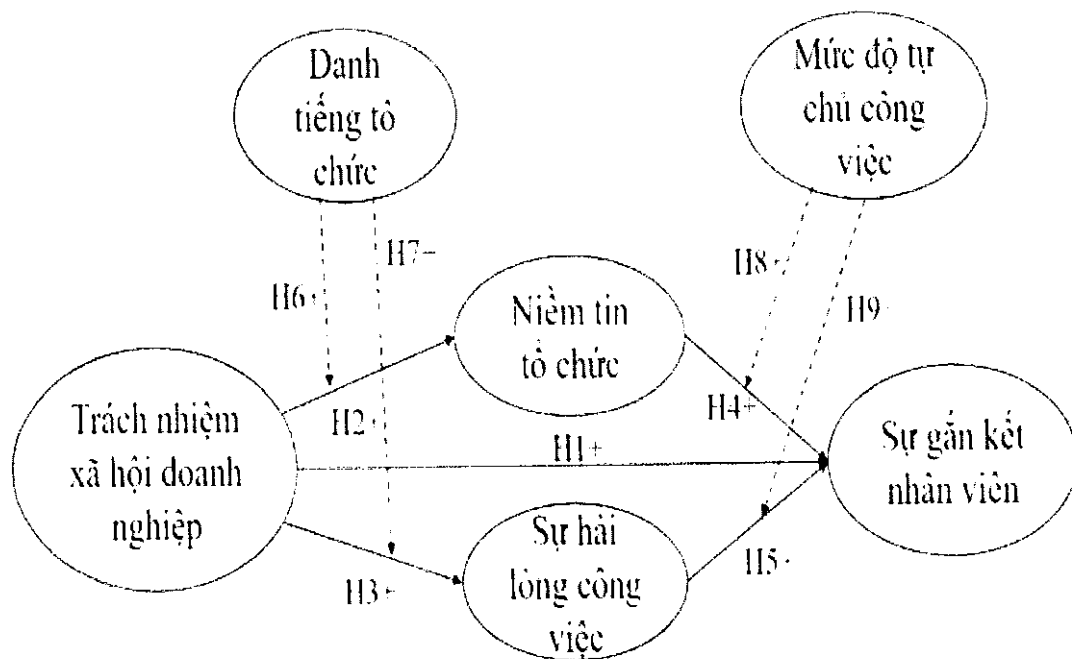
Việc lựa chọn đối tượng khảo sát là đội ngũ lãnh đạo doanh nghiệp giúp thu thập được các đánh giá mang tính chiến lược và tổng thể về hoạt động CSR và hiệu quả tổ chức. Tuy nhiên, cách tiếp cận này cũng tiềm ẩn nguy cơ thiên lệch nhận thức, do dữ liệu chủ yếu phản ánh góc nhìn của cấp quản lý mà chưa bao quát đầy đủ cảm nhận từ các cấp nhân viên hoặc các bên liên quan khác. Bên cạnh đó, quy mô mẫu nghiên cứu gồm 336 doanh nghiệp được xem là tương đối hạn chế so với tổng số doanh nghiệp đang hoạt động tại Việt Nam, do đó mức độ đại diện và khả năng khái quát hóa kết quả còn chưa cao. Việc sử dụng phương pháp lấy mẫu thuận tiện có thể dẫn đến sự phân bố mẫu chưa cân đối giữa các loại hình doanh nghiệp, quy mô hoặc khu vực địa lý, từ đó ảnh hưởng đến độ tin cậy và tính bao quát của kết quả nghiên cứu.

Ngoài ra, nghiên cứu chưa thực hiện so sánh sự khác biệt trong thực hiện CSR giữa các ngành nghề khác nhau. Trong bối cảnh mỗi ngành có đặc thù về mức độ tác động môi trường, yêu cầu pháp lý và áp lực từ các bên liên quan khác nhau, việc thiếu phân tích theo ngành có thể làm hạn chế khả năng xây dựng một bức tranh toàn diện và sâu sắc về thực trạng CSR tại Việt Nam. Tổng thể, nghiên cứu đã cung cấp cơ sở tham khảo quan trọng về mối quan hệ giữa CSR và hiệu quả hoạt động ở cấp độ tổ chức. Tuy nhiên, những hạn chế về quy mô mẫu, phương pháp chọn mẫu và phạm vi phân

tích mở ra nhu cầu tiếp tục mở rộng nghiên cứu theo hướng đa cấp, đa ngành và đa nguồn dữ liệu nhằm nâng cao tính khái quát và chiều sâu phân tích trong bối cảnh doanh nghiệp Việt Nam.

2.3.2.4 Trần Thị Ninh (2020)

Trần Thị Ninh (2020) với đề tài: nghiên cứu Ảnh hưởng của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến sự gắn kết nhân viên dưới vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức. Mục đích của bài viết này là xây dựng và kiểm chứng một mô hình lý thuyết về tác động của CSR đến sự gắn kết của nhân viên. Mô hình này được đánh giá thông qua vai trò trung gian của niềm tin trong tổ chức và sự hài lòng của nhân viên, được điều tiết bởi danh tiếng của tổ chức và mức độ tự chủ công việc trong ngành ngân hàng. Nghiên cứu này sử dụng một phương pháp hỗn hợp, bao gồm nghiên cứu định tính với sự tham gia của 15 người, bao gồm cuộc PV tay đôi và thảo luận nhóm; và nghiên cứu định lượng bằng phỏng vấn trực tiếp với 480 nhân viên làm việc trong lĩnh vực ngân hàng tại TP. Hồ Chí Minh. Lý thuyết nền được sử dụng là lý thuyết bản sắc xã hội, lý thuyết trao đổi xã hội và lý thuyết tín hiệu Hình 2.14



Hình 2.13: Mô hình nghiên cứu của Trần Thị Ninh (2020)

Nguồn: Trần Thị Ninh (2020)

Đánh giá của tác giả về nghiên cứu này: Kết quả kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) cho thấy các giả thuyết nghiên cứu đều được chấp nhận, qua đó khẳng định vai trò quan trọng của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR)

trong việc thúc đẩy các thái độ và hành vi tích cực của nhân viên. Cụ thể, nhận thức CSR có tác động trực tiếp và cùng chiều đến sự gắn kết nhân viên với hệ số chuẩn hóa tương đối cao ($\beta = 0,695$), cho thấy CSR là một trong những yếu tố nền tảng góp phần củng cố mối quan hệ giữa nhân viên và tổ chức. Đồng thời, CSR cũng tác động trực tiếp và tích cực đến niềm tin tổ chức ($\beta = 0,394$) và đặc biệt có ảnh hưởng mạnh đến sự hài lòng công việc ($\beta = 1,278$), phản ánh vai trò nổi bật của CSR trong việc hình thành các trạng thái tâm lý tích cực của người lao động. Bên cạnh đó, niềm tin tổ chức có tác động trực tiếp và mạnh mẽ đến sự gắn kết nhân viên ($\beta = 0,804$), trong khi sự hài lòng công việc cũng ảnh hưởng tích cực đến sự gắn kết ($\beta = 0,255$). Những kết quả này cho thấy niềm tin và sự hài lòng đóng vai trò trung gian quan trọng trong mối quan hệ giữa CSR và sự gắn kết nhân viên. Khi nhân viên cảm nhận được sự cam kết trách nhiệm xã hội của tổ chức, họ có xu hướng gia tăng niềm tin và sự hài lòng, từ đó củng cố mức độ gắn bó lâu dài với tổ chức.

Ngoài ra, nghiên cứu còn chỉ ra vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức trong mối quan hệ giữa CSR với niềm tin tổ chức và sự hài lòng công việc. Danh tiếng tích cực giúp tăng cường tác động của CSR đến các yếu tố tâm lý nội bộ, qua đó tạo hiệu ứng lan tỏa trong nhận thức của nhân viên. Đồng thời, mức độ tự chủ trong công việc được xác định là một điều kiện biên quan trọng ảnh hưởng đến niềm tin và sự gắn kết của nhân viên. Khi nhân viên có mức độ tự chủ cao, họ không chỉ cảm thấy tin tưởng và hài lòng hơn mà còn gia tăng sự gắn kết với tổ chức. Tự chủ công việc cũng đóng vai trò điều tiết trong mối quan hệ giữa sự hài lòng công việc và sự gắn kết, cho thấy yếu tố thiết kế công việc có ý nghĩa chiến lược trong quản trị nguồn nhân lực.

Tổng thể, nghiên cứu đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm thuyết phục về cơ chế tác động của CSR đến sự gắn kết nhân viên thông qua vai trò trung gian của niềm tin tổ chức và sự hài lòng công việc, đồng thời làm rõ vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức và mức độ tự chủ trong công việc. Những phát hiện này không chỉ đóng góp vào cơ sở lý thuyết về CSR ở cấp độ vi mô mà còn cung cấp hàm ý quản trị quan trọng cho các nhà lãnh đạo, đặc biệt trong lĩnh vực ngân hàng và các tổ chức tín dụng, trong việc xây dựng chiến lược CSR gắn với phát triển nguồn nhân lực bền vững.

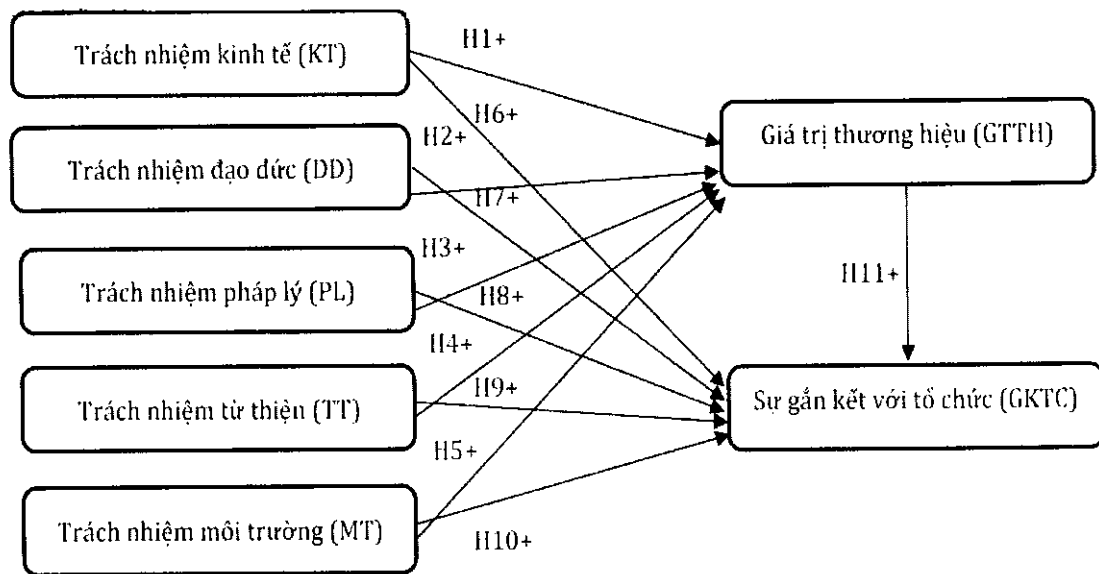
Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng đề xuất hệ thống thang đo có độ tin cậy và giá trị thực nghiệm cao, có thể được sử dụng và kiểm định lại trong các bối cảnh ngành nghề

và quốc gia khác nhau nhằm mở rộng hiểu biết về tác động của CSR đến các kết quả thái độ và hành vi của nhân viên.

2.3.2.5 Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019)

Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019) với đề tài nghiên cứu “Phân tích tác động của trách nhiệm xã hội đến giá trị thương hiệu và sự gắn kết tổ chức thông qua cảm nhận của người lao động tại các doanh nghiệp thủy sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long”. Mục tiêu của nghiên cứu là đánh giá tác động của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến giá trị thương hiệu và sự gắn kết với tổ chức, dựa trên cảm nhận của người lao động. Dữ liệu được thu thập từ 430 người lao động đang làm việc trong ngành thủy sản tại vùng Đồng bằng sông Cửu Long. Phương pháp chọn mẫu định ngạch được sử dụng để thu thập dữ liệu thông qua công cụ là bảng câu hỏi. Dữ liệu được phân tích bằng các phương pháp thống kê như phân tích mô tả, so sánh và tổng hợp. Các phương pháp kiểm định độ tin cậy và phân tích nhân tố khám phá EFA được sử dụng để xác định tính tin cậy và mối quan hệ giữa các biến. Phân tích hồi quy tuyến tính đa biến cũng được sử dụng để tìm hiểu sự tác động của các yếu tố đến sự gắn kết với tổ chức. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng: “năm yếu tố trách nhiệm kinh tế, đạo đức, pháp lý, từ thiện và môi trường đều có tác động tích cực đến sự gắn kết với tổ chức thông qua cảm nhận của người lao động. Giá trị thương hiệu cũng có tác động tích cực đến sự gắn kết với tổ chức của người lao động. Những kết quả này có thể được sử dụng làm cơ sở tham khảo cho các doanh nghiệp trong việc triển khai và thực hiện trách nhiệm xã hội để tăng cường sự gắn kết của người lao động với tổ chức”.

Điểm mới của nghiên cứu này là bổ sung thêm Trách nhiệm môi trường vào thành phần của CSR và kết quả là Trách nhiệm môi trường có tác động tích cực đến Giá trị thương hiệu và gắn kết tổ chức của người lao động. Thêm vào đó, Giá trị thương hiệu được các học giả nghiên cứu thông qua cảm nhận của khách hàng, nghiên cứu này lấy đối tượng là người lao động cảm nhận về Giá trị thương hiệu. Như vậy, có một mối quan hệ giữa CSR và Giá trị thương hiệu thông qua nghiên cứu thực nghiệm này. Đây là cơ sở để các DN muốn giữ chân người lao động, muốn nâng cao Giá trị thương hiệu thì cần coi CSR như là một chiến lược dài hạn.



Hình 2.14: Mô hình nghiên cứu của Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019)

Đánh giá của tác giả về nghiên cứu này: Bài viết tập trung phân tích tác động của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) đến giá trị thương hiệu và sự gắn kết tổ chức thông qua cảm nhận của người lao động tại các doanh nghiệp thủy sản khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Đây là một hướng tiếp cận có ý nghĩa thực tiễn cao, đặc biệt trong bối cảnh ngành thủy sản Việt Nam chịu nhiều áp lực về tiêu chuẩn môi trường, trách nhiệm cộng đồng và yêu cầu hội nhập quốc tế. Việc lựa chọn chủ đề này cho thấy tính thời sự và phù hợp với xu thế quản trị hiện đại, khi CSR ngày càng trở thành yếu tố chiến lược gắn liền với năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Một điểm mạnh đáng ghi nhận của nghiên cứu là đã phân tích tương đối chi tiết mối quan hệ giữa CSR với giá trị thương hiệu và sự gắn kết tổ chức. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc thực hiện các hoạt động trách nhiệm xã hội có thể góp phần nâng cao giá trị thương hiệu và củng cố mức độ gắn bó của người lao động. Điều này khẳng định vai trò kép của CSR: vừa tạo ra giá trị bên ngoài thông qua hình ảnh và uy tín thương hiệu, vừa tạo ra giá trị nội bộ thông qua thái độ và cảm nhận tích cực của nhân viên. Bên cạnh đó, khu vực địa lý và bối cảnh ngành nghề của nghiên cứu có nhiều điểm tương đồng với đề tài luận án đang thực hiện, do đó cung cấp cơ sở tham khảo hữu ích về cách tiếp cận và đo lường các biến số.

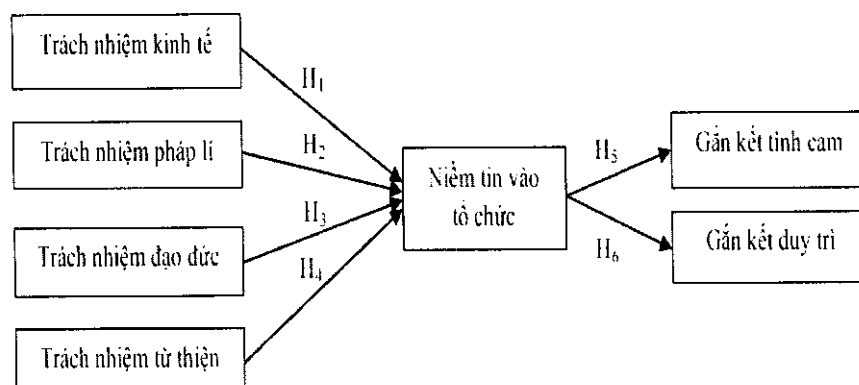
Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn tồn tại một số hạn chế cần được xem xét. Thứ nhất, phần trình bày phương pháp nghiên cứu chưa thực sự rõ ràng và chi tiết, đặc biệt là về

quy trình thu thập dữ liệu, kỹ thuật phân tích và kiểm định độ tin cậy và giá trị của thang đo. Điều này có thể làm giảm mức độ thuyết phục và khả năng đánh giá tính chặt chẽ về mặt phương pháp luận. Thứ hai, mô hình nghiên cứu chủ yếu xem xét tác động trực tiếp của CSR đến giá trị thương hiệu và sự gắn kết tổ chức, nhưng chưa làm rõ vai trò trung gian tiềm năng của giá trị thương hiệu trong mối quan hệ giữa CSR và sự gắn kết. Việc chưa phân tích cơ chế trung gian khiến mô hình chưa khai thác hết chiều sâu lý thuyết của mối quan hệ này. Cuối cùng, nghiên cứu có thể được củng cố hơn nếu bổ sung thêm dữ liệu thứ cấp hoặc minh họa thực tiễn về các hoạt động CSR cụ thể của doanh nghiệp thủy sản, qua đó làm rõ hơn bối cảnh và gia tăng tính thuyết phục cho kết quả phân tích.

Tổng thể, nghiên cứu đã cung cấp những bằng chứng thực nghiệm quan trọng về vai trò của CSR trong việc nâng cao giá trị thương hiệu và sự gắn kết tổ chức tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Tuy nhiên, những hạn chế về phương pháp và cấu trúc mô hình mở ra cơ hội để các nghiên cứu tiếp theo, trong đó có luận án này, tiếp tục phát triển mô hình theo hướng tích hợp sâu hơn các cơ chế trung gian, điều tiết và mở rộng phạm vi phân tích sang các ngành nghề khác trong cùng khu vực địa lý.

2.3.2.6 Hoàng Thị Phương Thảo và Huỳnh Long Hồ (2015)

Hoàng Thị Phương Thảo và Huỳnh Long Hồ (2015) với bài nghiên cứu Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, niềm tin và sự gắn kết với tổ chức của nhân viên ngân hàng. Nghiên cứu nhằm xác định các yếu tố trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tác động đến niềm tin và sự gắn kết đối với nhân viên trong lĩnh vực ngân hàng. Dữ liệu sử dụng trong nghiên cứu được thu thập từ mẫu gồm 295 nhân viên đang làm việc tại 5 ngân hàng thương mại cổ phần trên địa bàn TP.HCM



Hình 2.15: Mô hình của Hoàng Thị Phương Thảo và Huỳnh Long Hồ (2015)

Nguồn: Hoàng Thị Phương Thảo và Huỳnh Long Hồ (2015)

Các phương pháp mô tả thống kê, phân tích EFA, phân tích hồi quy được dùng để giải thích dữ liệu. Ba mô hình phân tích hồi quy tuyến tính được xây dựng và phân tích để kiểm tra giả thuyết rằng có sự tác động của nhận thức CSR của doanh nghiệp đến niềm tin và sự gắn kết của nhân viên với tổ chức. Mô hình hồi quy thứ nhất với các biến độc lập là 4 thành phần nhận thức của nhân viên về trách nhiệm xã hội mà tổ chức đã thực hiện và biến độc lập là niềm tin đối với tổ chức. Kết quả kiểm định các giả thuyết cho thấy cả 4 thành phần trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đều ảnh hưởng đáng kể đến niềm tin vào tổ chức của nhân viên. Tầm ảnh hưởng quan trọng của 4 yếu tố này được xếp theo thứ tự là: Trách nhiệm pháp lí ($\beta = 0,421$), trách nhiệm thiện nguyện ($\beta = 0,251$), trách nhiệm đạo đức ($\beta = 0,200$) và trách nhiệm kinh tế ($\beta = 0,136$). Tiếp theo, mối quan hệ có ý nghĩa cũng được tìm thấy của niềm tin vào tổ chức với 2 thành phần gắn kết tình cảm và gắn kết duy trì. Kết quả cho thấy niềm tin vào tổ chức của nhân viên có tác động đến gắn kết tình cảm ($\beta = 0,688$) và gắn kết duy trì đối với tổ chức ($\beta = 0,656$). Do đó, các giả thuyết đều được chấp nhận. Đồng thời nghiên cứu cũng gợi ý một số giải pháp quản trị cho các nhà quản lí ngân hàng trong việc nâng cao các hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

Đánh giá của tác giả về nghiên cứu này: Kết quả nghiên cứu đã khẳng định tác động tích cực của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) đến sự gắn kết của nhân viên, dựa trên nền tảng lý thuyết các bên liên quan. Theo đó, khi nhân viên hiểu rõ các chương trình và chiến lược CSR của ngân hàng, nhận thức được các tiêu chuẩn trách nhiệm đối với các bên liên quan và có cơ hội tự nguyện đóng góp năng lực của mình vào các hoạt động này, họ sẽ hình thành cái nhìn tích cực hơn về tổ chức. Sự đánh giá tích cực này không chỉ nâng cao hình ảnh ngân hàng trong nhận thức của nhân viên mà còn củng cố mong muốn gắn bó và đồng hành lâu dài với tổ chức.

Về phương diện lý thuyết, nghiên cứu đã đóng góp vào việc củng cố bằng chứng thực nghiệm cho mối quan hệ nhân quả giữa CSR và sự gắn kết của nhân viên trong bối cảnh thị trường Việt Nam, đặc biệt trong ngành ngân hàng. Đồng thời, nghiên cứu mở rộng khung phân tích bằng cách làm rõ cơ chế trung gian thông qua niềm tin tổ chức và sự hài lòng trong công việc, dựa trên lý thuyết trao đổi xã hội. Kết quả cho thấy khi nhân viên nhận thức rõ nỗ lực CSR của tổ chức, họ có xu hướng gia tăng niềm tin và sự hài lòng, từ đó sẵn sàng cống hiến nhiều hơn và tăng mức độ gắn

kết với ngân hàng. Điều này góp phần làm rõ chuỗi tác động tâm lý và hành vi từ nhận thức CSR đến kết quả thái độ nội bộ.

Đóng góp nổi bật của nghiên cứu nằm ở việc tích hợp các biến số CSR, niềm tin tổ chức, sự hài lòng công việc và sự gắn kết nhân viên trong một mô hình nhân quả tương đối hoàn chỉnh, qua đó làm phong phú thêm dòng nghiên cứu CSR ở cấp độ vi mô tại Việt Nam. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng nghiên cứu được thực hiện tại Thành phố Hồ Chí Minh và trong lĩnh vực ngân hàng – một ngành có đặc thù về mức độ cạnh tranh, yêu cầu minh bạch và chuẩn mực đạo đức cao. Do đó, khả năng khái quát hóa kết quả sang các ngành nghề khác hoặc khu vực địa lý khác có thể bị hạn chế. Sự khác biệt về văn hóa tổ chức, môi trường pháp lý và đặc điểm ngành có thể dẫn đến những biến thiên nhất định trong cường độ và cơ chế tác động của CSR đến sự gắn kết nhân viên.

Từ góc độ phát triển nghiên cứu, những hạn chế này mở ra nhu cầu kiểm định lại mô hình trong các bối cảnh ngành nghề và khu vực khác nhau, nhằm nâng cao tính khái quát và củng cố nền tảng lý thuyết về mối quan hệ giữa CSR và các kết quả thái độ và hành vi của nhân viên.

2.3.3. Bảng tổng hợp các nghiên cứu liên quan

Như đã trình bày tại mục 2.4, tổng quan các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đã được tiếp cận từ nhiều góc độ khác nhau, bao gồm giá trị thương hiệu, hiệu quả hoạt động, sự gắn kết tổ chức, niềm tin tổ chức, cam kết tổ chức cũng như các hành vi trong và ngoài vai trò của nhân viên. Tuy nhiên, mức độ tích hợp các biến số và chiều sâu phân tích giữa các nghiên cứu vẫn còn khác biệt đáng kể.

Trong bối cảnh Việt Nam, các nghiên cứu như Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019), Châu Thị Lệ Duyên (2018) và Nguyễn Phạm Tuyết Anh & Châu Thị Lệ Duyên (2019) chủ yếu tập trung vào tác động của CSR đến giá trị thương hiệu và hiệu quả hoạt động doanh nghiệp, đặc biệt trong khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Các nghiên cứu này tiếp cận CSR theo hướng đa chiều (kinh tế, pháp lý, đạo đức, môi trường...) và khẳng định rằng CSR có thể tạo ra lợi ích kinh doanh thông qua nâng cao uy tín, lòng trung thành của khách hàng và khả năng tiếp cận vốn. Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu này dừng lại ở cấp độ tổ chức, chưa đi sâu vào cơ chế tâm lý trung gian ở cấp độ nhân viên.

Một số nghiên cứu khác tại Việt Nam đã bắt đầu chuyển hướng sang phân tích ở cấp độ vi mô. Hoàng Thị Phương Thảo và Huỳnh Long Hồ (2015) nghiên cứu mối quan hệ giữa CSR, niềm tin và sự gắn kết tổ chức trong ngành ngân hàng. Trần Thị Ninh (2020) xem xét vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức trong mối quan hệ giữa CSR và sự gắn kết nhân viên. Lê Hà Như Thảo và cộng sự (2023) phân tích tác động của CSR đến hiệu quả hoạt động doanh nghiệp trong bối cảnh rộng hơn. Mặc dù đã có những bước tiến đáng kể, các nghiên cứu này vẫn chủ yếu xem xét từng mối quan hệ riêng lẻ, chưa tích hợp đầy đủ các cơ chế trung gian và điều tiết trong cùng một mô hình tổng thể.

Ở cấp độ quốc tế, các nghiên cứu có xu hướng tiếp cận sâu hơn về mặt lý thuyết và phương pháp. He và cộng sự (2019) phân tích vai trò trung gian của nhận dạng tổ chức trong mối quan hệ giữa CSR và hiệu suất nhiệm vụ (TP), hành vi công dân tổ chức (OCB). Tourigny và cộng sự (2019) làm rõ tác động của CSR và đạo đức lãnh đạo đến niềm tin tổ chức và OCB, trong đó phân tách rõ hành vi hướng đến cá nhân và hành vi hướng đến tổ chức. Kunda và cộng sự (2019) xem xét vai trò trung gian của sự hài lòng công việc; Ahmad và cộng sự (2020) nghiên cứu mối liên hệ giữa CSR, cam kết tổ chức và OCB thông qua niềm tin tổ chức; Chaudhary (2020) phân tích tác động của CSR đến các hành vi trong và ngoài vai trò của nhân viên; Yan và cộng sự (2022) mở rộng phân tích sang mối quan hệ giữa CSR, niềm tin và danh tiếng tổ chức trong bối cảnh phát triển bền vững; trong khi Nuryanto và cộng sự (2023) tiếp cận hành vi công dân tổ chức trong bối cảnh chuyển đổi số và đổi mới tổ chức.

Tổng hợp các công trình trên cho thấy ba xu hướng chính: (1) CSR có tác động tích cực đến các kết quả thái độ và hành vi của nhân viên; (2) niềm tin tổ chức, sự hài lòng công việc, cam kết tổ chức hoặc nhận dạng tổ chức thường đóng vai trò trung gian; (3) một số nghiên cứu đã bắt đầu xem xét vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức hoặc các yếu tố bối cảnh. Tuy nhiên, vẫn tồn tại những khoảng trống đáng chú ý.

Thứ nhất, tại Việt Nam, các nghiên cứu vi mô tích hợp đồng thời CSR, danh tiếng tổ chức, niềm tin tổ chức, kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) và hành vi công dân tổ chức (OCB) trong cùng một mô hình còn hạn chế. Thứ hai, việc phân tách rõ hành vi công dân tổ chức theo hai chiều cạnh OCB-I và OCB-O chưa được thực hiện phổ biến, dẫn đến việc chưa phản ánh đầy đủ bản chất đa chiều của hành vi công dân. Thứ ba, phần lớn các nghiên cứu tập trung vào ngành ngân hàng hoặc thủy sản, trong

khi các ngành sản xuất có mức độ nhạy cảm cao về môi trường và trách nhiệm xã hội như sản xuất thuốc bảo vệ thực vật chưa được phân tích sâu ở góc độ nhận thức và hành vi của nhân viên. Thứ tư, các nghiên cứu trong nước còn hạn chế về thiết kế đa nguồn dữ liệu và mở rộng so sánh theo ngành hoặc khu vực địa lý.

Chính vì vậy, việc xây dựng một mô hình tích hợp giữa CSR, danh tiếng tổ chức, niềm tin tổ chức và các kết quả hành vi hiệu suất của nhân viên trong bối cảnh doanh nghiệp sản xuất tại Đồng bằng sông Cửu Long là cần thiết cả về phương diện lý thuyết lẫn thực tiễn. Mô hình này không chỉ kế thừa các nền tảng nghiên cứu trước đây mà còn hướng đến lấp đầy khoảng trống về cơ chế trung gian và điều tiết, đồng thời mở rộng phạm vi ứng dụng sang một lĩnh vực sản xuất có tính đặc thù cao về trách nhiệm môi trường và xã hội.

Bảng 2.1: Tổng hợp các yếu tố liên quan trong các nghiên cứu Trong nước

Stt	Các tác giả	Phuong và cộng sự (2019)	Châu Thị Lê Duyên (2018)	Lê Hà Như Thảo và cộng sự (2023)	Trần Thị Ninh (2020)	Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019)	Nguyễn Phạm Tuyết Anh và Châu Thị Lê Duyên (2019)	Phuong Thảo và Huỳnh Long Hồ (2015)
I	Nhận thức trách nhiệm xã hội (PCSR)	-	-	-	-	-	-	-
II	Trách nhiệm xã hội (CSR)	☑	☑	-	☑	☑	☑	☑
1	CSR cho các bên liên quan xã hội	☑	-	-	-	-	-	-
2	CSR đối với nhân viên	-	-	-	-	-	-	-
3	CSR đối với khách hàng	-	-	-	-	-	-	-
4	CSR đối với chính phủ	☑	-	-	-	-	-	-
III	Danh tiếng của tổ chức (OR)	-	-	-	☑	-	-	-
IV	Niềm tin tổ chức (OT)	-	-	-	☑	-	-	☑
V	Kết Quả Định Hướng Nhiệm Vụ	-	-	-	-	-	-	-
VI	Quyền công dân trong Tổ chức (OCB)	-	-	-	-	-	-	-
1	Hành vi cá nhân (OCB-I)	-	-	-	-	-	-	-
2	Hành vi tổ chức (OCB-O)	-	-	-	-	-	-	-

Nguồn: Tác giả luận án tổng hợp

Bảng 2.2: Tổng hợp các yếu tố liên quan trong các nghiên cứu Ngoài nước

Stt	Các tác giả	Yan và cộng sự (2022)	Chaudhary (2020)	Ahmad và cộng sự (2020)	Kunda và cộng sự. (2019)	Tourigny và cộng sự (2019)	He và cộng sự (2019)	Top và cộng sự (2015)	Podsakoff và cộng sự (2009)	Organ (1988)	Turker (2009)	Agarwal và cộng sự (2018)	Janssen và cộng sự (2004)
I	Nhận thức trách nhiệm xã hội (PCSR)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
II	Trách nhiệm xã hội (CSR)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	✓	-	-
1	CSR cho các bên liên quan xã hội	-	-	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	CSR đối với nhân viên	-	-	✓	-	-	✓	✓	-	-	-	-	-
3	CSR đối với khách hàng	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4	CSR đối với chính phủ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
III	Danh tiếng của tổ chức (OR)	-	✓	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-
IV	Niềm tin tổ chức (OT)	✓	-	✓	-	✓	-	✓	-	-	-	-	-
V	Kết Quả Định Hướng Nhiệm Vụ	-	✓	-	-	-	✓	-	-	-	-	-	✓
VI	Quyền công dân trong Tổ chức (OCB)	-	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓	-	-	-
1	Hành vi cá nhân (OCB-I)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2	Hành vi tổ chức (OCB-O)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Nguồn: Tác giả luận án tổng hợp

2.3.3.1 Đánh giá tổng quan tài liệu và mô hình nghiên cứu

Tác giả luận án đã trình bày về các lý thuyết, tài liệu và nghiên cứu liên quan như trên, có thể thấy rằng, mối liên hệ, liên kết giữa các tổ chức, các bên liên quan, trách nhiệm xã hội, niềm tin tổ chức, hành vi công dân trong tổ chức và hiệu quả hoạt động nhiệm vụ ngày càng trở nên chặt chẽ và được quan tâm rất nhiều. Căn cứ cơ sở lý thuyết về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR); danh tiếng tổ chức (OR); niềm tin tổ chức (OT); kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP); hành vi công dân trong tổ chức (OCB), hành vi công dân trong tổ chức xét trên hành vi cá nhân (OCB-I) và xét trên hành vi tổ chức (OCB-O) đều được quan tâm nghiên cứu của nhiều nhà nghiên cứu trong và ngoài nước, trong nhiều lĩnh vực ngành khác nhau. Tuy nhiên, việc khai thác về các khía cạnh, thuộc tính căn cứ theo các thang đo gốc của lý thuyết tương ứng vẫn chưa đầy trong các nghiên cứu đã có trong và ngoài nước. Vì thế, sẽ cần rất nhiều các nghiên cứu mới nhằm nghiên cứu về những khía cạnh, thuộc tính mà trong mỗi thang đo gốc của lý thuyết tương ứng chưa được đề cập, nghiên cứu tới.

Sau đây, tác giả luận án xin trình bày tổng hợp về những nghiên cứu đối với lĩnh vực, khía cạnh, thuộc tính đã được quan tâm của các nhà nghiên cứu trong và ngoài nước, căn cứ trên thang đo Trách nhiệm xã hội (CSR) (Turker, 2009); Thang đo Danh tiếng của tổ chức (OR) (Agarwal và cộng sự, 2018), (Highhouse và cộng sự, 2003); Thang đo Niềm tin tổ chức (OT) (Top và cộng sự, 2015), (Pearce và cộng sự, 1994), Cummings và Bromiley (1996); Thang đo Kết Quả Định Hướng Nhiệm Vụ (IRTP) Thang đo Hành vi công dân trong Tổ chức (OCB) (Williams và Anderson, 1991), (Chaudhary, 2020).

2.3.3.2 Đối với Trách nhiệm xã hội (CSR)

Trách nhiệm xã hội (CSR) được quan tâm trong các nghiên cứu cũng khác nhau và đa dạng, khi căn cứ trên thang đo của Turker (2009) thì có thể thấy, các nghiên cứu vẫn chưa khai thác hết các khía cạnh và thuộc tính. Các nghiên cứu mới chỉ tập trung được một phần trong các khía cạnh, thuộc tính của thang đo nêu lên, cụ thể với nghiên cứu của Phương NT và cộng sự (2019) mới quan tâm tới Trách nhiệm kinh tế với các khía cạnh Liên tục nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ, Mức lương tương xứng với công sức của người lao động, Cố gắng tiết kiệm chi phí hoạt động, Tăng cường động lực làm việc cho người lao động, Chế độ khen thưởng hợp lý, Duy trì lòng trung thành của người lao động Cố gắng đạt được lợi nhuận tối ưu. Đối với

Trách nhiệm đạo đức mới quan tâm khía cạnh Cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác, Tuân thủ chuẩn mực đạo đức kinh doanh, Kinh doanh tuân thủ theo bộ qui tắc ứng xử, Không bóc lột sức lao động, Chính sách trả lương công bằng. Với Trách nhiệm pháp luật, quan tâm tới khía cạnh như Đáp ứng yêu cầu của khách hàng, Cung cấp một môi trường lao động an toàn theo đúng quy định của Nhà nước, Đáp ứng nhu cầu của người lao động. Trách nhiệm từ thiện, quan tâm khía cạnh Chính sách linh hoạt để người lao động cân bằng công việc và cuộc sống, Có chính sách hỗ trợ cho người lao động nghèo, Luôn có ý thức mạnh mẽ về việc thực hiện CSR, Luôn hỗ trợ chính quyền địa phương, Quan tâm hỗ trợ cải thiện đời sống người lao động, Góp phần nâng cao sức khỏe cộng đồng, Luôn khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động cộng đồng. Đối với Trách nhiệm môi trường, quan tâm tới khía cạnh Cố gắng giảm thiểu và tái sử dụng rác thải trong quá trình sản xuất, Cung cấp môi trường an toàn cho người lao động, Nỗ lực tránh gây ô nhiễm môi trường (khí thải độc hại, nước thải,...), Sử dụng trang thiết bị, nguyên vật liệu thân thiện với môi trường, Tuân thủ pháp luật về môi trường.

Với nghiên cứu của Châu Thị Lệ Duyên (2018), trách nhiệm xã hội được quan tâm về trách nhiệm với môi trường và cụ thể là các khía cạnh Giảm thiểu rác thải và tái chế nguyên vật liệu, phế liệu, Giảm thiểu trong khâu đóng gói Hạn chế ô nhiễm môi trường bằng biện pháp xử lý rác, nước thải, khí thải, tiếng ồn, Sử dụng nguyên, nhiên, vật liệu, phụ liệu thân thiện với môi trường, Tiết kiệm điện, nước và tài nguyên thiên nhiên trong sản xuất – kinh doanh.

Với nghiên cứu của Yan và cộng sự (2022), Yếu tố trách nhiệm xã hội được quan tâm tới khía cạnh môi trường và nhân viên vì quan điểm của Yan và cộng sự (2022) là cần quan tâm đặc biệt vào nhân viên sẽ giúp các công ty tạo dựng niềm tin của nhân viên, đây là một thành phần thiết yếu cho hoạt động bền vững lâu dài của tổ chức.

Chaudhary (2020), trách nhiệm xã hội được quan tâm dựa trên thang đo của Turker (2009a) để đo lường nhận thức gồm 17 mục đo lường trách nhiệm xã hội, tuy nhiên, Chaudhary (2020) quan tâm tới nhân viên, khách hàng, chính phủ và các bên liên quan xã hội và phi xã hội. Các hạng mục quan tâm về nhân viên như Công ty chúng tôi thực hiện các chính sách linh hoạt để mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên của mình, Với khách hàng mới quan tâm tới Sự hài

lòng của khách hàng là rất quan trọng đối với công ty chúng tôi, Với trách nhiệm xã hội đối với chính phủ thì quan tâm Công ty chúng tôi tuân thủ đầy đủ và kịp thời các quy định pháp luật, Đối với bên liên quan trong xã hội và phi xã hội mới quan tâm nội dung là Công ty chúng tôi đóng góp vào các chiến dịch và dự án thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội. Như vậy, ngay trong nghiên cứu của Chaudhary (2020), trách nhiệm xã hội cũng chưa thể thực hiện đầy đủ mối quan tâm về các mục của Turker (2009a), nhưng mới chỉ quan tâm được một số khía cạnh nhỏ trong đó, vẫn còn nhiều khía cạnh và nội dung trong thang đo 17 mục của Turker (2009a).

Trong nghiên cứu của Kunda và cộng sự (2019) nội dung trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp cũng được quan tâm tới các yếu tố trách nhiệm của doanh nghiệp với xã hội và môi trường; trách nhiệm của doanh nghiệp với nhân viên; trách nhiệm của doanh nghiệp với khách hàng; trách nhiệm của doanh nghiệp với chính phủ, tuy nhiên, các khía cạnh và thuộc tính cụ thể chi tiết so sánh với thang đo 17 mục của Turker (2009a) vẫn còn nhiều khía cạnh và thuộc tính chưa đề cập đến. cụ thể như khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động tình nguyện, khuyến khích nhân viên phát triển kỹ năng và sự nghiệp của họ, chính sách linh hoạt để mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên, hỗ trợ những nhân viên muốn học thêm, hoặc các khía cạnh về pháp luật như tuân thủ đầy đủ và kịp thời các quy định pháp luật hoặc về yếu tố phi xã hội có các thuộc tính, khía cạnh chưa được đề cập đến như giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường tự nhiên, quan tâm đến thế hệ tương lai, hỗ trợ các tổ chức phi chính phủ hoạt động trong các lĩnh vực. Cũng thế, trong nghiên cứu của He và cộng sự (2019), thang đo trách nhiệm xã hội được sử dụng theo thang đo 17 mục của Turker (2009a) nhưng kế thừa từ các nghiên cứu của Wu và cộng sự (2015) với sự tập trung vào các yếu tố trách nhiệm xã hội đối với chính phủ, trách nhiệm xã hội đối với khách hàng, trách nhiệm xã hội đối với xã hội và nhân viên. Các khía cạnh cụ thể như tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ và nâng cao chất lượng môi trường tự nhiên, đầu tư để tạo ra một cuộc sống tốt đẹp hơn cho thế hệ tương lai, cung cấp thông tin đầy đủ và chính xác về sản phẩm, dịch vụ tới khách hàng, quan tâm đến nhu cầu và mong muốn của nhân viên.

Tóm lại, đã có nhiều nghiên cứu quan tâm đến yếu tố Trách nhiệm xã hội (CSR) và căn cứ trên thang đo 17 mục của Turker (2009) có thể thấy, các nghiên cứu vẫn

chưa khai thác hết các khía cạnh và thuộc tính trong thang đo trong các khía cạnh Trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm xã hội, trách nhiệm với nhân viên và với chính phủ.

2.3.3.3 Đối với *Danh tiếng của tổ chức (OR)*

Danh tiếng của tổ chức doanh nghiệp là mối quan tâm hàng đầu của Ban Lãnh đạo, nhà đầu tư doanh nghiệp. Đó là tài sản vô hình và cũng là hữu hình giúp nâng cao sự hài lòng (Highhouse và cộng sự, 2009); (Văn Nhân, 2023) và lòng trung thành của khách hàng, thu hút và giữ chân nhân viên, vốn chủ sở hữu công ty và nhận thức của nhà đầu tư (Highhouse và cộng sự, 2009). Khi căn cứ thang đo 9 mục của Agarwal và cộng sự (2018) với nội dung cụ thể đối với doanh nghiệp, tổ chức về cung cấp các sản phẩm và dịch vụ, quan tâm đến khách hàng của mình, có những nhân viên đối xử lịch sự với khách hàng, ủng hộ những mục đích tốt đẹp mang lại lợi ích cho xã hội, đang nỗ lực tạo ra việc làm mới, có trách nhiệm với môi trường, là đối thủ cạnh tranh hàng đầu trên thị trường. là doanh nghiệp có triển vọng phát triển mạnh mẽ trong tương lai, tận dụng các cơ hội thị trường (Agarwal và cộng sự, 2018). Và thang đo của Highhouse và cộng sự (2003) với các khía cạnh tự hào khi làm việc tại công ty này, Công ty này là một nơi có uy tín để làm việc, Công ty rất nổi tiếng trên thị trường, Nhiều người muốn làm việc ở công ty này, danh tiếng công ty rất tốt, Đó là một công ty mà Anh/Chị ngưỡng mộ và tôn trọng (Highhouse và cộng sự, 2003). Với các nghiên cứu của các tác giả đã nêu trên như Phương NT và cộng sự (2019); Châu Thị Lệ Duyên (2018); Nuryanto và cộng sự (2023); Yan và cộng sự (2022); Chaudhary (2020); Ahmad và cộng sự (2020); Kunda và cộng sự. (2019); Tourigny và cộng sự (2019); He và cộng sự (2019); Top và cộng sự (2015), thì tác giả luận án cũng nhận ra rằng, còn nhiều khía cạnh và thuộc tính khi căn cứ trên các thang đo và lý thuyết để kiểm tra, vẫn chưa được đề cập tới. Trong nghiên cứu của Yan và cộng sự (2022), yếu tố danh tiếng tổ chức được quan tâm tới việc tổ chức, công ty tuân thủ các quyền của các bên liên quan. Và trong nghiên cứu của Kumari và cộng sự (2021), danh tiếng công ty là ấn tượng chung về công ty được các bên liên quan cảm nhận (Kucharska, 2020), hoạt động từ thiện của doanh nghiệp có thể nâng cao danh tiếng của công ty (Ahsan và cộng sự, 2020).

Tóm lại, danh tiếng của tổ chức doanh nghiệp là mối quan tâm hàng đầu của các lãnh đạo tổ chức, doanh nghiệp. Được xác định căn cứ theo thang đo của Agarwal và cộng sự (2018) sẽ gồm các khía cạnh: Tổ chức về cung cấp các sản phẩm và dịch vụ,

quan tâm đến khách hàng của mình, có những nhân viên đối xử lịch sự với khách hàng, ủng hộ những mục đích tốt đẹp mang lại lợi ích cho xã hội, đang nỗ lực tạo ra việc làm mới, có trách nhiệm với môi trường, là đối thủ cạnh tranh hàng đầu trên thị trường. là doanh nghiệp có triển vọng phát triển mạnh mẽ trong tương lai, tận dụng các cơ hội thị trường (Agarwal và cộng sự, 2018). Khi căn cứ theo thang đo của Highhouse và cộng sự (2003) sẽ gồm các khía cạnh tự hào khi làm việc tại công ty này, Công ty này là một nơi có uy tín để làm việc, Công ty rất nổi tiếng trên thị trường, Nhiều người muốn làm việc ở công ty này, danh tiếng công ty rất tốt, Đó là một công ty mà Anh/Chị ngưỡng mộ và tôn trọng (Highhouse và cộng sự, 2003) và theo Abbas, (2020b) thì danh tiếng của tổ chức có được khi các doanh nghiệp công ty tự nguyện kết hợp các sáng kiến môi trường và xã hội vào hoạt động kinh doanh của mình, điều đó được gọi là Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (Abbas, 2020b).

2.3.3.4 Đối với Niềm tin tổ chức (OT)

Như nội dung tác giả luận án đã trình bày phía trên về Niềm tin tổ chức, thì hiểu rằng, niềm tin tổ chức được nhìn nhận từ mối tương quan giữa nhân viên đối với tổ chức doanh nghiệp và xã hội nói chung đối với tổ chức doanh nghiệp. Như Podsakoff và cộng sự. (1990) chỉ ra rằng, niềm tin tổ chức là mức độ mà nhân viên tin tưởng vào cấp trên và đồng nghiệp của mình. George và cộng sự (2020) nói lên rằng, niềm tin tổ chức doanh nghiệp là mối quan hệ trao đổi xã hội. Khi căn cứ theo thang đo 8 mục về niềm tin tổ chức của Top và cộng sự (2015) thì các khía cạnh được đề cập đến như:: Tổ chức, doanh nghiệp nói sự thật trong các cuộc đàm phán, tổ chức, doanh nghiệp luôn đáp ứng các nghĩa vụ đã đàm phán, tổ chức, doanh nghiệp này đáng tin cậy, tổ chức, doanh nghiệp này đàm phán với chúng tôi một cách trung thực, tổ chức, doanh nghiệp uôn giữ lời, tổ chức này không đánh lừa chúng tôi, tổ chức này thương lượng các kỳ vọng chung một cách công bằng và tổ chức này cố gắng hoàn thành các cam kết đưa ra (Top và cộng sự, 2015). Nếu căn cứ vào thang đo 9 mục của niềm tin của nhân sự đối với tổ chức của Pearce, Branyiczki và Bakacsi (1994) thì các khía cạnh sẽ gồm: Các chính sách nhân sự cho thấy tổ chức này có niềm tin vào nhân viên của họ, Hoạt động nhân sự thể hiện lòng tin hoặc mất lòng tin đối với nhân viên, Chính sách nhân sự của tổ chức này khuyến khích sự thiên vị, các chính sách nhân sự có vẻ khuyến khích sự hợp tác giữa các nhân viên. Chính sách nhân sự dường như đang đi ngược lại việc tạo ra 'tinh thần đồng đội', Hệ thống đánh giá hiệu suất cho

thấy tổ chức này tin tưởng nhân viên của họ, Hệ thống nhân sự dường như khiến tôi khó đạt được mục tiêu hơn, Các phương pháp đo lường hiệu suất ở đây dường như tạo ra sự ngờ vực và bất mãn trong nhân viên. Chính sách trả lương của tổ chức này khuyến khích sự hợp tác (Pearce, Branyiczki và Bakacsi, 1994).

Khi nhìn nhận vào tài liệu và các nghiên cứu của các nhà nghiên cứu, tác giả luận án nhận thấy, dù các nghiên cứu vẫn quan tâm yếu tố niềm tin tổ chức, tuy nhiên, vẫn còn nhiều khía cạnh, thuộc tính trong yếu tố niềm tin tổ chức chưa được đề cập, khai thác tới. Như nghiên cứu của Yan và cộng sự (2022) đã kế thừa thang đo niềm tin tổ chức của Mayer và Davis (1999), và niềm tin tổ chức được quan tâm tới các khía cạnh và thuộc tính như: Nếu tôi làm theo cách của mình, tôi sẽ không để ban lãnh đạo có bất kỳ ảnh hưởng đến các vấn đề quan trọng đối với tôi. Tôi sẵn sàng để lãnh đạo có toàn quyền kiểm soát về tương lai của tôi ở công ty này. Tôi thực sự ước mình có một cách tốt để theo dõi hàng đầu sự quản lý. Tôi cảm thấy thoải mái khi giao cho ban lãnh đạo nhiệm vụ hoặc vấn đề quan trọng đối với tôi, ngay cả khi tôi không thể giám sát họ hành động. Đối với nghiên cứu của Ahmad và cộng sự (2020), niềm tin tổ chức đã quan tâm tới các khía cạnh và thuộc tính như với tư cách là người hòa giải, như sự sẵn sàng của một bên để bị tổn thương trước hành động của một bên khác dựa trên kỳ vọng rằng bên kia sẽ thực hiện một hành động cụ thể quan trọng đối với người được ủy thác bất kể khả năng giám sát hoặc kiểm soát bên kia (Aryee và cộng sự, 2002). Sự tin cậy là sự phản ánh niềm tin của một người rằng hành động của một bên khác sẽ có lợi chứ không gây bất lợi cho lợi ích của chính mình. Nhân viên theo dõi chặt chẽ việc thực hành đạo đức của tổ chức của họ. Niềm tin là một thuộc tính cơ bản của các mối quan hệ việc làm bền chặt và lành mạnh.

Cũng trong nghiên cứu của Ahmad và cộng sự (2020), với quan điểm về niềm tin tổ chức được nêu trên, thì Ahmad và cộng sự (2020), đã sử dụng thang đo 5 mục của Garbarino và Johnson (1999) để đo lường niềm tin tổ chức với thuộc tính, khía cạnh là tổ chức đáp ứng sự mong đợi của cá nhân. Với Aryee và cộng sự (2002); Hansen và cộng sự (2011) thì xem niềm tin của nhân viên với tổ chức là một mối quan hệ việc làm bền chặt đòi hỏi sự trao đổi tích cực giữa các bên tham gia vào mối quan hệ (Aryee và cộng sự, 2002; Hansen và cộng sự, 2011).

Tóm lại, đã có nhiều các nhà nghiên cứu quan tâm đến yếu tố niềm tin tổ chức như Podsakoff và cộng sự (1990); George và cộng sự (2020); Yan và cộng sự

(2022); Mayer và Davis (1999); Ahmad và cộng sự (2020); (Aryee và cộng sự, 2002); Garbarino và Johnson (1999); Aryee và cộng sự (2002); Hansen và cộng sự (2011) tuy nhiên, tác giả luận án căn cứ trên thang đo 9 mục của Pearce, Branyiczki và Bakacsi (1994) và thang đo niềm tin tổ chức 8 mục của Top và cộng sự (2015) thì thấy rằng, còn rất nhiều các thuộc tính và khía cạnh chưa được quan tâm tới trong các nghiên cứu, đó vẫn là những điểm cần khai thác thực hiện, đó vẫn là những khoảng trống cho các nghiên cứu tiếp theo.

2.3.3.5 Đối với Kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP)

Định hướng mục tiêu là hướng đến một hành động cụ thể, mục tiêu hướng sự chú ý của cá nhân tới các hành động liên quan đến mục tiêu và tạo ra một khuôn khổ để giải thích với các sự kiện và kết quả liên quan (Dweck và Leggett, 1988). Những cá nhân định hướng vào hiệu suất có xu hướng tin rằng làm việc chăm chỉ không dẫn đến cải thiện hiệu suất, làm việc chuyên môn với năng lực thấp và những người thực hiện kém không có đủ các thuộc tính cần thiết sẽ không làm tốt công việc của mình (Dweck, 2013). Theo Elliot và Church (1997) đã đề xuất khái niệm về thành tích mục tiêu bằng cách chia đôi định hướng hiệu suất thành định hướng tiếp cận hiệu suất và định hướng né tránh hiệu suất, họ lập luận rằng các cá nhân định hướng vào hiệu suất có thể được thúc đẩy để làm tốt hơn người khác và để chứng minh tính ưu việt của họ, hoặc để tránh thất bại và tránh tỏ ra kém cỏi, tương ứng. (Elliot và Church, 1997; Vandewalle, 1997). Với lý thuyết mục tiêu thành tích của Elliot (2005) đã nêu lên rằng, với những người có định hướng làm chủ và những người có định hướng hiệu suất công việc, đều được thúc đẩy mạnh mẽ để đạt được các mục tiêu hiệu suất tương ứng mong muốn của họ (Elliot, 2005).

Với các nghiên cứu tác giả luận án đã lược khảo và nêu trên như Phương NT và cộng sự (2019); Châu Thị Lệ Duyên (2018); Nuryanto và cộng sự (2023); Yan và cộng sự (2022); Chaudhary (2020); Ahmad và cộng sự (2020); Kunda và cộng sự. (2019); Tourigny và cộng sự (2019); He và cộng sự (2019); Top và cộng sự (2015); Podsakoff và cộng sự (1990); Organ (1988); Turker (2009); Agarwal và cộng sự (2018); Janssen và Van Yperen (2004) thì thấy rằng, nghiên cứu của Chaudhary (2020) tập trung nghiên cứu vào Kết quả định hướng nhiệm vụ với kết quả có được là nhân viên nhạy cảm hơn với trách nhiệm pháp lý của các tổ chức, có thể phản ứng tích cực với khía cạnh pháp lý, nâng cao hiệu suất công việc và thể hiện các hành vi

công dân có liên quan đến tổ chức. Với He và cộng sự (2019) thì mối quan tâm kết quả định hướng nhiệm vụ, hiệu suất công việc được tập trung vào hiệu suất công việc cá nhân trong tổ chức, căn cứ vào chất lượng và số lượng công việc được yêu cầu bởi bản mô tả công việc và được nhân viên thực hiện, Các biện pháp thực hiện nhiệm vụ tập trung vào chất lượng nhiệm vụ, hiệu quả với cụ thể là Chất lượng cao, ít sai sót và độ chính xác cao trong trách nhiệm công việc chính, thực hiện nhanh chóng và số lượng lớn trong các trách nhiệm chính, Đạt được mục tiêu cao trong những công việc quan trọng.

Khi căn cứ trên thang đo của Janssen và Van Yperen (2004) tập trung quan tâm tới kết quả định hướng nhiệm vụ, hiệu suất công việc qua việc người lao động này luôn hoàn thành các nhiệm vụ được nêu trong bản mô tả công việc của mình, người lao động này đáp ứng tất cả các yêu cầu thực hiện chính thức của công việc, người lao động này hoàn thành mọi trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu, Người lao động này không bao giờ bỏ qua các khía cạnh của công việc mà họ có nghĩa vụ phải thực hiện. Người công nhân này thường không thực hiện được những nhiệm vụ thiết yếu. Với Farh, Dobbins và Cheng (1991). Thì quan tâm tới 3 khía cạnh thuộc tính là chất lượng công việc sự hoàn hảo, không có sai sót, độ chính xác trong công việc, cảm nghĩ về hiệu quả công việc với Hiệu suất thấp, Hiệu suất xuất sắc và thuộc tính đúng thời hạn, thì tác giả luận án thấy rằng, các nghiên cứu trước đây cùng quan tâm tới yếu tố kết quả định hướng công việc, chưa khai thác hết các khía cạnh, thuộc tính như Janssen và Van Yperen (2004). Farh, Dobbins và Cheng (1991). đã nêu. Như thế, có thể nhận thấy, còn nhiều khía cạnh và thuộc tính trong yếu tố này cần được khai thác và kiểm nghiệm thực tế ở nhiều lĩnh vực ngành khác nhau.

Tóm lại, với trình bày nêu trên của tác giả luận án, có thể thấy rằng, rất nhiều nhà nghiên cứu trước đây đã thực hiện sự quan tâm đến yếu tố định hướng kết quả nhiệm vụ, mục tiêu công việc trong tổ chức, tuy nhiên, các khía cạnh và thuộc tính của yếu tố được khai thác rất ít hoặc chưa bao phủ khắp các lĩnh vực ngành khi căn cứ trên thang đo của Janssen và Van Yperen (2004), Farh, Dobbins và Cheng (1991) làm cơ sở. Chính vì thế, tác giả luận án thiết nghĩ, cần có nhiều thêm các nghiên cứu để kiểm định các thuộc tính và khía cạnh chưa được quan tâm tới trong nhiều lĩnh vực ngành khác nhau, và thấy rằng, đó vẫn là những khoảng trống, khía cạnh mới cho các nghiên cứu tiếp theo.

2.3.3.6 Kết quả công việc của nhân viên (EWR)

Kết quả công việc của nhân viên (EWR) được Story và Castanheira (2019) nhắc đến như là trách nhiệm cơ bản mà nhân viên có trách nhiệm phải làm xong để nhận lấy phần thù lao phù hợp của họ. Theo Svyantek và cộng sự (1999) nêu lên kết quả công việc như mục tiêu mà nhân viên nói riêng và người lao động nói chung phải đạt được, đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc. Cũng theo nhìn nhận của Castanheira và Story (2019) thì kết quả công việc cũng được đề cập đến như hành vi hướng tới các nhiệm vụ, công việc và trách nhiệm chính thức được đề cập, nêu trong mô tả công việc của họ. Hakim (2020); Dewa (2023) thì nêu lên rằng, hiệu quả công việc là khả năng của một nhân viên để làm tốt công việc của họ. Trong một lập luận khác, Sutrisno (2010) nói kết quả công việc gắn liền với tổ chức mục tiêu, cụ thể là đạt được kết quả tốt hơn, có xu hướng bỏ qua những khía cạnh quan trọng nhất của toàn bộ quá trình, cụ thể là con người tài nguyên. Trong nghiên cứu về hiệu quả, nguồn nhân lực và hành vi của con người luôn phải được coi là trọng tâm chính, và những nỗ lực để cải thiện hiệu quả luôn phải bắt đầu bằng kiểm tra hành vi của con người tại nơi làm việc. Với Soetopo và Kamsyach (2012), lập luận rằng: Hiệu quả là một nỗ lực hợp tác (giữa các cá nhân) liên quan đến việc thực hiện có thể đạt được mục tiêu trong một hệ thống và nó là được xác định bởi doanh nghiệp nhằm mục đích đáp ứng nhu cầu của hệ thống chính nó. Dewi (2012); Prawirosentono (2000) và Sutrisno (2010) cũng lập luận rằng hiệu quả là một nỗ lực hợp tác giữa các cá nhân trong cùng tổ chức, liên quan đến việc thực hiện có thể đạt được mục tiêu trong một tổ chức, hệ thống, và đó là được xác định nhằm đáp ứng nhu cầu của chính tổ chức hệ thống. Đối với Bouckenooghe và cộng sự (2013); Goodman và Svyantek (1999) và Dewa (2023) hiệu quả công việc có thể được bắt nguồn từ khả năng của một nhân viên đạt được mục tiêu của họ trong giới hạn thời gian trong bối cảnh của một công việc hoặc tổ chức, Tuy nhiên, khi đánh giá về kết quả công việc, Bouckenooghe và cộng sự (2013) quan tâm tới mục tiêu công việc, hiệu suất công việc, nhiệm vụ liên quan và trách nhiệm của nhân viên đối với nhiệm vụ được giao. Goodman và Svyantek (1999) quan tâm tới mức hoàn thành nhiệm vụ, trách nhiệm được quy định trong mô tả công việc. nhiệm vụ cấp trên mong muốn, đáp ứng yêu cầu chính của công việc. Trong thang đo về kết quả công việc của mình, Bouckenooghe và cộng sự (2013) đã nhìn nhận kết quả công việc ở nhiều khía cạnh khác nhau như yêu cầu thực

hiện chính thức của công việc, đạt được các mục tiêu của công việc, sự đáp ứng các tiêu chí, thực hiện chuyên môn liên quan công việc. Bên cạnh đó, Bouckennooghe và cộng sự (2013) còn đề cập thêm về khả năng quản lý nhiều trách nhiệm công việc ở mức cao khi được giao, đồng thời quan tâm đến năng lực có trong mọi lĩnh vực công việc, cách xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo, đáp ứng mọi yêu cầu công việc.

Tóm lại, Kết quả công việc của nhân viên (EWR) có thể hiểu rằng, đó là trách nhiệm cơ bản mà nhân viên có trách nhiệm phải làm xong vì kết quả công việc như mục tiêu mà nhân viên nói riêng và người lao động nói chung phải đạt được nhằm đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc, kết quả đó gắn liền với mục tiêu của tổ chức, mọi thành viên đạt được kết quả công việc, hiệu quả công việc tốt, cần hết sức cố gắng đồng thời phối hợp tác giữa các cá nhân trong cùng tổ chức với nhau, đúng như Soetopo và Kamsyach (2012) đã nói, Kết quả công việc là một nỗ lực hợp tác giữa các cá nhân có liên quan với nhau trong một tổ chức, nhờ đó việc thực hiện có thể đạt được kết quả mục tiêu trong một hệ thống. Kết quả công việc cũng nhìn nhận thêm về cả khả năng, năng lực, cách xử lý công việc cách thành thạo, đáp ứng yêu cầu công việc, mục tiêu công việc của tổ chức.

2.3.3.7 Đối với Hành vi công dân trong tổ chức (OCB)

Hành vi công dân trong tổ chức, theo Organ (1988); Konovsky và Organ (1996) sẽ gồm 5 loại: Tận tâm, tinh thần thể thao, lịch sự, vị tha và đạo đức công dân. Các thuật ngữ khác sau đó được sử dụng làm từ đồng nghĩa với Hành vi công dân trong tổ chức như “tính tự phát của tổ chức” và “hành vi ngoài vai trò”. Tuy nhiên LePine, Erez, và Johnson (2002); Williams và Anderson (1991) đã đưa ra nhìn nhận với Hành vi công dân trong tổ chức cấu thành bởi hai yếu tố, Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tương tác ở cấp độ tổ chức (OCB-O) và Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tương tác ở cấp độ cá nhân với nhau (OCB-I).

Với quá trình tổng hợp tài liệu, thấy rằng, có nhiều nhà nghiên cứu quan tâm nghiên cứu tới yếu tố Hành vi công dân trong tổ chức (OCB) như Nuryanto và cộng sự (2023); Chaudhary (2020); Ahmad và cộng sự (2020); Kunda và cộng sự. (2019); Tourigny và cộng sự (2019); He và cộng sự (2019); Nuryanto và cộng sự (2023); Organ (1988). Chính Organ (1988) đã đề xuất một mô hình Hành vi công dân trong tổ chức gồm 5 phần bao gồm lòng vị tha, lịch sự, lương tâm, đạo đức công dân và tinh thần thể thao. Và tinh thần thể thao có thể được xem là sự đồng ý của nhân viên

trước những điều kiện bất lợi mà không đưa ra bất kỳ khiếu nại nào. Đạo đức công dân là thái độ đại diện cho việc nhân viên dành sự quan tâm sâu sắc đến tuổi thọ của họ. Học viện; và sự tận tâm là hành vi được người lao động áp dụng cho thấy rằng nhân viên thừa nhận và tuân theo các hướng dẫn, quy ước và biện pháp do tổ chức ban hành.

Khi căn cứ vào thang đo của Chaudhary (2020) về Hành vi công dân trong tổ chức thì thấy mối quan tâm của Chaudhary (2020) về các khía cạnh như tham dự các sự kiện không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh tổ chức, theo kịp sự phát triển trong tổ chức, bảo vệ tổ chức khi các nhân viên khác chỉ trích tổ chức, thể hiện niềm tự hào khi đại diện cho tổ chức trước công chúng, đưa ra ý tưởng để cải thiện hoạt động của tổ chức, thể hiện lòng trung thành với tổ chức, thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn, thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức (Chaudhary, 2020). Với thang đo Hành vi công dân trong tổ chức của Williams và Anderson (1991) thì thấy mối quan tâm được phân chia rõ về hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tương tác ở cấp độ tổ chức (OCB-O) sẽ gồm các khía cạnh và thuộc tính như: Sự tham gia làm việc vượt quá định mức, Báo trước khi không thể đến làm việc, Nghỉ làm không đáng có, Dành nhiều thời gian cho các cuộc trò chuyện qua điện thoại cá nhân, Phàn nàn về những điều không đáng kể ở nơi làm việc, Tuân thủ các quy tắc không chính thức được đặt ra để duy trì trật tự. Với Hành vi công dân trong tổ chức hướng vào tương tác ở cấp độ cá nhân với nhau (OCB-I) thì mối quan tâm gồm các khía cạnh và thuộc tính như: Giúp đỡ những người vắng mặt, Giúp đỡ người khác khi có khối lượng công việc nặng nhọc, Hỗ trợ người giám sát trong công việc của mình (khi không được yêu cầu), Dành thời gian lắng nghe những vấn đề và lo lắng của đồng nghiệp, Luôn nỗ lực giúp đỡ nhân viên mới, Quan tâm đến các nhân viên khác, Truyền thông tin cho đồng nghiệp (Williams và Anderson, 1991).

Đối với nghiên cứu của Kunda và cộng sự (2019), Hành vi công dân của tổ chức được đo lường bằng thang đo 24 mục, được phát triển bởi Podsakoff và cộng sự (1990), dựa trên năm chiều của Hành vi công dân của tổ chức của Organ (1988) và thang đo được phát triển bởi Podsakoff và cộng sự (1990). Thang đo 24 mục bao gồm năm thang đo phụ: lòng vị tha, sự tận tâm, tinh thần thể thao, lịch sự và đạo đức công dân. Tuy nhiên, kết quả phân tích tổng hợp về chiều Hành vi công dân của tổ chức của của LePine và cộng sự (2002) gợi ý rằng các nhà nghiên cứu nên tránh tập trung

vào một khía cạnh cụ thể của Hành vi công dân của tổ chức của và bắt đầu coi năm khía cạnh của Hành vi công dân của tổ chức của của Organ (1988) như một cấu trúc tiềm ẩn. Tương tự, nghiên cứu của Hoffman và cộng sự (2007) cũng ủng hộ ý tưởng về yếu tố mô hình đơn của Hành vi công dân của tổ chức của, cho thấy rằng sẽ thu được rất ít lợi ích khi xem xét thước đo đa chiều của Hành vi công dân của tổ chức của so với mô hình một yếu tố. Các mục trong thang đo của Podsakoff và cộng sự (1990) đã được Kunda và cộng sự. (2019) đo lường trong nghiên cứu gồm có: Sự tham gia làm việc vượt mức bình thường, Không nghỉ thêm, Tuân thủ nội quy, quy định của công ty ngay cả khi không có người giám sát, Là một trong những nhân viên tận tâm nhất của tôi, Tin tưởng vào việc công hiến một ngày làm việc lương thiện để được trả lương một ngày lương thiện, Tốn nhiều thời gian để phàn nàn về những vấn đề nhỏ nhất, Luôn tập trung vào những điều sai trái hơn là những điều buồn bã tích cực, Tham dự các cuộc họp không bắt buộc nhưng được coi là quan trọng, Tham gia các chức năng không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh công ty, Theo dõi những thay đổi trong tổ chức, Đọc và cập nhật các thông báo, bản ghi nhớ của tổ chức, Thực hiện các bước để cố gắng ngăn chặn các vấn đề xảy ra với những người lao động khác, Có ý thức về việc hành vi của mình ảnh hưởng như thế nào đến công việc của người khác, Không lạm dụng quyền của người khác, Cố gắng tránh gây rắc rối cho đồng nghiệp, Xem xét tác động của hành động của mình đối với đồng nghiệp, Giúp đỡ những người vắng mặt, Giúp đỡ những người có khối lượng công việc nặng nhọc, Giúp định hướng cho người mới dù không bắt buộc, Sẵn sàng giúp đỡ người khác gặp khó khăn trong công việc, Luôn sẵn sàng giúp đỡ những người xung quanh.

Tóm lại, với trình bày nêu trên của tác giả luận án, có thể thấy rằng, rất nhiều nhà nghiên cứu trước đây đã thực hiện sự quan tâm đến yếu tố Hành vi công dân trong tổ chức, tuy nhiên, các khía cạnh và thuộc tính của yếu tố OCB mới được khai thác rất ít hoặc chưa bao phủ khắp các lĩnh vực ngành khi căn cứ trên thang đo của Chaudhary (2020), Williams và Anderson (1991), Podsakoff và cộng sự (1990) làm cơ sở. Chính vì thế, tác giả luận án thiết nghĩ, cần có nhiều thêm các nghiên cứu cung cấp một mô hình tích hợp với yếu tố hành vi công dân trong tổ chức, để hiểu và giải thích rõ hơn mối quan hệ giữa yếu tố này đối với các yếu tố khác liên quan, nêu lên được rõ hơn về hành vi công dân trong tổ chức và hoặc các hành vi công dân đóng vai trò quan trọng như thế nào đối với hiệu quả và sự phát triển tổ chức.

Sau quá trình đánh giá tài liệu nêu trên, tác giả luận án tổng hợp kết quả theo bảng sau, qua đó, thấy được khoảng trống và nhiều điều mới cần được thực hiện trong các nghiên cứu tương lai.

2.3.4. Khoảng trống cho nghiên cứu

Trên thế giới, trong những năm gần đây, mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và kết quả công việc của nhân viên đã thu hút sự quan tâm đáng kể của giới học thuật. Nhiều nghiên cứu thực nghiệm đã khẳng định rằng CSR có ảnh hưởng tích cực đến hiệu suất công việc, sự cam kết tổ chức, hành vi công dân tổ chức (OCB), hình ảnh thương hiệu và niềm tin tổ chức (Chaudhary, 2020; Ahmad và cộng sự, 2020; He và cộng sự, 2019; Tourigny và cộng sự, 2019; Turker, 2009). Các nghiên cứu này cho thấy CSR không chỉ tạo ra giá trị bên ngoài cho doanh nghiệp mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành thái độ và hành vi tích cực của nhân viên ở cấp độ vi mô.

Đặc biệt, yếu tố niềm tin tổ chức (OT) ngày càng được xác định là một cơ chế trung gian quan trọng trong mối quan hệ giữa CSR/PCSR và các kết quả công việc của nhân viên. Các nghiên cứu của Yan và cộng sự (2022) và Tourigny và cộng sự (2019) đã chỉ ra rằng khi nhân viên nhận thức tích cực về các hoạt động CSR của tổ chức, họ sẽ gia tăng niềm tin vào tổ chức, từ đó thúc đẩy sự gắn kết, cam kết và các hành vi vượt trên vai trò chính thức. Điều này cho thấy niềm tin tổ chức là một mắt xích tâm lý quan trọng trong chuỗi tác động từ CSR đến kết quả hành vi – hiệu suất.

Tuy nhiên, tại Việt Nam, số lượng nghiên cứu thực nghiệm về CSR trong ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật còn rất hạn chế. Tại thời điểm thực hiện luận án này, tác giả chưa tìm thấy công trình nào nghiên cứu trực tiếp về nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) trong ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật, một ngành có mức độ tác động lớn đến môi trường, sức khỏe cộng đồng và đời sống nông dân, do đó đòi hỏi mức độ trách nhiệm xã hội cao. Các nghiên cứu trong nước chủ yếu tập trung vào các ngành như thủy sản hoặc ngân hàng (Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự, 2019; Châu Thị Lệ Duyên, 2018; Trần Thị Ninh, 2020), trong khi các nghiên cứu quốc tế như Nuryanto và cộng sự (2023), Tourigny và cộng sự (2019) hay Agarwal và cộng sự (2018) chủ yếu được thực hiện trong các ngành tài chính, giáo dục hoặc dịch vụ. Như vậy, ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật vẫn là một khoảng trống đáng kể trong dòng nghiên cứu CSR.

Xét về nội dung tiếp cận, nhiều nghiên cứu hiện nay mới tập trung vào các khía cạnh CSR liên quan đến môi trường như giảm thiểu rác thải, xử lý khí thải, sử dụng nguyên vật liệu thân thiện môi trường,... trong khi các khía cạnh chiều sâu như bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, đảm bảo môi trường làm việc an toàn, phát triển kỹ năng và phúc lợi cho người lao động, hay duy trì quan hệ minh bạch với chính phủ chưa được phân tích đầy đủ (Turker, 2009; Chaudhary, 2020). Đặc biệt trong bối cảnh khu vực nông nghiệp như Đồng bằng sông Cửu Long, nơi hoạt động sản xuất nông nghiệp gắn chặt với môi trường và sinh kế cộng đồng, việc mở rộng phân tích CSR theo hướng các bên liên quan là rất cần thiết.

Bên cạnh đó, một khoảng trống lý thuyết quan trọng khác liên quan đến mối quan hệ giữa niềm tin tổ chức (OT) và kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP). Các nghiên cứu của Janssen và Van Yperen (2004) và Douglas và cộng sự (2022) cho rằng hiệu suất nhiệm vụ bao gồm hai thành phần chính: (1) thực hiện theo mô tả công việc (IRTP) và (2) tính đổi mới trong công việc. Tuy nhiên, chưa có nhiều nghiên cứu kiểm định trực tiếp tác động của niềm tin tổ chức đến IRTP như một cấu phần riêng biệt của kết quả công việc. Đặc biệt, trong bối cảnh ngành nông nghiệp tại Việt Nam, chưa có công trình nào khảo sát cụ thể mối quan hệ giữa niềm tin tổ chức và kết quả định hướng nhiệm vụ trong cấu trúc tổng thể của EWR.

Đối với hành vi công dân tổ chức (OCB), mặc dù nhiều nghiên cứu đã khẳng định vai trò của niềm tin tổ chức trong việc thúc đẩy OCB (Organ, 1988; Podsakoff và cộng sự, 1990; Ahmad và cộng sự, 2020; Kunda và cộng sự, 2019), phần lớn các công trình này tiếp cận OCB như một khái niệm tổng quát. Việc phân tách rõ OCB theo hai chiều cạnh: hành vi hướng đến cá nhân (OCB-I) và hành vi hướng đến tổ chức (OCB-O) vẫn chưa được triển khai một cách đầy đủ trong các nghiên cứu thực nghiệm tại Việt Nam, đặc biệt trong ngành sản xuất nông nghiệp. Trong khi đó, việc đo lường chi tiết các hành vi cụ thể như hỗ trợ đồng nghiệp, tuân thủ nội quy, bảo vệ hình ảnh tổ chức hay chủ động tham gia các hoạt động cộng đồng có thể giúp làm rõ hơn cơ chế tác động của niềm tin và PCSR đến kết quả công việc.

Ngoài ra, phần lớn các nghiên cứu quốc tế được thực hiện trong bối cảnh phương Tây hoặc các nền kinh tế phát triển, nơi hệ thống quản trị minh bạch, mức độ tin tưởng tổ chức cao và CSR được triển khai mang tính chiến lược. Trong khi đó, bối cảnh Việt Nam, đặc biệt tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long có những đặc thù

riêng như mức độ tin tưởng tổ chức còn hạn chế, CSR đôi khi mang tính hình thức hoặc đối phó, nhận thức CSR của nhân viên chưa cao, và mức độ chủ động trong công việc còn thấp. Do đó, việc kiểm định lại các mối quan hệ này trong bối cảnh doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Việt Nam là cần thiết cả về phương diện lý luận lẫn thực tiễn.

Từ những phân tích trên có thể khẳng định rằng, nghiên cứu về tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) đến kết quả công việc của nhân viên (EWR), với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức (OT), và kết quả công việc được phân tách thành kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) và hành vi công dân tổ chức (OCB-I, OCB-O), vẫn là một hướng tiếp cận mới, chưa được khai thác đầy đủ trong bối cảnh Việt Nam.

Vì vậy, việc xây dựng và kiểm định mô hình nghiên cứu tích hợp giữa PCSR, OT, IRTP, OCB-I, và OCB-O trong ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long không chỉ góp phần lấp đầy khoảng trống lý thuyết hiện hữu mà còn mang ý nghĩa thực tiễn quan trọng đối với các doanh nghiệp trong và ngoài nước. Đây chính là cơ sở lý luận và khoảng trống nghiên cứu mà luận án này tập trung giải quyết.

2.4. XÂY DỰNG GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU

2.4.1. Nhận thức trách nhiệm xã hội và Niềm tin tổ chức

Khái niệm nhận thức (perception) theo Endsley (1995) được hiểu là tri thức hình thành thông qua sự tương tác giữa cá nhân và môi trường xung quanh. Trong bối cảnh tổ chức, nhận thức của nhân viên phản ánh cách họ hiểu, diễn giải và đánh giá các hoạt động của doanh nghiệp. Dưới góc độ trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), Woodcock và cộng sự (2002) cho rằng nhận thức CSR (Perceived Corporate Social Responsibility – PCSR) là cách các bên liên quan nhìn nhận và đánh giá các hoạt động CSR của doanh nghiệp. Tương tự, Dahlsrud (2006) nhấn mạnh PCSR là quá trình các bên liên quan diễn giải và hiểu thông tin về CSR, trong khi Crane và Matten (2007) xem PCSR là cách các bên liên quan hình thành và duy trì niềm tin liên quan đến các hoạt động CSR của doanh nghiệp.

Từ các quan điểm trên có thể hiểu rằng, nhận thức CSR của nhân viên là mức độ hiểu biết và đánh giá của họ về những cam kết, chính sách và hành động của

doanh nghiệp đối với các bên liên quan như nhân viên, khách hàng, cộng đồng và chính phủ. Nhận thức này không đơn thuần là sự tiếp nhận thông tin mà còn là quá trình diễn giải mang tính chủ quan, chịu ảnh hưởng bởi giá trị cá nhân và trải nghiệm làm việc.

Theo Hansen và cộng sự (2011), các hoạt động CSR gửi đi những tín hiệu quan trọng về đạo đức và hệ giá trị của tổ chức. Khi doanh nghiệp thể hiện trách nhiệm đối với các bên liên quan, bao gồm chính phủ, nhân viên và khách hàng – nhân viên sẽ hình thành đánh giá về mức độ đáng tin cậy của tổ chức. Nói cách khác, CSR đóng vai trò như một “tín hiệu đạo đức” giúp củng cố hoặc làm suy giảm niềm tin của nhân viên đối với tổ chức. Niềm tin (trust) được xem là một thuộc tính nền tảng của các mối quan hệ bền vững. Theo Mayer và Gavin (2005), niềm tin phản ánh kỳ vọng rằng một bên sẽ hành xử có lợi hoặc ít nhất không gây tổn hại đến lợi ích của bên kia. Trong tổ chức, niềm tin thể hiện mức độ mà nhân viên tin tưởng rằng tổ chức hành xử công bằng, minh bạch và có trách nhiệm. Hansen và cộng sự (2011) cho rằng chất lượng của quá trình trao đổi giữa các bên trong tổ chức phụ thuộc vào mức độ tin tưởng, bởi niềm tin quyết định cách các bên phản ứng trước hành động của nhau.

Lý thuyết trao đổi xã hội của Blau (1964), Homans (1961) và Emerson (1972) cung cấp nền tảng lý luận quan trọng để giải thích mối quan hệ giữa PCSR và niềm tin tổ chức. Theo lý thuyết này, các mối quan hệ xã hội được xây dựng trên nguyên tắc có đi có lại (reciprocity). Khi một bên thể hiện thiện chí hoặc hành vi tích cực, bên còn lại có xu hướng đáp lại bằng thái độ hoặc hành vi tương ứng. Trong bối cảnh CSR, khi nhân viên nhận thấy tổ chức thực hiện trách nhiệm xã hội một cách chân thực và có ý nghĩa, họ có xu hướng đáp lại bằng việc gia tăng niềm tin và cam kết đối với tổ chức (Farooq và cộng sự, 2014). Peterson (2004) cho rằng nhân viên đánh giá cao các hoạt động CSR và coi đó là biểu hiện của giá trị đạo đức doanh nghiệp. Gond và cộng sự (2010) nhấn mạnh rằng CSR có thể kích hoạt các cơ chế trao đổi xã hội tích cực, từ đó củng cố mối quan hệ giữa nhân viên và tổ chức. Bauman và Skitka (2012) cũng cho rằng CSR ảnh hưởng đến cách nhân viên hiện tại và tiềm năng nhìn nhận tổ chức, qua đó tác động đến thái độ và hành vi của họ.

Niềm tin tổ chức vì thế được xem là một nguồn lực vô hình có giá trị chiến lược. Bello (2012) cho rằng niềm tin tổ chức góp phần gia tăng sự gắn kết, ý định ở lại và hành vi đạo đức của nhân viên. Krot và Lewicka (2012) chỉ ra rằng niềm tin

giúp giảm chi phí giao dịch, hạn chế rủi ro trong vận hành và nâng cao năng suất lao động. Khi nhân viên tin tưởng vào tổ chức, họ sẵn sàng tuân thủ quy định, ủng hộ thay đổi và đóng góp nhiều hơn cho mục tiêu chung. Tổng hợp các lập luận lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm cho thấy, khi doanh nghiệp thực hiện CSR một cách rõ ràng và nhất quán, các hoạt động này sẽ gửi tín hiệu tích cực đến nhân viên về đạo đức và giá trị tổ chức. Thông qua cơ chế trao đổi xã hội, nhận thức tích cực về CSR sẽ củng cố niềm tin của nhân viên đối với tổ chức. Do đó, trong bối cảnh nghiên cứu này, tác giả đề xuất giả thuyết sau:

H1: Nhận thức CSR (PCSR) có tác động đến Niềm tin tổ chức (OT).

2.4.2. Nhận thức trách nhiệm xã hội và Kết quả công việc

Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) được xem là một yếu tố có tiềm năng tạo ra những kết quả tích cực đối với nhân viên tại nơi làm việc. Theo Bhattacharya và cộng sự (2009), khi nhân viên nhận thức tổ chức của mình thực hiện tốt các hoạt động CSR, họ có xu hướng hình thành cảm giác thuộc về và sự đồng nhất với tổ chức. Quan điểm này phù hợp với lý thuyết nhận dạng tổ chức (Ashforth & Mael, 1989), theo đó sự đồng nhất giữa cá nhân và tổ chức sẽ thúc đẩy các thái độ và hành vi tích cực. Dutton và cộng sự (1994) cũng cho rằng hình ảnh tổ chức tích cực, bao gồm cả hình ảnh về trách nhiệm xã hội sẽ làm gia tăng mức độ tự hào và cam kết của nhân viên, từ đó khuyến khích họ đầu tư nhiều hơn về mặt cảm xúc và nhận thức vào công việc. Khi nhân viên đánh giá cao CSR của doanh nghiệp, họ không chỉ cải thiện thái độ đối với tổ chức mà còn gia tăng động lực thực hiện công việc, qua đó nâng cao kết quả làm việc cá nhân.

Từ góc độ lý thuyết định hướng mục tiêu, mục tiêu đóng vai trò định hướng hành vi và tập trung sự chú ý của cá nhân vào các hoạt động liên quan đến kết quả mong đợi (Dweck & Leggett, 1988). Dweck (2013) nhấn mạnh rằng định hướng mục tiêu phản ánh những niềm tin tương đối ổn định về năng lực và sự phát triển cá nhân. Elliot và Church (1997) phân biệt giữa định hướng tiếp cận hiệu suất và định hướng né tránh hiệu suất; trong khi đó, những cá nhân có định hướng làm chủ (mastery orientation) thường chủ động tiếp cận thử thách nhằm phát triển năng lực (Elliot, 2005). Barron và Harackiewicz (2000) cho rằng các cá nhân có định hướng tiếp cận hiệu suất có xu hướng nỗ lực để đạt được thành tích vượt trội so với người khác.

Trong khuôn khổ luận án này, kết quả công việc được xem xét ở hai thành phần chính: (1) kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP), phản ánh mức độ hoàn thành công việc theo mô tả chức danh; và (2) hành vi công dân tổ chức (OCB), phản ánh các hành vi vượt trên vai trò chính thức. Khi nhân viên nhận thức tích cực về CSR, họ có xu hướng cảm thấy tổ chức của mình có mục tiêu rõ ràng, đạo đức và hướng đến lợi ích chung. Điều này tạo ra sự phù hợp giá trị giữa cá nhân và tổ chức, từ đó thúc đẩy họ nỗ lực hơn trong việc hoàn thành nhiệm vụ và đạt được mục tiêu công việc.

Các nghiên cứu trước đây cũng chỉ ra rằng doanh nghiệp hướng đến các bên liên quan sẽ nâng cao hiệu quả hoạt động thông qua việc đáp ứng mong đợi của các nhóm liên quan (Ferrell và cộng sự, 2010; Phillips và cộng sự, 2010). Trong đó, các bên liên quan nội bộ, đặc biệt là nhân viên có vai trò quyết định trong việc hiện thực hóa mục tiêu tổ chức (Rupp và cộng sự, 2006). Nhận thức CSR tích cực sẽ tác động đến động lực, thái độ và hành vi của nhân viên, từ đó ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả công việc của họ. Đồng thời, thái độ và hành vi tích cực của nhân viên cũng góp phần định hình hình ảnh tổ chức trong mắt các bên liên quan bên ngoài (Harris & Chernatony, 2000).

Theo Fassin (2008), nhân viên vừa là đối tượng bị ảnh hưởng vừa là chủ thể tác động trong mạng lưới các bên liên quan. Do đó, khi doanh nghiệp thực hiện CSR một cách nhất quán và có ý nghĩa, nhân viên có xu hướng phản hồi bằng cách gia tăng nỗ lực và hành vi tích cực. Chaudhary (2018), Mensah và cộng sự (2017) và Helm (2013) cho rằng các công ty có CSR tốt có khả năng thu hút và duy trì nhân viên, mặc dù mức độ ảnh hưởng cụ thể đến hiệu suất có thể khác nhau theo bối cảnh. Bên cạnh đó, các nghiên cứu của Wagner và cộng sự (2004) và Van Knippenberg và cộng sự (2000) cho thấy những nhân viên có mức độ đồng nhất cao với tổ chức sẽ thể hiện thái độ tích cực và hành vi xây dựng, qua đó nâng cao hiệu quả công việc.

Đối với hành vi công dân tổ chức, nhận thức CSR có thể thúc đẩy cả hành vi hướng đến cá nhân (OCB-I), như hỗ trợ đồng nghiệp, chia sẻ kinh nghiệm, và hành vi hướng đến tổ chức (OCB-O), như tuân thủ quy định, bảo vệ hình ảnh doanh nghiệp và tham gia hoạt động chung. Khi nhân viên cảm nhận rằng tổ chức hành xử có trách nhiệm và đạo đức, họ có xu hướng đáp lại bằng các hành vi mang tính tự nguyện nhằm duy trì và củng cố giá trị tổ chức. Từ các lập luận lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm trên, có thể kỳ vọng rằng nhận thức CSR không chỉ ảnh hưởng đến thái độ

mà còn tác động trực tiếp đến các thành phần cụ thể của kết quả công việc. Do đó, tác giả luận án đề xuất các giả thuyết H2 như sau:

H2a: Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) có tác động đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP)

H2b: Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) có tác động đến Hành vi công dân (OCB-I).

H2c: Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) có tác động đến Hành vi công dân (OCB-O).

2.4.3. Niềm tin tổ chức và Kết quả định hướng nhiệm vụ

Niềm tin tổ chức (OT) được xem là một cấu phần nền tảng trong mối quan hệ giữa nhân viên và tổ chức. Podsakoff và cộng sự (1990) cho rằng niềm tin tổ chức phản ánh mức độ mà nhân viên tin tưởng vào cấp trên và đồng nghiệp của mình, đặc biệt trong việc thực hiện các cam kết và hành xử công bằng. Ở góc độ rộng hơn, George và cộng sự (2020) tiếp cận niềm tin tổ chức như một dạng quan hệ trao đổi xã hội, trong đó niềm tin hình thành và phát triển thông qua các tương tác lặp lại giữa cá nhân và tổ chức. Từ quan điểm của Yang và Tsai (2022), niềm tin tổ chức có thể được giải thích dựa trên nền tảng tháp nhu cầu của Maslow (1943). Khi nhân viên nhận thấy tổ chức hoặc người lãnh đạo hành xử theo cách mang lại lợi ích, công bằng và hỗ trợ cho họ, họ sẽ có xu hướng đáp lại bằng thái độ và hành vi tích cực. Sự đáp lại này phản ánh cơ chế có đi có lại (reciprocity), trong đó niềm tin trở thành chất xúc tác thúc đẩy hành vi hợp tác và cống hiến.

Do đó, niềm tin tổ chức có thể được hiểu là mức độ đáng tin cậy mà nhân viên cảm nhận đối với tổ chức, bao gồm cả sự tin tưởng vào định hướng hiện tại, tương lai phát triển và cách thức vận hành của doanh nghiệp. Khi mức độ tin tưởng cao, nhân viên không chỉ cảm thấy an toàn về tâm lý mà còn sẵn sàng đầu tư nhiều hơn vào công việc của mình. Các nghiên cứu của Akdere và cộng sự (2012) và Vineburgh (2010) cho thấy niềm tin tổ chức có mối quan hệ tích cực với sự hài lòng công việc, năng suất và hiệu suất lao động. Bên cạnh đó, hành vi của nhân viên chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ cách tổ chức đối xử và tương tác với họ. Rupp và cộng sự (2013) cũng như Bridoux và cộng sự (2016) nhấn mạnh rằng các tín hiệu từ tổ chức, bao gồm sự công bằng, minh bạch và trách nhiệm có vai trò định hình thái độ và hành vi của nhân viên. Nisar và cộng sự (2014) khẳng định rằng hành vi của nhân viên là yếu tố quyết

định hiệu quả hoạt động của tổ chức. Khi tổ chức tạo dựng được niềm tin, nhân viên có xu hướng “đền đáp” bằng cách gia tăng nỗ lực, hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao và nâng cao chất lượng công việc (Yang & Tsai, 2022).

Từ góc độ hiệu quả công việc, kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) phản ánh mức độ hoàn thành công việc theo yêu cầu chính thức của tổ chức. Một môi trường có mức độ tin tưởng cao giúp giảm bớt lo lắng, tăng cường hợp tác và tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên tập trung vào mục tiêu công việc. Niềm tin tổ chức vì vậy có thể đóng vai trò là yếu tố tâm lý thúc đẩy hiệu quả thực hiện nhiệm vụ. Mặc dù một số nghiên cứu đã đề cập gián tiếp đến mối quan hệ giữa niềm tin và hiệu suất công việc, song việc kiểm định trực tiếp tác động của niềm tin tổ chức đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) vẫn còn hạn chế, đặc biệt trong bối cảnh doanh nghiệp sản xuất tại Việt Nam. Do đó, việc kiểm nghiệm mối quan hệ này là cần thiết nhằm làm rõ vai trò của niềm tin tổ chức trong việc nâng cao hiệu quả thực hiện nhiệm vụ của nhân viên. Từ những lập luận lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm nêu trên, tác giả luận án đề xuất giả thuyết:

H3: Niềm tin tổ chức có tác động đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP)

2.4.4. Niềm tin tổ chức và Hành vi công dân trong tổ chức

Hành vi công dân tổ chức (OCB) là một trong những chủ đề được nghiên cứu rộng rãi trong lĩnh vực hành vi tổ chức. Nhiều học giả đã quan tâm phân tích vai trò của OCB trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động và tính bền vững của doanh nghiệp, bao gồm Organ (1988), Podsakoff và cộng sự (1990), He và cộng sự (2019), Tourigny và cộng sự (2019), Kunda và cộng sự (2019), Ahmad và cộng sự (2020), Chaudhary (2020) và Nuryanto và cộng sự (2023). Organ (1988) là người đầu tiên hệ thống hóa khái niệm OCB và đề xuất mô hình gồm năm thành phần: (1) lòng vị tha (altruism), (2) sự tận tâm/luong tâm (conscientiousness), (3) tinh thần thể thao (sportsmanship), (4) lịch sự (courtesy) và (5) đạo đức công dân (civic virtue). Trong đó, tinh thần thể thao được hiểu là khả năng chấp nhận những điều kiện bất lợi mà không phàn nàn, thể hiện thái độ tích cực đối với tổ chức.

Podsakoff và cộng sự (1990) đã phát triển thang đo 24 mục dựa trên năm chiều cạnh này, và được Kunda và cộng sự (2019) kế thừa trong nghiên cứu của mình. Các mục đo lường bao gồm những hành vi như làm việc vượt mức bình thường, tuân thủ nội quy ngay cả khi không có giám sát, tham gia các cuộc họp không bắt buộc nhưng

có ý nghĩa với tổ chức, hạn chế phản nản về những vấn đề nhỏ nhặt, và duy trì thái độ tích cực. Tuy nhiên, LePine và cộng sự (2002) cho rằng các nhà nghiên cứu nên xem OCB như một cấu trúc tiềm ẩn thay vì tập trung quá mức vào từng khía cạnh riêng lẻ. Hoffman và cộng sự (2007) cũng ủng hộ quan điểm rằng mô hình một yếu tố có thể mang lại hiệu quả tương đương so với mô hình đa chiều. Mặc dù vậy, hướng tiếp cận phân tách OCB theo hai chiều chính: hành vi hướng đến cá nhân (OCB-I) và hành vi hướng đến tổ chức (OCB-O), được Williams và Anderson (1991) đề xuất lại mang lại lợi ích rõ rệt trong việc phân tích cơ chế tác động cụ thể.

Theo Williams và Anderson (1991), OCB-I bao gồm các hành vi như giúp đỡ đồng nghiệp khi họ vắng mặt, hỗ trợ khi khối lượng công việc lớn, hướng dẫn nhân viên mới, lắng nghe và chia sẻ với đồng nghiệp. Trong khi đó, OCB-O bao gồm các hành vi như tuân thủ nội quy không chính thức, bảo vệ hình ảnh tổ chức, báo trước khi vắng mặt, hạn chế phản nản không cần thiết và thể hiện lòng trung thành với tổ chức.

Từ góc độ lý thuyết trao đổi xã hội (Blau, 1964), niềm tin tổ chức đóng vai trò nền tảng trong việc thúc đẩy các hành vi vượt trên vai trò chính thức. Khi nhân viên tin tưởng rằng tổ chức hành xử công bằng, minh bạch và có trách nhiệm, họ có xu hướng đáp lại bằng các hành vi tự nguyện nhằm hỗ trợ tổ chức và đồng nghiệp. Ahmad và cộng sự (2020), Tourigny và cộng sự (2019), Top và cộng sự (2015) và He và cộng sự (2019) đều khẳng định niềm tin tổ chức có tác động tích cực đến OCB.

Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu trước đây tiếp cận OCB như một khái niệm tổng quát hoặc chưa phân tích sâu các thuộc tính cụ thể của OCB-I và OCB-O trong từng bối cảnh ngành nghề. Đặc biệt trong môi trường sản xuất nông nghiệp tại Việt Nam, các hành vi như giúp đỡ nhân viên mới, lắng nghe đồng nghiệp, tuân thủ quy tắc không chính thức hay thể hiện lòng trung thành với tổ chức chưa được kiểm định một cách riêng biệt dưới tác động của niềm tin tổ chức. Vì vậy, việc phân tích tác động trực tiếp của niềm tin tổ chức đến từng chiều cạnh của hành vi công dân tổ chức là cần thiết nhằm làm rõ cơ chế tâm lý và hành vi trong bối cảnh nghiên cứu hiện tại. Từ các lập luận lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm nêu trên, tác giả luận án đề xuất các giả thuyết sau:

H4: Niềm tin tổ chức (OT) có tác động đến Hành vi công dân (OCB-I).

H5: Niềm tin tổ chức (OT) có tác động đến Hành vi công dân (OCB-O).

2.4.5. Danh tiếng tổ chức

Theo Lý thuyết Nhận dạng xã hội (SIT) của Tajfel và Turner (1979), cá nhân có xu hướng xác định bản thân thông qua việc đồng nhất với các nhóm xã hội mà họ là thành viên. Trong bối cảnh tổ chức, nhân viên thường tìm kiếm sự tự hào và giá trị bản thân thông qua danh tiếng và hình ảnh của tổ chức nơi họ làm việc. Khi tổ chức có danh tiếng tích cực, nhân viên cảm thấy tự hào khi là thành viên của tổ chức đó, từ đó gia tăng mức độ đồng nhất và niềm tin đối với tổ chức. Danh tiếng tổ chức (OR) được xem là sự đánh giá tổng thể của các bên liên quan về uy tín, đạo đức và năng lực của doanh nghiệp. Tilakasiri (2012) cho rằng việc tuân thủ chuẩn mực đạo đức và trách nhiệm xã hội giúp doanh nghiệp duy trì danh tiếng tích cực; ngược lại, nếu vi phạm đạo đức, doanh nghiệp sẽ phải đối mặt với những hậu quả nghiêm trọng như suy giảm uy tín, giảm năng suất, sáng tạo và lòng trung thành của nhân viên. Điều này cho thấy danh tiếng không chỉ là một tài sản vô hình mà còn là nguồn lực chiến lược có khả năng ảnh hưởng sâu rộng đến hoạt động nội bộ.

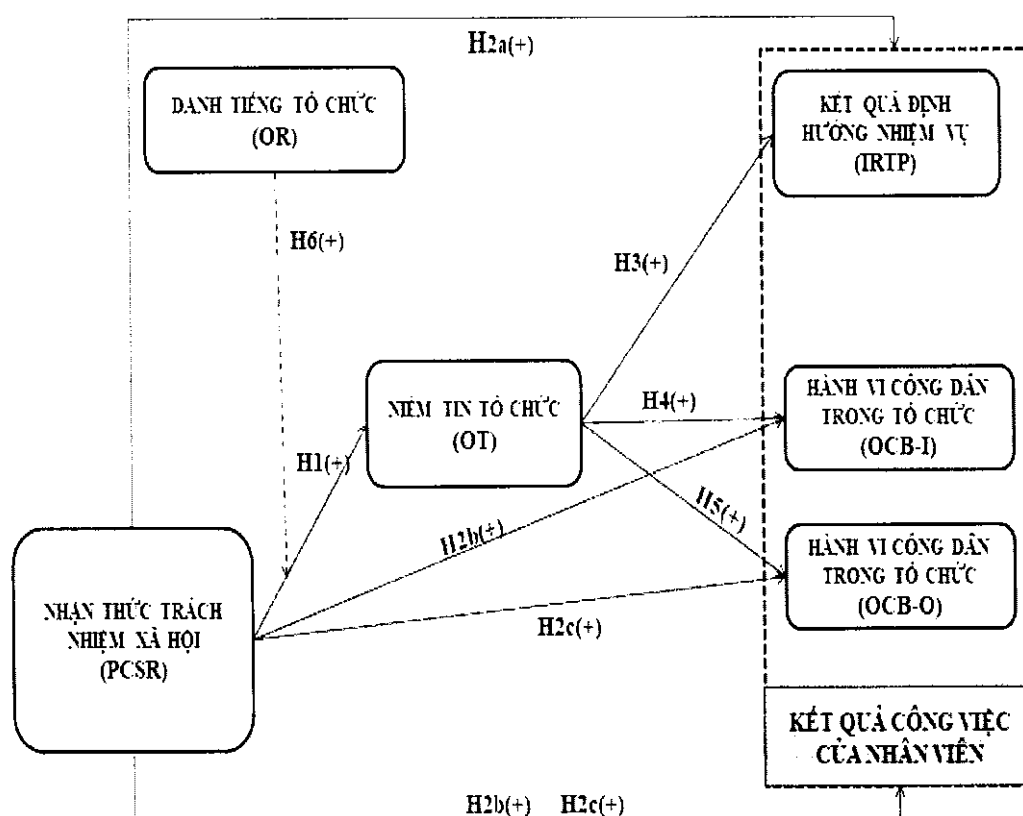
Theo quan điểm của Donaldson và Preston (1995), khi doanh nghiệp đáp ứng yêu cầu của các bên liên quan thông qua việc thực hiện CSR, danh tiếng tổ chức sẽ được củng cố. Gainess-Ross (2008) cũng nhấn mạnh rằng khi danh tiếng bị tổn hại, niềm tin của các bên liên quan, bao gồm cả nhân viên, sẽ suy giảm đáng kể. Điều này phù hợp với lập luận của SIT: nhân viên có xu hướng gắn niềm tin của mình với hình ảnh và vị thế xã hội của tổ chức. Nếu tổ chức được xã hội đánh giá cao, nhân viên sẽ cảm thấy giá trị bản thân được nâng lên; ngược lại, danh tiếng tiêu cực sẽ làm suy yếu quá trình nhận dạng và niềm tin.

Trong mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) và niềm tin tổ chức (OT), danh tiếng tổ chức có thể đóng vai trò điều tiết quan trọng. Khi danh tiếng tổ chức ở mức cao, các hoạt động CSR được nhân viên nhận thức sẽ càng được diễn giải như bằng chứng xác thực về giá trị đạo đức và định hướng bền vững của tổ chức. Điều này làm gia tăng hiệu ứng tích cực của PCSR đối với niềm tin tổ chức. Ngược lại, trong bối cảnh danh tiếng tổ chức yếu hoặc bị nghi ngờ, các hoạt động CSR dù được triển khai cũng có thể bị xem là hình thức hoặc đối phó, làm suy giảm tác động của PCSR đến niềm tin. Nói cách khác, theo SIT, danh tiếng tổ chức khuếch đại hoặc làm suy yếu quá trình nhận dạng của nhân viên với tổ chức. Khi danh tiếng cao, PCSR trở thành nguồn củng cố mạnh mẽ niềm tin; khi danh tiếng

thấp, tác động của PCSR đến niềm tin sẽ yếu hơn do thiếu nền tảng nhận dạng xã hội tích cực. Từ các lập luận lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm nêu trên, tác giả luận án đề xuất giả thuyết sau:

H6: Danh tiếng tổ chức (OR) có vai trò điều tiết mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) và niềm tin tổ chức (OT).

Với những trình bày nêu trên của tác giả luận án về cơ sở lý thuyết, lược khảo tài liệu và các giả thuyết nghiên cứu nêu trên, Mô hình nghiên cứu được tác giả luận án đề xuất như sau (Hình 2.17):



Hình 2.17: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Tác giả luận án (2023)

2.5. Tiểu kết chương 2

Với nội dung đã trình bày ở Chương 2, tác giả luận án đã giới thiệu các khái niệm về nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR), Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (Corporate Social Responsibility) (CSR), Danh tiếng của tổ chức (Organizational Reputation) (OR), Niềm tin tổ chức (Organizational trust) (OT), Kết quả công việc của nhân viên (Employee work results)(EWR); Định hướng nhiệm vụ (In-role task performance)(IRTP), Hành vi công dân trong tổ chức (quyền công dân

tổ chức) (Organizational citizenship behavior) (OCB), Các bên liên quan (Stakeholder theory), Bản sắc xã hội (Social Identity) và Lý thuyết trao đổi xã hội. Tiếp đến, tác giả trình bày về các nghiên cứu liên quan trước đây ở trong nước và trên thế giới như nghiên cứu của Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019); Nghiên cứu của Châu Thị Lệ Duyên (2018); Lê Hà Như Thảo và cộng sự (2023); Trần Thị Ninh (2020); Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019); Nguyễn Phạm Tuyết Anh và Châu Thị Lệ Duyên (2019); Hoàng Thị Phương Thảo và Huỳnh Long Hồ (2015). Trên thế giới, tác giả luận án tìm được một số nghiên cứu của các tác giả Nuryanto và cộng sự (2023); Yan và cộng sự (2022); Chaudhary (2020); Ahmad và cộng sự (2020); Kunda và cộng sự. (2019); Tourigny và cộng sự (2019); He và cộng sự (2019); Top và cộng sự (2015); Podsakoff và cộng sự (1990); Organ (1988); Turker (2009); Agarwal và cộng sự (2018); Janssen và Van Yperen (2004) và tìm ra khoảng trống nghiên cứu, đưa ra các giả thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất. Trong Chương 3, tác giả tiến hành thực hiện quy trình nghiên cứu, thu thập dữ liệu, xử lý thông tin giữ liệu thứ cấp, tiến hành thu thập và xử lý dữ liệu sơ cấp, đưa ra các kết quả, phân tích, đánh giá.

CHƯƠNG 3: THỰC TRẠNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MỘT SỐ DOANH NGHIỆP

Với dữ liệu có được qua sự chấp thuận của các công ty sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại ĐBSCL từ năm 2020-2023, tác giả luận án sẽ mã hóa để đảm bảo sự bảo mật thông tin số liệu doanh nghiệp, và từ đó, tác giả dùng các phương pháp để phân tích, so sánh, từ đó, rút ra các nhận xét, nhìn nhận về hoạt động của các doanh nghiệp.

3.1.1. Phản hồi ý kiến của CBCNV trong hoạt động công ty

Quá trình thu thập dữ liệu thứ cấp về những phản hồi của CBCNV trong hoạt động của các công ty qua việc đóng góp, khen ngợi của CBCNV gửi tới Công ty, tác giả tổng hợp và phân tích, thể hiện trong Bảng sau đây:

Bảng 3.1. Tổng hợp phân tích dữ liệu thứ cấp về phản hồi của CBCNV

Stt	Các ý kiến phản hồi	Số Lần
1	Đóng góp vào sự thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội, Quan tâm đến thế hệ tương lai, tình nguyện, công bằng	120
2	Hỗ trợ nhân viên học thêm, Ngưỡng mộ công ty	92
3	Quan tâm đến thế hệ tương lai, chúng tôi Tin cậy vào công ty	121
4	Chúng tôi Quan tâm người khác, đồng nghiệp,	110
5	Chúng tôi Ý thức hành vi cá nhân, trong việc làm của bản thân	159
Tổng số ý kiến phản hồi		602

Nguồn: Tác giả luận án

3.1.2. Phản hồi ý kiến của Khách hàng trong hoạt động công ty

Quá trình thu thập dữ liệu thứ cấp về những phản hồi của khách hàng trong hoạt động của các công ty qua việc đóng góp ý kiến của khách hàng gửi tới Công ty, tác giả tổng hợp và phân tích, thể hiện trong Bảng sau đây:

Bảng 3.2. Tổng hợp phân tích dữ liệu thứ cấp về phản hồi của khách hàng

Stt	Các ý kiến phản hồi	Số Lần
1	Công ty có ý thức nhìn nhận bảo vệ tài nguyên môi trường, hoạt động tình nguyện nhiều lần trong năm	79
2	Công ty có sự quan tâm tới người lao động, tuân thủ pháp luật	90

Stt	Các ý kiến phản hồi	Số Lần
3	Công ty Có trách nhiệm môi trường có trách nhiệm môi trường	110
4	Công ty cung cấp thông tin chính xác của sản phẩm tới khách hàng	120
5	Thấy nhân viên tận tâm công việc, với công ty, hoàn thành nhiệm vụ	122
6	Đóng góp vào sự thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội	128
Tổng số ý kiến phản hồi		649

3.1.3. Phản hồi ý kiến của Đối tác trong hoạt động công ty

Quá trình thu thập dữ liệu thứ cấp về những phản hồi của đối tác trong hoạt động của các công ty qua việc đóng góp ý kiến của đối tác gửi tới Công ty, tác giả tổng hợp và phân tích, thể hiện trong Bảng sau đây:

Bảng 3.3. Tổng hợp phân tích dữ liệu thứ cấp về phản hồi của đối tác

Stt	Các ý kiến phản hồi	Số Lần
1	Đảm bảo quyền của đối tác chúng tôi, tuân thủ pháp luật	120
2	Thấy nhân viên tận tâm công việc, với công ty, hoàn thành nhiệm vụ	110
3	Đóng góp vào thúc đẩy thịnh vượng của xã hội, quan tâm thế hệ tương lai	100
4	C.ty chính sách áp dụng cho nhân viên linh hoạt, bảo vệ môi trường	110
5	Chân thành trong các đàm phán, tuân thủ lời đàm phán	119
Tổng số ý kiến phản hồi		559

Nguồn: Tác giả luận án

3.1.4. Phản hồi ý kiến của Cơ quan ban ngành trong hoạt động công ty

Quá trình thu thập dữ liệu thứ cấp về những phản hồi của Cơ quan ban ngành trong hoạt động của các công ty qua các thông tin, báo chí được công khai trên các nền tảng mạng xã hội và văn bản tới Công ty, tác giả tổng hợp và phân tích, thể hiện trong Bảng sau đây:

Bảng 3.4. Tổng hợp dữ liệu thứ cấp (phản hồi của Cơ quan ban ngành)

Stt	Các ý kiến phản hồi	
1	Bảo vệ tài nguyên môi trường	9

Stt	Các ý kiến phản hồi	
2	Tuân thủ pháp luật	10
3	Bảo vệ lợi ích người tiêu dùng, không thấy bị kiện cáo	9
4	Có đóng góp tham gia các chương trình từ thiện,	8
5	Công ty có đóng góp vào sự thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội	10
Tổng số ý kiến phản hồi		45

Nguồn: Tác giả luận án

3.1.5. Phân tích đánh giá về tình hình hoạt động các công ty

Với bảng tổng hợp kết quả hoạt động của các doanh nghiệp trong hoạt động ngành có liên quan tới thuốc bảo vệ thực vật với các nội dung Tổng doanh số bán hàng năm, Tổng chi phí thường lễ tết năm, Tổng chi phí cho hoạt động nội bộ, Tổng chi phí cho hoạt động xã hội, Tổng chi phí, Tổng chi phí giá cost, Tổng lợi nhuận. Tác giả luận án nhận thấy đã có sự biến động tăng giảm giữa các năm, giữa các doanh nghiệp so với nhau. CT007 có doanh số tăng từ 16,500 tỷ lên đến 23,500 chiếm tỷ lệ tăng trưởng là 142%. Với CT008 có mức doanh số 20,000 tỷ lên 27,000 tỷ chiếm tỷ lệ tăng trưởng là 135%. Mặt khác đóng góp cho hoạt động xã hội của một số doanh nghiệp so sánh giữa các năm 2021 đến 2023 có thể thấy có sự sụt giảm nhẹ như CT002 với tổng chi phí cho hoạt động xã hội từ 5,750 tỷ xuống còn 2,000 tỷ, của CT007 từ 5,405 tỷ xuống 1,880 triệu Như vậy, có thể thấy về con số là giảm, nhưng xét vào khoảng thời gian 2021 đến 2023 của tình hình xã hội bị ảnh hưởng sau đại dịch Covid19, các hoạt động doanh nghiệp tập trung thêm nhiều hơn cho người lao động trong nội bộ doanh nghiệp, và cụ thể ở mức chi phí chăm lo cho người lao động thể hiện trong các chi phí phúc lợi, như CT001 năm 2021 là 1,950 tỷ, CT009 năm 2021 là 3,000 tỷ, CT005 năm 2021 là 2,400 tỷ, nhưng năm 2023, chi phí cho phúc lợi người lao động của CT001, CT009 và CT005 lại tăng với các giá trị là 3,000 tỷ; 4.050 tỷ và 3,450 tỷ. Như vậy có thể thấy sự quan tâm rất lớn của doanh nghiệp tới người lao động, tới hoạt động đóng góp cho xã hội là rất được chú trọng.

Mặt khác, với bảng tổng hợp về các ý kiến phản hồi của CBCNV, của khách hàng, của các đối tác, của các cơ quan chức năng liên quan đối với hoạt động của các

doanh nghiệp, nhận thấy, những ý kiến đánh giá, nhận xét về doanh nghiệp là khá tốt. Đối với nhìn nhận, đánh giá của CBCNV thì các ý kiến được ghi nhận như công ty có đóng góp vào sự thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội, Quan tâm đến thế hệ tương lai, tình nguyện, công bằng, Hỗ trợ nhân viên học thêm, Ngưỡng mộ công ty, Quan tâm đến thế hệ tương lai, chúng tôi Tin cậy vào công ty, Chúng tôi Quan tâm người khác, đồng nghiệp, Chúng tôi Ý thức hành vi cá nhân, trong việc làm của bản thân với tổng các ý kiến được ghi nhận là 602 ý kiến. Đối với khách hàng, các phản hồi ý kiến được ghi nhận là 649 ý kiến và xoay quanh nội dung như Công ty có ý thức nhìn nhận bảo vệ tài nguyên môi trường, hoạt động tình nguyện nhiều lần trong năm, Công ty có sự quan tâm tới người lao động, tuân thủ pháp luật, Công ty Có trách nhiệm môi trường có trách nhiệm môi trường, Công ty cung cấp thông tin chính xác của sản phẩm tới khách hàng, Thấy nhân viên tận tâm công việc, với công ty, hoàn thành nhiệm vụ, Đóng góp vào sự thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội. Với 45 ghi nhận về những ý kiến của các cơ quan ban ngành như doanh nghiệp có bảo vệ tài nguyên môi trường, Tuân thủ pháp luật, Bảo vệ lợi ích người tiêu dùng, không thấy bị kiện cáo, Có đóng góp tham gia các chương trình từ thiện, Công ty có đóng góp vào sự thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội. Qua đó, có thể thấy rằng, hoạt động của các doanh nghiệp đã quan tâm tới trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, từ đó, có thể mang lại lợi ích to lớn cho hoạt động doanh nghiệp, cụ thể như tác động đến nhận thức của người lao động trong doanh nghiệp đối với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. không những thế, với sự quan tâm tới hoạt động sản phẩm, quan tâm tới người tiêu dùng, tới người lao động trong doanh nghiệp, đã tạo nên sự ngưỡng mộ của người lao động đối với doanh nghiệp, quan tâm của khách hàng, đối tác đối với doanh nghiệp, sự khen ngợi, ghi nhận của cơ quan chức năng đối với doanh nghiệp sẽ tạo nên cho doanh nghiệp những danh tiếng tốt. người lao động trong doanh nghiệp đó sẽ đặt niềm tin đối với doanh nghiệp đạt tới mức độ cao. Điều đó thể hiện trong những hành vi của người lao động, trong cư xử với khách hàng, đối tác. Thể hiện rõ trong bảng ghi nhận phản hồi của khách hàng về hoạt động doanh nghiệp ở nội dung chân thành trong giao tiếp, đàm phán, các nhân viên trong công ty tận tâm công việc, nhận thấy nhân viên nỗ lực hoàn thành nhiệm vụ, công việc được giao.

Tóm lại, với những ghi nhận qua thực tế hoạt động tại các doanh nghiệp, những phản hồi ghi nhận ý kiến từ CBCNV, từ khách hàng, từ đối tác và phản hồi từ các cơ

quan chức năng có thể thấy, các cảm nhận, phản hồi rất giá trị, giúp doanh nghiệp có thêm cơ sở để duy trì, điều chỉnh lại thực trạng hoạt động của doanh nghiệp để cải thiện, tạo cơ hội, điều kiện phát triển cho doanh nghiệp ngày thêm vững mạnh, bền vững, mở rộng thị trường. Vì phát triển bền vững vẫn tiếp tục là một xu hướng được lan tỏa trên toàn thế giới, liên quan đến Chương trình Nghị sự phát triển bền vững của Liên hợp quốc cho đến năm 2030. Việc triển khai các chính sách phát triển bền vững và xây dựng hiệu quả nguồn lực để đạt được các mục tiêu phát triển bền vững. Đặc thù của ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật là một ngành có tác động lớn đến cộng đồng và môi trường doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội sẽ khẳng định thương hiệu của mình trong xã hội. Do đó, đồng hành cùng sự phát triển chung của đất nước không chỉ là trách nhiệm mà còn là lợi ích cho doanh nghiệp, từ đó, tạo ra giá trị nhân văn, văn hóa doanh nghiệp, cũng như tăng khả năng cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới. Với hoạt động lĩnh vực ngành thuốc bảo vệ thực vật nói chung và tại Đồng bằng Sông Cửu Long nói riêng cần quan tâm đến trách nhiệm xã hội, tác động nhận thức trách nhiệm xã hội của những người xung quanh, nhân viên trong nội bộ doanh nghiệp. Đặc trưng lĩnh vực ngành thuốc bảo vệ thực vật, cộng đồng xã hội và số đông nhiều người, đặc biệt là nhân viên trong doanh nghiệp đều hiểu tác động rất lớn đến môi trường, đến cơ thể người dùng, vì thế, mong muốn và tiên quyết các doanh nghiệp trong lĩnh vực ngành phải đảm bảo bảo vệ môi trường vì thuốc bảo vệ thực vật có thể tác động đến môi trường, như ô nhiễm nước, đất và không khí. Việc nắm bắt và giảm thiểu tác động môi trường của sản phẩm có thể giúp công ty xây dựng hình ảnh tích cực trong cộng đồng và giảm thiểu nguy cơ xảy ra các vụ vi phạm môi trường. Bên cạnh đó, cũng cần tiên quyết bảo vệ sức khỏe con người vì sản phẩm bảo vệ thực vật có thể tiếp xúc với người sử dụng, người lao động và các cư dân sinh sống trong khu vực nông nghiệp. Việc đảm bảo sản phẩm an toàn và tuân thủ các quy định về sức khỏe con người sẽ tạo dựng lòng tin của khách hàng và người dùng, đồng thời tránh gây hại cho sức khỏe của nhân viên và cộng đồng nơi công ty hoạt động. Bảo vệ quyền lợi công nhân viên trong doanh nghiệp vì họ là những người đầu tiên chịu tác động của hoạt động sản xuất của doanh nghiệp, vì thế, doanh nghiệp cần đảm bảo các quyền lợi của người lao động, tuân thủ đạo đức lao động, tuân thủ quy định pháp luật và tham gia nhiều hơn nữa vào các hoạt động xã hội, như đóng góp vào các quỹ từ thiện, tài trợ các sự kiện xã hội hoặc xây dựng

nhà trẻ, trường học, có thể tạo ra một ảnh hưởng tích cực và tăng cường hình ảnh của doanh nghiệp trong cộng đồng.

3.1.6. Các hoạt động CSR ngành thuốc Bảo vệ Thực vật

Ngày nay, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) không còn là lựa chọn tự nguyện mà luôn được chú ý đề cao và đã trở thành một phần không thể thiếu trong chiến lược dài hạn của các doanh nghiệp, đặc biệt là trong ngành thuốc bảo vệ thực vật là lĩnh vực liên quan trực tiếp đến sức khỏe con người, an toàn thực phẩm và môi trường sinh thái.

Hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) trong ngành thuốc BVTV không chỉ dừng lại ở các hoạt động từ thiện xã hội, bảo vệ môi trường, trách nhiệm đạo đức, trách nhiệm pháp lý, trách nhiệm kinh tế mà còn mở rộng sang các khía cạnh như: đào tạo nông dân sử dụng thuốc an toàn, quản lý bao bì rác thải sau sử dụng, nâng cao nhận thức cộng đồng và hỗ trợ phát triển sinh kế cho người dân vùng nông thôn.

Trên thế giới, những tập đoàn đa quốc gia như Bayer, Syngenta Global, Corteva Agriscience không những cam kết đổi mới công nghệ xanh, mà còn đầu tư mạnh mẽ vào nghiên cứu các sản phẩm sinh học, minh bạch hóa thông tin chuỗi cung ứng, hướng đến một nền nông nghiệp toàn cầu bền vững.

3.1.6.1 Công ty Bayer Crop Science

Công ty Bayer Crop Science với CSR nổi bật như Quản lý từ nghiên cứu đến xử lý cuối vòng đời sản phẩm. Đào tạo nông dân và quản lý vỏ bao thuốc và đã triển khai huấn luyện hàng triệu nông dân về sử dụng an toàn thuốc BVTV (trên 1 triệu người chỉ riêng năm 2019), chuyển sang hình thức đào tạo số trong đại dịch COVID-19 (đến 2020 vẫn tiếp tục đạt con số tương tự) (BayerBayer, 2020).

3.1.6.2 Công ty Syngenta Group

Công ty Syngenta Group với các chương trình về CSR nổi bật Sáng kiến “Good Growth Plan” từ 2013 mà cụ thể là cam kết đầu tư 2 tỷ USD đến năm 2025 vào nghiên cứu nông nghiệp bền vững, đạt các mục tiêu như cải thiện đất nông nghiệp (3 triệu ha/năm), giảm carbon và đào tạo 8 triệu người mỗi năm về sử dụng an toàn sản phẩm (Syngenta, 2013). Mô hình đánh giá và minh bạch sản phẩm đã được Syngenta triển khai Portfolio Sustainability Framework (PSF) vào 2024-2025, đánh giá mức độ bền vững của từng sản phẩm theo tiêu chuẩn WBCSD, áp dụng cho 94% doanh thu

toàn tập đoàn (Syngenta Group, 2024). Đồng thời tiến hành chương trình hợp tác với Nature Conservancy. Mở rộng phục hồi hơn 300.000 ha đất tại Brazil và tái sinh đất nông nghiệp tại Trung Quốc, Mỹ đến năm 2026 (Syngenta Group, 2025). Cam kết giảm phát thải và tối ưu vận hành. Giảm 38% phát thải Scope 1 và Scope 2 vào 2030 trên cơ sở 2022, kèm các biện pháp tiết kiệm năng lượng và nước tại nhà máy Syngenta Group1 và Syngenta 1.

Tại Việt Nam, các doanh nghiệp như TTC AgriS (thuộc TTC Group); Tập đoàn Lộc Trời và Syngenta Việt Nam cũng đã có những hành động, chương trình cụ thể về CSR đã diễn ra.

3.1.6.3 Tập đoàn TTC AgriS (thuộc TTC Group)

Tập đoàn TTC AgriS (thuộc TTC Group) với việc thực hiện CSR qua chương trình 10 Triệu Cây Xanh nhằm Kiến tạo tương lai xanh. Bắt đầu từ 2023 đến 2030, với mục tiêu trồng và trao tặng 10 triệu cây xanh, kết hợp giải chạy phù xanh biên giới, trao cây giống cộng đồng (Nhân dân điện tử, 2024). Ngoài ra Tập đoàn TTC AgriS còn có hoạt động tài trợ học bổng, hỗ trợ sinh viên, học sinh, phát triển nguồn nhân lực. Chương trình CSR với hoạt động lắp đặt hệ thống lọc nước sạch cho cộng đồng. Chương trình "Nông dân An Giang 4.0" ứng dụng công nghệ vào quản lý thuốc BVTV. Với phạm vi triển khai tại Sóc Trăng, Bạc Liêu. Kết quả CSR thu được là xây dựng 10 hệ thống lọc nước sạch cho cộng đồng và Giúp nông dân giảm 15–20% lượng thuốc BVTV thông qua ứng dụng công nghệ và canh tác thông minh. (Báo cáo AGPPS, 2024).

3.1.6.4 Tập đoàn Lộc Trời

Tập đoàn Lộc Trời với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) đã tổ chức các hoạt động, chương trình như hỗ trợ cộng đồng nông dân với Quỹ “Chăm sóc sức khỏe nông dân” (2004) với hoạt động khám, chữa bệnh hơn 500.000 lượt, thực hiện >7.000 ca phẫu thuật mắt (Báo Nhân Dân điện tử, 2024). Hoạt động Cùng nông dân ra đồng (2006) với xấp xỉ 1.300 cán bộ hỗ trợ kỹ thuật, hướng dẫn sử dụng phân thuốc an toàn ở 22 tỉnh (VnResource, 2024). Hoạt động “Cùng nông dân bảo vệ môi trường” (2012), cụ thể là việc thực hiện gần 8.725 hội thảo, thu hút xấp xỉ 367.642 lượt tham dự (Báo Nhân Dân điện tử, 2022). Qua đó, Khẳng định rằng, Tập đoàn Lộc Trời là doanh nghiệp sản xuất thuốc Bảo vệ thực vật hàng đầu Việt Nam với hơn

20 % thị phần và tiến đến dẫn đầu về trách nhiệm xã hội (CSR) của ngành nông nghiệp (Baochinhphu, 2024).

3.1.6.5 Công ty TNHH MTV Chitosan VN

Công Ty TNHH MTV Chitosan VN với hoạt động CSR luôn đặt mục tiêu sức khỏe người tiêu dùng và môi trường lên hàng đầu, vì thế, sản xuất phân bón sinh học và chế phẩm sinh học từ chitosan cam kết thân thiện với môi trường. Hợp tác nghiên cứu với Đại học Thủy sản Nha Trang để phát triển sản phẩm sinh học phục vụ nông nghiệp và thủy sản.

Công ty được biết đến với nghiên cứu sản xuất chitosan, có chứng nhận ISO 9001:2000 và HACCP.

3.1.6.6 Công ty TNHH TM Tân Thành

Hoạt động CSR được doanh nghiệp tập trung phát triển chế phẩm sinh học thân thiện với môi trường. Các hoạt động CSR như chương trình thiện nguyện “Gắn Kết Yêu Thương” suốt 10 năm qua, hỗ trợ cộng đồng nông thôn trong khu vực ĐBSCL và đồng thời tổ chức hoạt động truyền thông công khai khuyến khích sử dụng sản phẩm sinh học để bảo vệ sức khỏe cộng đồng và hệ sinh thái.

3.1.6.7 Công ty CP Nicotex Cần Thơ

Công ty CP Nicotex Cần Thơ chú trọng tới CSR vì thế, trong vận hành hoạt động của Nicotex Cần Thơ, Ban lãnh đạo đã đề cao CSR, đảm bảo chú trọng tới sức khỏe người tiêu dùng, tới nông dân và thể hiện trong Slogan: “Hiệu quả của nhà nông Niềm mong muốn của Nicotex”. Ban Lãnh đạo doanh nghiệp, doanh nghiệp luôn cam kết cung cấp sản phẩm an toàn, hỗ trợ nông dân qua các chương trình kỹ thuật và phân phối. Nicotex Cần Thơ có mặt tại nhiều tỉnh thành và cả Campuchia, góp phần vào công nghiệp hóa nông nghiệp.

3.1.6.8 Công ty Aryta Lifescience VN – Cần Thơ

Công ty Aryta Lifescience VN – Cần Thơ Sản xuất và cung cấp thuốc kích thích sinh học và thuốc bảo vệ thực vật chất lượng cao. Với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) được chú trọng, Công ty đã nâng cao chất lượng sản phẩm, quy trình sản xuất tiên tiến nhằm đảm bảo sức khỏe cộng đồng và bảo vệ môi trường, Vì thế, Công ty Aryta Lifescience VN – Cần Thơ đã được công nhận đạt chuẩn ISO 9001 và ISO 14001, cam kết bảo vệ môi trường và sức khỏe cộng đồng. Hiện nay, với uy tín

lớn mạnh, Aryta Lifescience VN – Cần Thơ đã có mạng lưới phân phối toàn quốc, hỗ trợ kỹ thuật cho nông dân.

3.1.6.9 Công ty CP Đồng Xanh (Long An)

Theo ghi nhận từ báo cáo tại doanh nghiệp, hoạt động CSR tiêu biểu của Đồng Xanh với những cam kết chất lượng và an toàn: Công ty luôn trung thành với phương châm “Đồng Xanh – Song Hành Chất Lượng”, đảm bảo sản phẩm thuốc bảo vệ thực vật đạt hiệu quả cao và an toàn cho người dùng. Đối với sản phẩm thân thiện môi trường, Đồng Xanh phát triển các dòng thuốc trừ sâu sinh học và phân bón hữu cơ, góp phần vào nền nông nghiệp bền vững và đạt được các chứng nhận uy tín:

ISO 9001:2015 Hệ thống quản lý chất lượng

ISO 14001:2015 Hệ thống quản lý môi trường

ISO/IEC 17025:2015 Năng lực phòng thử nghiệm

Không những thế, Công ty CP Đồng Xanh (Long An) còn đầu tư vào nghiên cứu và phát triển quy trình sản xuất hiện đại, tuyển dụng nhân sự có nghiệp vụ cao, và xây dựng hệ thống phân phối ổn định. Tiến hành chương trình hỗ trợ kỹ thuật cho nông dân thông qua đội ngũ chuyên gia tư vấn kỹ thuật luôn sẵn sàng hỗ trợ bà con nông dân trong việc sử dụng sản phẩm hiệu quả và an toàn. Cụ thể như Thúc đẩy nông nghiệp sạch và an toàn. Đồng Xanh cung cấp các sản phẩm thuốc bảo vệ thực vật và phân bón hữu cơ, giúp nông dân giảm thiểu rủi ro về sức khỏe và bảo vệ môi trường đất, nước. Điều này góp phần xây dựng hệ sinh thái nông nghiệp bền vững tại các tỉnh miền Tây Nam Bộ. Hỗ trợ kỹ thuật và tư vấn cho nông dân. Công ty duy trì đội ngũ chuyên gia kỹ thuật tư vấn trực tiếp cho bà con nông dân, giúp họ sử dụng sản phẩm đúng cách, nâng cao năng suất và chất lượng mùa vụ. Đào tạo và nâng cao nhận thức cộng đồng. Thông qua các hội thảo, bản tin kỹ thuật và chương trình truyền thông, Đồng Xanh giúp cộng đồng hiểu rõ hơn về nông nghiệp sinh học, bảo vệ thực vật an toàn và các giải pháp canh tác hiệu quả. Cam kết chất lượng và minh bạch. Việc đạt các chứng nhận quốc tế như ISO 9001 và ISO 14001 thể hiện cam kết của công ty đối với chất lượng sản phẩm và bảo vệ môi trường, tạo niềm tin cho cộng đồng địa phương.

Với những thực hiện về CSR mà Công ty Đồng Xanh thực hiện được, Công ty CP Đồng Xanh (Long An) được ghi nhận vị thế là một trong những doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực thuốc bảo vệ thực vật tại Việt Nam, với thị trường phân phối

trên toàn quốc và được đánh giá cao về uy tín thương hiệu, chất lượng sản phẩm và đóng góp vào phát triển nông nghiệp sạch.

Bảng 3.5: Tổng hợp các hoạt động CSR tiêu biểu

Doanh nghiệp	Hoạt động CSR tiêu biểu	Tác động/Thành tựu
Bayer Crop Science	Quản lý vòng đời sản phẩm Đào tạo nông dân về sử dụng thuốc an toàn Chuyển đổi sang đào tạo số trong COVID19	Đào tạo >1 triệu nông dân mỗi năm từ 2019 đến 2020
Syngenta Global	Good Growth Plan (\$2 tỷ đến 2025) Portfolio Sustainability Framework (PSF) Hợp tác phục hồi đất với Nature Conservancy Giảm phát thải Scope 1 và 2 đến 2030	Có 8 triệu người được đào tạo/năm 94% doanh thu áp dụng đánh giá PSF. Phục hồi 300.000+ ha đất
TTC AgriS (TTC Group)	Trồng 10 triệu cây xanh (2023–2030) Học bổng, lọc nước sạch Chương trình "Nông dân 4.0" giảm thuốc BVTV	Có 10 hệ thống lọc nước sạch Giảm 15–20% lượng thuốc BVTV sử dụng thông qua công nghệ
Tập đoàn Lọc Trờ	Quỹ chăm sóc sức khỏe nông dân (>500.000 lượt khám) Phẫu thuật mắt (>7.000 ca) “Cùng nông dân ra đồng” (1.300 cán bộ, 22 tỉnh) 8.725 hội thảo bảo vệ môi trường	Đào tạo và hỗ trợ kỹ thuật quy mô lớn. Hơn 20% thị phần BVTV tại Việt Nam
Syngenta Việt Nam	“Môi trường sạch, Cuộc sống xanh” Thu gom vỏ bao thuốc (>170 tấn) Huấn luyện >30.000 nông dân Trồng ~5.000 cây xanh MOU với Viện BVTV phát triển giải pháp bền vững	Góp phần tạo chuyển biến nhận thức và hành động BVTV an toàn ở 20 tỉnh

Doanh nghiệp	Hoạt động CSR tiêu biểu	Tác động/Thành tựu
Chitosan Việt Nam	Sản xuất phân bón và chế phẩm sinh học Hợp tác nghiên cứu với Đại học Thủy sản Nha Trang Cam kết thân thiện môi trường	Đạt ISO 9001:2000 và HACCP
Tân Thành Co.	Phát triển chế phẩm sinh học Thiện nguyện “Gắn kết yêu thương” (10 năm) Truyền thông khuyến khích sản phẩm sinh học	Góp phần bảo vệ sức khỏe cộng đồng và hệ sinh thái vùng ĐBSCL
Nicotex Cần Thơ	Cam kết sản phẩm an toàn Chương trình hỗ trợ kỹ thuật, phân phối rộng	Phủ sóng tại nhiều tỉnh và Campuchia, góp phần CNH nông nghiệp
Aryta Lifescience VN – Cần Thơ	Sản phẩm chất lượng cao Cam kết quy trình tiên tiến ISO 9001, ISO 14001	Mạng lưới phân phối toàn quốc, hỗ trợ kỹ thuật tích cực cho nông dân
Công ty Đồng Xanh (Long An)	Thuốc trừ sâu sinh học, phân bón hữu cơ Hỗ trợ kỹ thuật chuyên sâu Chứng nhận: ISO 9001, 14001, IEC 17025	Doanh nghiệp hàng đầu ngành BVTV, hệ thống phân phối toàn quốc, phát triển nền nông nghiệp sạch

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Qua nội dung trình bày về các hoạt động CSR tiêu biểu của một số doanh nghiệp Việt Nam và thế giới, có thể thấy rằng hoạt động CSR trong ngành thuốc bảo vệ thực vật đã và đang được nhiều doanh nghiệp tích cực triển khai với tính chiến lược và định hướng mục tiêu bền vững rõ rệt.

Các tập đoàn đa quốc gia như Bayer và Syngenta đã đi đầu trong việc đầu tư mạnh vào công nghệ xanh, nghiên cứu sản phẩm sinh học, minh bạch chuỗi cung ứng và phát triển nông nghiệp bền vững toàn cầu. Không chỉ dừng lại ở bảo vệ môi trường, họ còn tập trung vào đào tạo người dùng, giảm phát thải khí nhà kính và phục hồi hệ sinh thái.

Tại Việt Nam, các doanh nghiệp như TTC AgriS, Lộc Trời, Syngenta Việt Nam hay các công ty vừa và nhỏ như Chitosan VN, Tân Thành, Nicotex, Aryta, và Đồng

Xanh cũng đã chủ động thể hiện trách nhiệm xã hội thông qua các hoạt động cụ thể như tài trợ cộng đồng, chuyển đổi sang sản phẩm sinh học, huấn luyện nông dân, bảo vệ môi trường và hỗ trợ kỹ thuật. Một số công ty còn đạt được các chứng nhận quốc tế (ISO, HACCP) như bằng chứng cho cam kết chất lượng và trách nhiệm. Không những thế, tại Việt Nam, đặc biệt là khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) nơi chiếm tới gần 40% quy mô thị trường thuốc BVTV toàn quốc, vai trò của các doanh nghiệp trong việc triển khai các chương trình CSR càng trở nên cấp thiết. ĐBSCL đang đối mặt với các vấn đề tồn dư hóa chất trong nông sản và ô nhiễm nguồn nước, khiến ngành BVTV buộc phải tái cấu trúc theo hướng thân thiện với môi trường. Do đó, các doanh nghiệp đã đẩy mạnh các sáng kiến có trách nhiệm, góp phần giảm thiểu tác động tiêu cực đến hệ sinh thái.

Cụ thể, các chương trình CSR tại ĐBSCL như “Cánh đồng mẫu lớn” của Tập đoàn Lộc Trời đã giúp tiết giảm 20–25% lượng thuốc BVTV sử dụng, cắt giảm chi phí sản xuất, và giảm phát thải khoảng 18.000 tấn CO₂ mỗi năm. Tương tự, Syngenta Việt Nam đã tiến hành thu gom hàng trăm tấn vỏ bao bì thuốc và đào tạo hàng chục nghìn nông dân về sử dụng sản phẩm an toàn. Công ty AGPPS cũng góp phần cải thiện điều kiện sống của người dân thông qua hệ thống lọc nước và mô hình canh tác thông minh.

Cùng với hoạt động về CSR của các công ty Việt Nam thì như TTC AgriS, Nicotex Cần Thơ, Aryta Lifescience, Chitosan Việt Nam, Đồng Xanh..vv. cũng triển khai nhiều chương trình thiết thực: từ việc sản xuất chế phẩm sinh học, hỗ trợ cộng đồng nông dân, đào tạo kỹ thuật sử dụng an toàn, đến đầu tư vào công nghệ xanh và chuẩn quốc tế như ISO 9001, 14001.

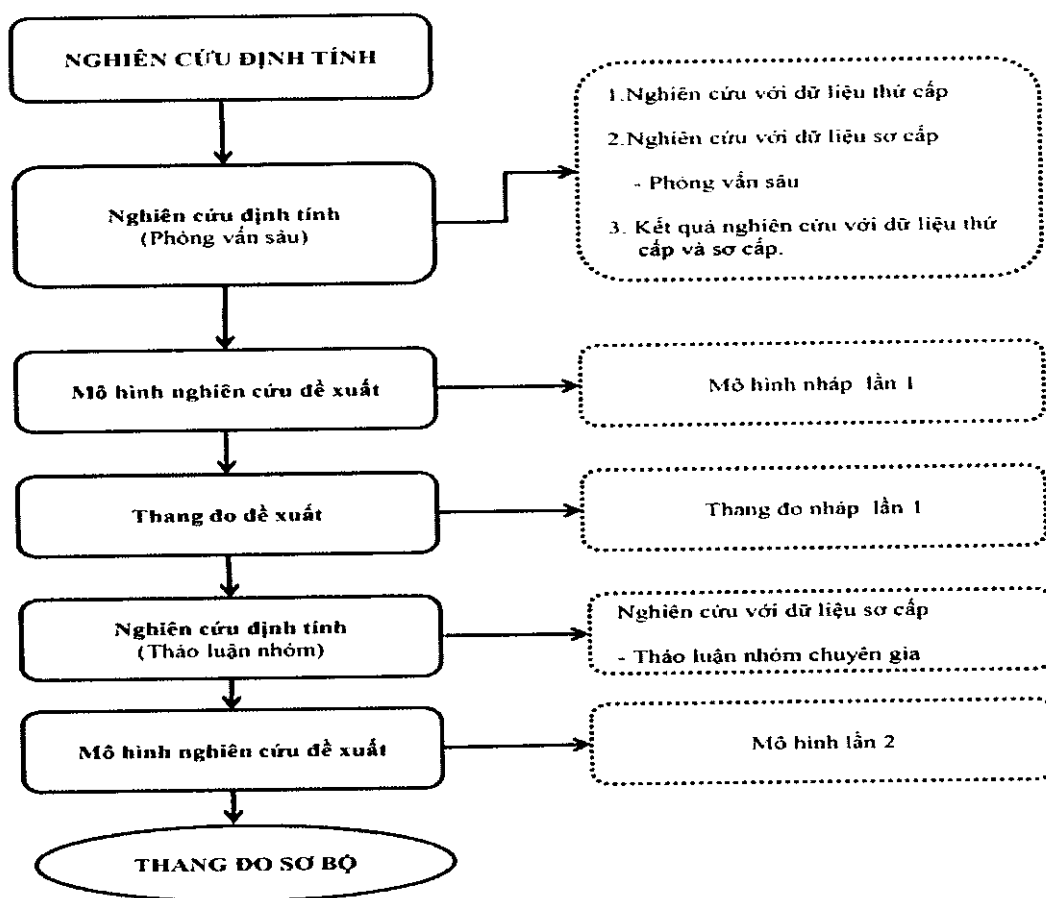
Với những hoạt động thiết thực và cụ thể như đã trình bày phía trên, có thể thấy rằng, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) trong ngành thuốc Bảo vệ thực vật (BVTV) không còn là hình thức bổ trợ mà đã trở thành một phần cốt lõi trong mô hình tăng trưởng bền vững. Sự kết hợp giữa chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp và trách nhiệm với cộng đồng xã hội, môi trường chung, đang giúp doanh nghiệp nâng cao uy tín, đồng thời đóng góp đáng kể vào mục tiêu phát triển nông nghiệp an toàn, hiệu quả và thân thiện với sinh thái của Việt Nam. Trong thực trạng hiện nay với bối cảnh thị trường với nhiều yêu cầu cao về chất lượng và an toàn sản phẩm nông nghiệp, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) không chỉ là trách nhiệm

chung của xã hội, mà còn là trách nhiệm của từng doanh nghiệp, là lợi thế cạnh tranh chiến lược cho các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật trong nước và trên trường quốc tế.

3.2. QUY TRÌNH NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH

Tác giả luận án thực hiện nghiên cứu định tính với dữ liệu thứ cấp và sơ cấp, như đã trình bày tại mục 1.6.1:

Quy trình nghiên cứu định tính được tác giả thực hiện hiện như sơ đồ Hình 3.1.



Hình 3.1: Quy trình nghiên cứu định tính

Nguồn: Tác giả luận án

3.2.1. Thu thập dữ liệu thứ cấp

3.2.1.1 Phương pháp thu thập số liệu

Tác giả luận án sử dụng dữ liệu thứ cấp thu thập được tại các doanh nghiệp trong khu vực nghiên cứu của Đồng bằng Sông Cửu Long giai đoạn từ năm 2020–2023. Từ số liệu có được, tác giả luận án sẽ tiến hành lựa chọn, phân tích, xử lý số liệu, nhằm đáp ứng yêu cầu, mục đích sử dụng trong bài nghiên cứu này.

3.2.1.2 Phương pháp thống kê

Phương pháp này nhằm sử dụng để thu thập, phân loại và sắp xếp dữ liệu cho quá trình phân tích thực trạng và hiệu quả trong hoạt động sản xuất, kinh doanh của một số doanh nghiệp khu vực của Đồng bằng Sông Cửu Long và đã được tác giả trình bày tại Mục 3.1.1 đến mục 3.1.9 ở trên.

3.2.1.3 Phương pháp so sánh

Tác giả luận án dùng phương pháp này định hướng cho thấy được các mối liên hệ, sự tương quan giữa các yếu tố như nhận thức trách nhiệm xã hội (PCSR), danh tiếng tổ chức (OR), niềm tin tổ chức (OT) và đánh giá chính xác về ảnh hưởng của các yếu tố đó đến kết quả công việc của nhân viên thể hiện qua kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP), hành vi công dân trong tổ chức (OCBO), (OCBI) mà mục tiêu của nghiên cứu nhắm tới.

3.2.1.4 Nhìn nhận về kết quả công việc của nhân viên

Kết quả công việc của nhân viên thể hiện qua kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP), hành vi công dân trong tổ chức (OCBO), (OCBI) mà mục tiêu của nghiên cứu nhắm tới. Với dữ liệu thứ cấp thu thập được trong hoạt động của các doanh nghiệp trong khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long, từ việc thống kê về những phản hồi của cán bộ công nhân viên trong doanh nghiệp, từ khách hàng, cơ quan ban ngành liên quan được ghi nhận trong hồ sơ lưu của các doanh nghiệp. Số liệu ghi nhận sử dụng từ 2021 đến 2023 có tổng số phản hồi từ cán bộ công nhân viên là 602. Phản hồi từ các cơ quan ban ngành liên quan là 45 phản hồi. Phản hồi từ các đối tác là 559 và kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh có sự biến động tăng giảm khác nhau theo từng năm vì có sự tác động của môi trường xung quanh, của môi trường nội bộ doanh nghiệp như niềm tin của cán bộ nhân viên đối với tổ chức, với danh tiếng của tổ chức.

Tóm lại, hoạt động của các doanh nghiệp với nhận thức trách nhiệm xã hội được nâng cao, có thể mang lại lợi ích to lớn cho hoạt động doanh nghiệp. Với sự quan tâm tới xã hội, hoạt động sản phẩm, quan tâm tới người tiêu dùng, tới người lao động trong doanh nghiệp, sẽ tác động nên sự ngưỡng mộ của người lao động đối với doanh nghiệp, quan tâm của khách hàng, đối tác đối với doanh nghiệp, sự khen ngợi, ghi nhận của cơ quan chức năng đối với doanh nghiệp sẽ tạo nên cho doanh nghiệp những danh tiếng tốt. người lao động trong doanh nghiệp đó sẽ đặt niềm tin đối với doanh nghiệp đạt tới mức độ cao. Điều đó thể hiện trong những hành vi của người lao

động, trong cư xử với khách hàng, đối tác, thể hiện rõ trong bảng ghi nhận phản hồi của khách hàng về hoạt động doanh nghiệp ở nội dung chân thành trong giao tiếp, đàm phán, các nhân viên trong công ty tận tâm công việc, nhận thấy nhân viên nỗ lực hoàn thành nhiệm vụ, công việc được giao.

3.2.2. Thu thập dữ liệu sơ cấp

3.2.2.1 Phương pháp phỏng vấn sâu

Mục đích phỏng vấn sâu, để tìm ra các yếu tố như (1) Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR); (2) Danh tiếng của tổ chức(OR); (3) Niềm tin tổ chức (OT); (4) Kết quả định hướng nhiệm vụ(IRTP); (5) Hành vi công dân trong tổ chức (OCB) bao gồm (OCBI), (OCBO)và (6) kết quả công việc của nhân viên. Theo Kvale (1996), phỏng vấn sâu còn được gọi là phỏng vấn trực tiếp là phương pháp trích xuất thông tin chi tiết hơn hoặc hiểu sâu hơn về một chủ đề hoặc khái niệm (Kvale, 1996). Những người tham gia phỏng vấn sâu được khuyến khích nói chuyên sâu về chủ đề đang nghiên cứu.

3.2.2.2 Bảo hòa và kích thước mẫu định tính

Độ bão hòa sẽ nhắc đến như một tiêu chí về cỡ mẫu trong các nghiên cứu định tính (Morse, 1995). Quá trình thu thập dữ liệu, nhà nghiên cứu so sánh các sự kiện được thêm vào liên tục cho đến khi thu được sự bão hòa toàn diện về các thuộc tính của các danh mục và mối quan hệ giữa chúng (Charmaz, 2006). Bão hòa xảy ra khi nhà nghiên cứu không còn nhận được thông tin mới, thuộc tính mới để bổ sung.

Một số tác giả đã đề xuất độ bão hòa dữ liệu cho các nghiên cứu có thể đạt được sau khi phỏng vấn 9 người. Nhưng Aldiabat và Navenec (2018) đề xuất số người tham gia là 16 người. Creswell (2013) và Morse (2000) đã đề xuất 20 đến 30 người.

Tác giả luận án tiến hành phỏng vấn cán bộ, công nhân viên của các doanh nghiệp tới người thứ 25 thì thông tin nhận được đã bị trùng lặp, kết quả phản hồi đã không có thêm điều mới, khía cạnh mới. Vì thế, số mẫu trong nghiên cứu định tính với phương pháp phỏng vấn sâu là n=25 người (Creswell, 2013; Morse, 2000) (Phụ lục 2).

3.2.2.3 Thiết kế phỏng vấn sâu

Nội dung phỏng vấn sâu gồm các câu hỏi dùng để hỏi các đối tượng tham gia phỏng vấn. Nội dung cuộc phỏng vấn sâu được chia ra làm 3 phần (phụ lục 1) và các

thành phần tham gia phỏng vấn sâu là những nhân sự của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thuốc bảo vệ thực vật khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long như trên.

- Phần 1: Giới thiệu
- Phần 2: Nội dung: Xác định các yếu tố chất lượng dịch vụ và các thuộc tính tương ứng có tác động sự hài lòng.
- Phần 3: Thống kê, sắp xếp, đánh giá, đề xuất về thuộc tính, yếu tố, thang đo.

3.2.2.4 Bảng câu hỏi phỏng vấn sâu

Nội dung chi tiết xem trong Phụ lục 1.

3.2.2.5 Kết quả của phỏng vấn sâu

Sau khi tác giả tiến hành phỏng vấn tới người thứ 25 thì thông tin nhận được đã bị trùng lặp, bão hòa và không có thêm yếu tố, khía cạnh, thuộc tính mới. Căn cứ vào ghi nhận thông tin mà người tham gia phỏng vấn sâu đã đề cập đến. Tác giả luận án tiến hành sắp xếp, phân loại, các từ ngữ và được tổng hợp chi tiết trong Phụ lục 3. Tại đây, tác giả luận án xin trình bày ngắn gọn về kết quả sắp xếp, phân loại, và nhóm gộp các khía cạnh, thuộc tính có trọng số cao.

3.2.2.6 Kết quả phỏng vấn sâu. Sắp xếp các cụm từ, cụm ý nghĩa

Căn cứ từ ngữ, thuộc tính trong khái niệm, Tác giả luận án chọn lọc, sắp xếp các thuộc tính phù hợp với các yếu tố trong Bảng 3.6 sau. Chi tiết xem trong Phụ lục 4.

Bảng 3.6: Tổng hợp các cụm từ ý nghĩa

STT	NHÓM	CÁC CỤM TỪ NGỮ, Ý NGHĨA
1	Nhóm 1	Bảo vệ tài nguyên môi trường; Quan tâm đến thể hệ tương lai; Đóng góp vào sự thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội
2	Nhóm 2	Hoạt động tình nguyện; Quan tâm mong muốn của viên; Cân bằng công việc, cuộc sống; Chính sách linh hoạt cho nhân viên; Hỗ trợ nhân viên học thêm
3	Nhóm 3	Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; thông tin chính xác của sản phẩm tới khách hàng
4	Nhóm 4	Tuân thủ pháp luật; Chính sách, thông tư nghị định chính phủ đối với hoạt động của các doanh nghiệp, đối với cộng đồng, xã hội, người lao động

STT	NHÓM	CÁC CỤM TỪ NGŨ, Ý NGHĨA
5	Nhóm 5	Cung cấp sp đáng giá tiền; Lịch sự với khách hàng; Có trách nhiệm môi trường; Triển vọng phát triển; Uy tín; Ngưỡng mộ công ty
6	Nhóm 6	Chân thật trong đàm phán; Tuân thủ lời đàm phán; Tin cậy tổ chức; Không lừa gạt; Chính sách tạo hợp tác; Tin tưởng nhân viên; Khuyến khích hợp tác
7	Nhóm 7	Hoàn thành nhiệm vụ; Đáp ứng yêu cầu của công việc; Trách nhiệm trong công việc; Không hoàn thành nhiệm vụ
8	Nhóm 8	Giúp đỡ người vắng mặt; Giúp đỡ người nặng nhọc; Lắng nghe lo lắng của đồng nghiệp; Giúp nhân viên mới; Quan tâm người khác; Làm việc vượt định mức; Nghỉ có phép; Bảo vệ tổ chức; Quan tâm hình ảnh tổ chức; Làm việc vượt mức; Tuân thủ nội quy; Tận tâm với công ty; Phàn nàn về điều nhỏ nhặt; Tham gia vì công ty; Tham gia vì công ty; Quan tâm các thông báo; Ý thức hành vi cá nhân; Tránh gây rắc rối
9	Nhóm 9	Luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao; Luôn hoàn thành trách nhiệm quy định trong mô tả công việc; Luôn thực hiện tốt các nhiệm vụ được cấp trên mong đợi; Luôn đáp ứng yêu cầu thực hiện công việc

3.2.2.7 Đề xuất nhóm cụm từ cho biến nghiên cứu

Với kết quả thu được câu quá trình phỏng vấn sâu là các từ mới, cụm từ, khía cạnh đã nêu trong Mục 3.2.2.6 ở trên. Tác giả luận án căn cứ từ ngữ, thuộc tính trong khái niệm, mô hình và thang đo của các nhà nghiên cứu như Turker (2009); Agarwal, Stackhouse và Osiyevskyy. (2018); Highhouse và cộng sự (2003); Top và cộng sự (2015); Pearce, Branyiczki và Bakacsi (1994); Janssen và Van Yperen (2004); Williams và Anderson (1991); Chaudhary (2020); Podsakoff và cộng sự. (1990). Tác giả luận án chọn lọc, sắp xếp phù hợp với các yếu tố trong Bảng 3.7 sau.

Bảng 3.7: Bảng đề xuất biến phụ thuộc là hài lòng với các thuộc tính

STT	NHÓM	CÁC CỤM TỪ NGŨ, Ý NGHĨA	TÁC GIẢ
1	Nhóm 1	Bảo vệ tài nguyên môi trường; Quan tâm đến thế hệ tương lai; Đóng góp vào sự thúc	Các bên liên quan

STT	NHÓM	CÁC CỤM TỪ NGỮ, Ý NGHĨA	TÁC GIẢ
		đẩy sự thịnh vượng của xã hội	(Turker, 2009)
2	Nhóm 2	Hoạt động tình nguyện; Quan tâm mong muốn của viên; Cân bằng công việc, cuộc sống; Chính sách linh hoạt cho nhân viên; Hỗ trợ nhân viên học thêm	Đối với nhân viên (Turker, 2009)
3	Nhóm 3	Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; thông tin chính xác sản phẩm tới khách hàng	Với khách hàng (Turker, 2009)
4	Nhóm 4	Tuân thủ pháp luật; Chính sách, thông tư nghị định chính phủ đối với hoạt động của các doanh nghiệp, đối với cộng đồng, xã hội, người lao động	Đối với chính phủ (Turker, 2009)
5	Nhóm 5	Cung cấp sản phẩm đáng giá tiền; Lịch sự với khách hàng; Có trách nhiệm môi trường; Triển vọng phát triển; Uy tín; Ngưỡng mộ công ty	Danh tiếng của doanh nghiệp. Agarwal, J., Stackhouse, M., và Osiyevskyy. (2018); (Highhouse và cộng sự, 2003)
6	Nhóm 6	Chân thật trong đàm phán; Tuân thủ lời đàm phán; Tin cậy tổ chức; Không lừa gạt; Chính sách tạo hợp tác; Tin tưởng nhân viên; Khuyến khích hợp tác	Niềm tin tổ chức (Top và cộng sự, 2015); Pearce, Branyiczki và Bakacsi. (1994)
7	Nhóm 7	Giúp đỡ người vắng mặt; Giúp đỡ người nặng nhọc; Lắng nghe lo lắng của đồng nghiệp; Giúp nhân viên mới; Quan tâm người khác; Làm việc vượt định mức; Nghi có phép; Bảo vệ tổ chức; Quan tâm hình ảnh tổ chức; Làm việc vượt mức; Tuân thủ	Hành vi công dân trong tổ chức (OCB) như (OCBI); (OCBO) Williams và Anderson (1991); (Chaudhary,

STT	NHÓM	CÁC CỤM TỪ NGỮ, Ý NGHĨA	TÁC GIẢ
		nội quy; Tận tâm với công ty; Phàn nàn về điều nhỏ nhất; Tham gia vì công ty; Tham gia vì công ty; Quan tâm các thông báo; Ý thức hành vi cá nhân; Tránh gây rắc rối	2020)2018; Podsakoff và cộng sự (1990);
8	Nhóm 8	Hoàn thành nhiệm vụ; Đáp ứng yêu cầu của công việc; Trách nhiệm trong công việc; Không hoàn thành nhiệm vụ;	Định hướng nhiệm vụ Janssen và Van Yperen (2004)
9	Nhóm 9	Luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao; Luôn hoàn thành trách nhiệm quy định trong mô tả công việc; Luôn thực hiện tốt các nhiệm vụ được cấp trên mong đợi; Luôn đáp ứng yêu cầu thực hiện chính thức của công việc; Đạt được các mục tiêu của công việc; Đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc; thể hiện chuyên môn trong tất cả các nhiệm vụ liên quan đến công việc; Đáp ứng mọi yêu cầu của công việc; Xuất hiện phù hợp với vai trò ở cấp cao hơn; Có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc, xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo; Thiện tốt công việc tổng thể bằng cách thực hiện các nhiệm vụ như mong đợi; Luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao; Luôn hoàn thành trách nhiệm quy định trong mô tả công việc; Luôn thực hiện tốt các nhiệm vụ được cấp trên mong đợi; Luôn đáp ứng yêu cầu thực hiện chính thức của công việc	Kết quả công việc Goodman, S. A., và Svyantek, D. J. (1999).

Nguồn: Tác giả tổng hợp

3.2.2.8 Đề xuất thang đo phù hợp với cụm từ, từ ngữ, khía cạnh

Tác giả luận án căn cứ từ ngữ, thuộc tính trong khái niệm, mô hình và thang đo của các nhà nghiên cứu như Turker (2009); Agarwal, Stackhouse và Osiyevskyy.

(2018); Highhouse và cộng sự (2003); Top và cộng sự (2015); Pearce, Branyiczki và Bakacsi (1994); Janssen và Van Yperen (2004); Williams và Anderson (1991); Chaudhary (2020); Podsakoff và cộng sự. (1990); Goodman và Svyantek (1999) và đã chọn lọc, sắp xếp phù hợp với các yếu tố trong Bảng 3.8. Giờ đây, tác giả luận án đề xuất thang đo sau.

Bảng 3.8: Bảng đề xuất thang phù hợp với từ, cụm từ, khía cạnh. thuộc tính.

I	TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP		TÁC GIẢ
1	Các bên liên quan	Bảo vệ tài nguyên môi trường	(Turker, 2009)
2	xã hội, phi xã hội	Quan tâm đến thế hệ tương lai	
3		Đóng góp vào sự thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội	
1	Đối với nhân viên	hoạt động tình nguyện	(Turker, 2009)
2		Quan tâm mong muốn của viên	
3		Cân bằng công việc, cuộc sống	
4		Chính sách linh hoạt cho nhân viên	
5		Hỗ trợ nhân viên học thêm	
1	Với khách hàng	Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng	(Turker, 2009)
2		thông tin chính xác của sản phẩm tới khách hàng	
1	Với chính phủ	Tuân thủ pháp luật	(Turker, 2009)
II	DANH TIẾNG CỦA TỔ CHỨC		TÁC GIẢ
1	Danh tiếng tổ chức	Cung cấp sp đáng giá tiền	Agarwal, Stackhouse và Osiyevskyy.(2018)
2		Lịch sử với khách hàng	
3		Có trách nhiệm môi trường	
4		Triển vọng phát triển	
1	Danh tiếng tổ chức	Uy tín	(Highhouse và cộng sự, 2003)
2		Ngưỡng mộ công ty	
III	NIỀM TIN TỔ CHỨC		TÁC GIẢ
1	Niềm tin tổ chức	Chân thật trong đàm phán	Top và cộng sự, (2015)
2		Tuân thủ lời đàm phán	
3		Tin cậy tc	
4		Không lừa gạt	

1	Niềm tin tổ chức	Chính sách tạo hợp tác	Pearce, Branyiczki và Bakacsi. (1994)
2		Tin tưởng nhân viên	
3		Khuyến khích hợp tác	
IV	ĐỊNH HƯỚNG NHIỆM VỤ		TÁC GIẢ
1		Hoàn thành nhiệm vụ	Janssen và Van Yperen (2004)
2		Đáp ứng yêu cầu của công việc	
3		Trách nhiệm trong công việc	
4		Không hoàn thành nhiệm vụ	
V	HÀNH VI CÔNG DÂN TRONG TỔ CHỨC		TÁC GIẢ
1	COBI	Giúp đỡ người vắng mặt	Williams và Anderson (1991)
2		Giúp đỡ người nặng nhọc	
3		Lắng nghe lo lắng của đồng nghiệp	
4		Giúp nhân viên mới	
5		Quan tâm người khác	
1	COBO	Làm việc vượt định mức	Williams và Anderson (1991)
2		Nghỉ có phép	
3		Bảo vệ tổ chức	
4		Quan tâm hình ảnh tổ chức	
1	COB	Làm việc vượt mức	(Chaudhary, 2020)2018
2		Tuân thủ nội quy	
3		Tận tâm với công ty	
4		Phản nản về điều nhỏ nhặt	
5		Tham gia vì công ty	
6		Tham gia vì công ty	
7		Quan tâm các thông báo	
8		Ý thức hành vi cá nhân	
9		Tránh gây rắc rối	
VI	THANG ĐO KẾT QUẢ CÔNG VIỆC		TÁC GIẢ
1	Kết quả công việc	Hoàn thành nhiệm vụ	Janssen và Van Yperen (2004)
2		Đáp ứng yêu cầu của công việc	
3		Trách nhiệm trong công việc	
4		Không hoàn thành nhiệm vụ	

1	Kết quả công việc	Đáp ứng yêu cầu của công việc	Goodman và Svyantek (1999)
2		Phù hợp với vai trò ở cấp cao hơn	
3		Có năng lực lĩnh vực công việc	
4		Thực hiện tốt công việc	
5		Hoàn thành tốt nhiệm vụ	
6		Lập kế hoạch, tổ chức để đạt được các mục tiêu của công việc	
7		Đáp ứng yêu cầu thực hiện chính thức của công việc	
8		Hoàn thành trách nhiệm quy định trong mô tả công việc	
9		Đáp ứng thời hạn công việc	

3.2.3. Thảo luận nhóm

Theo Gundumogula (2020), thảo luận nhóm tập trung giúp khám phá các khía cạnh và thông tin mới về nghiên cứu. Đối với Collins và O'Brien (2003), cuộc thảo luận, phỏng vấn nhóm về một chủ đề cụ thể, được điều hành bởi một người với mục tiêu của nhóm tập trung là cung cấp những hiểu biết hữu ích về chủ đề cụ thể đó. Barnett (2002) cũng đã phát biểu về thảo luận nhóm tập trung, có thể được sử dụng để tạo ra những ý tưởng hoặc kiến thức mới một cách độc lập trong nghiên cứu. Nhóm tập trung là một công cụ rất có giá trị cho nghiên cứu định tính. Có thể sử dụng trong giai đoạn tiền cấu trúc của nghiên cứu để kiểm tra xem tất cả các khía cạnh có nằm trong nhận thức của nhà nghiên cứu hoặc khi nhà nghiên cứu muốn thu thập thêm quan điểm hoặc nhận định khác của các chuyên gia (Gundumogula, 2020).

Đến đây, vấn đề đặt ra, cần bao nhiêu người để đủ điều kiện cho cuộc thảo luận nhóm? Theo Krueger (1994), nhóm nên tối thiểu 03 người và tối đa là 12 người, đối với Twinn (1998) nhóm có từ 04 người đến 05 người.

Với trình bày nêu trên về cơ sở lý thuyết của thảo luận nhóm. Tác giả tổ chức thảo luận nhóm với số lượng người theo Theo Krueger (1994) và tổ chức nhóm là 10 người, nhằm mục đích chọn lọc và bổ sung các nội dung mới, được khám phá từ phỏng vấn sâu, đồng thời bổ sung tính mới và hiệu chỉnh thang đo, điều chỉnh tính

chính xác của từ ngữ cho đúng chuyên môn và bối cảnh ngành, với CT001 là 1 người, CT002 là 1 người đến CT009 có 2 người, tổng là 10 người.

3.2.3.1 Thảo luận nhóm

Quá trình thảo luận nhóm được ghi nhận các phản hồi từ nhóm chuyên gia, ghi nhận các điều chỉnh bổ sung, điều chỉnh thang đo, bảng câu hỏi, từ ngữ đúng trong chuyên môn và ngành nghiên cứu. Trình tự thảo luận nhóm tiến hành như sau:

- Điều hành thảo luận:
- Thư ký ghi chép:
- Số lượng chuyên gia: Gồm 10 chuyên gia (Danh sách chi tiết Phụ lục 5)
- Nội dung gồm 6 phần như sau:
 1. Thảo luận và điều chỉnh các thành phần của các yếu tố.
 2. Xác nhận các thành phần của yếu tố nhận thức trách nhiệm xã hội
 3. Xác nhận các thành phần của yếu tố Danh tiếng tổ chức
 4. Xác nhận các thành phần của yếu tố Niềm tin tổ chức
 5. Xác nhận các thành phần của yếu tố kết quả định hướng nhiệm vụ
 6. Xác nhận các thành phần của yếu tố hành vi COBI; OCBO
 7. Xác nhận các thành phần của yếu tố Kết quả công việc của nhân viên
- Thời lượng thực hiện: **Khoảng 60 – 90 phút**
- Địa điểm:
- Công cụ dụng cụ: Máy chiếu, bảng trắng, bút, giấy ghi chép các ý kiến
- Tiến hành thực hiện (xin xem chi tiết) tại Phụ lục 6.

3.2.3.2 Tiêu chí chuyên gia

Để thuận tiện cho việc lựa chọn chuyên gia trong thảo luận nhóm với lĩnh vực sản xuất, kinh doanh thuốc bảo vệ thực vật. Các tiêu chí sau đây được đưa ra để căn cứ trong việc chọn lựa chuyên gia phù hợp, đảm bảo buổi thảo luận đạt kết quả cao.

STT	TIÊU CHÍ	MÔ TẢ NGẮN GỌN
1	Giới tính / tuổi	Nam / Nữ lứa tuổi từ 25 – 55 tuổi
1	Chuyên môn	Có chuyên môn liên quan đến nông nghiệp, thuốc bảo vệ thực vật, quản trị doanh nghiệp, CSR hoặc quản trị nhân sự

2	Kinh nghiệm	Đã làm việc tối thiểu 3 năm trong ngành liên quan tới sản xuất, kinh doanh, quản lý, nghiên cứu hoặc giảng dạy trong lĩnh vực
3	Hiểu biết	Hiểu biết về CSR hoặc hiệu suất làm việc, có kiến thức cơ bản về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, hoặc quản trị nhân sự, hiệu quả công việc của nhân sự trong doanh nghiệp.
4	Công tác	Hiện đã, đang làm việc tại doanh nghiệp sản xuất, cơ quan quản lý, viện/trường, hoặc tổ chức liên quan đến thuốc bảo vệ thực vật hoặc hóa học.
5	Từng tham gia	Có kinh nghiệm tham gia dự án, hội đồng đánh giá, phản biện hoặc nghiên cứu có liên quan là lợi thế
6	Khả năng thảo luận	Cam kết tham gia đầy đủ, có thể chia sẻ, trao đổi, phản biện ý kiến chuyên môn cách rõ ràng
7	Tư cách và uy tín cá nhân	Có tư cách khách quan, chính trực, không xung đột lợi ích, được đánh giá có uy tín

3.2.3.3 Kết quả của thảo luận nhóm chuyên gia

Sau khi kết thúc thảo luận nhóm với 10 chuyên gia. Không có đề xuất thêm yếu tố nào, ngoài các yếu tố đã nêu ra từ phỏng vấn sâu. Các từ ngữ, thuộc tính, thành phần đã được điều chỉnh vào thang đo để phù hợp với ý nghĩa, phù hợp với ngành thuốc bảo vệ thực vật hiện nay. Các ý kiến chuyên gia về việc xác nhận các yếu tố, khía cạnh, của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, danh tiếng tổ chức, niềm tin tổ chức, kết quả định hướng nhiệm vụ, hành vi công dân trong tổ chức khía cạnh với cá nhân và với tổ chức. kết quả công việc của nhân viên, tất cả hoàn toàn đồng thuận với nội dung đã ghi nhận, phân tích trong quá trình phỏng vấn sâu tại lần 1. Không có thêm ý kiến mới. Sự đồng thuận đạt mức 10/10 người, tương ứng 100%. (Chi tiết phụ lục 6).

Bảng 3.9: Thang Đo Trách Nhiệm Xã Hội

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
I	Các bên liên quan xã hội và phi xã hội	Tác giả	Đồng ý
1	Our company participates to the activities which aim to protect and improve the quality of the natural environment Công ty chúng tôi tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ và nâng cao chất lượng tài nguyên thiên nhiên môi trường	(Turker, 2009)	10/10 (100%)
2	Our company targets a sustainable growth which considers to the future generations Công ty chúng tôi đặt mục tiêu tăng trưởng bền vững, quan tâm đến thế hệ tương lai		
3	Our company contributes to the campaigns and projects that promote the wellbeing of the society Công ty chúng tôi đóng góp vào các chiến dịch và dự án thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội		
II	Đối với nhân viên	Tác giả	Đồng ý
4	Our company encourages its employees to participate to the voluntarily activities Công ty chúng tôi khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động tình nguyện	(Turker, 2009)	10/10 (100%)
5	The management of our company primarily concerns with employees' needs and wants Ban quản lý công ty chúng tôi chủ yếu quan tâm đến nhu cầu và mong muốn của nhân viên		
	Our company implements flexible policies		

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
6	to provide a good work and life balance for its employees Công ty chúng tôi thực hiện các chính sách linh hoạt để mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên		
7	Our company implements flexible policies to provide a good work and life balance for its employees. Công ty chúng tôi thực hiện các chính sách linh hoạt nhằm mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên của mình.		
8	Our company supports employees who want to acquire additional education. Công ty chúng tôi hỗ trợ những nhân viên muốn học thêm.		
III	Đối với khách hàng	Tác giả	Đồng ý
9	Our company protects consumer rights beyond the legal requirements Công ty chúng tôi bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng ngoài các yêu cầu pháp lý	(Turker, 2009)	10/10 (100%)
10	Our company provides full and accurate information about its products to its customers Công ty chúng tôi cung cấp thông tin đầy đủ và chính xác về sản phẩm cho khách hàng		
IV	Đối với Chính phủ	Tác giả	Đồng ý
11	Our company complies with the legal regulations completely and promptly	(Turker,	10/10

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
	Công ty chúng tôi tuân thủ đầy đủ và kịp thời các quy định pháp luật	2009)	(100%)

Bảng 3.10: Thang Đo Danh tiếng công ty

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
1	This company offers products and services that are a good value for the money. Công ty này cung cấp các sản phẩm và dịch vụ đáng giá tiền.	Agarwal và cộng sự (2018)	10/10 (100%)
2	This company has employees who treat customers courteously. Công ty này có những nhân viên đối xử lịch sự với khách hàng.		
3	This company is an environmentally responsible company. Công ty này là một công ty có trách nhiệm với môi trường.		
4	This company looks like a company with strong prospects for future growth. Công ty này trông giống như một công ty có triển vọng phát triển mạnh mẽ trong tương lai.		
5	This is a reputable company to work for Công ty là một nơi có uy tín để làm việc	(Highhouse và cộng sự, 2003)	10/10 (100%)
6	It is a company that I admire and Đó là một công ty mà Anh/Chị ngưỡng mộ và tôn trọng		

Bảng 3.11: Thang Đo Niềm tin tổ chức

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
1	We think the people in this organization tell the truth in negotiations Tôi nghĩ rằng những người trong tổ chức này nói sự thật trong các cuộc đàm phán	Top và cộng sự (2015)	10/10 (100%)
2	We think that this organization meets its negotiated obligations to our department. Tôi nghĩ rằng tổ chức này luôn đáp ứng các nghĩa vụ đã đàm phán		
3	In our opinion, this organization is reliable. Theo tôi, tổ chức này đáng tin cậy		
4	In general, the personnel policies seem to encourage cooperation among employees. Nhìn chung, các chính sách nhân sự có vẻ khuyến khích sự hợp tác giữa các nhân viên.	Pearce và cộng sự (1994)	10/10 (100%)
5	The performance appraisal system shows that this organization trusts its employees. Hệ thống đánh giá hiệu suất cho thấy tổ chức này tin tưởng nhân viên của mình.		

Bảng 3.12: Thang Đo Hành vi công cân trong tổ chức

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
4.1	Hành vi Cá nhân (OCBI)	Tác giả	Đồng ý
1	Helps others who have been absent. Giúp đỡ những người vắng mặt.	Williams và Anderson (1991)	10/10 (100%)
2	Helps others who have heavy work loads. Giúp đỡ người khác khi có khối lượng công việc nặng nhọc.		
3	Goes out of way to help new employees. Luôn nỗ lực giúp đỡ nhân viên mới.		

4	Is mindful of how his/her behavior affects other people's jobs. Có ý thức về việc hành vi của mình ảnh hưởng như thế nào đến công việc của người khác.	Podsakoff và cộng sự (1990)	10/10 (100%)
5	Tries to avoid creating problems for coworkers. Cố gắng tránh gây rắc rối cho đồng nghiệp.		
4.2	Hành vi Tổ chức (OCBO)	Tác giả	Đồng ý
1	Attendance at work is above the norm. Sự tham gia làm việc vượt quá định mức.	Williams và Anderson (1991)	10/10 (100%)
2	Take action to protect the organization from potential problems Thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn	Chaudhary (2020)	10/10 (100%)
3	Demonstrate concern about the image of the organization Thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức		
4	Obeys company rules and regulations even when no one is watching. Tuân thủ nội quy, quy định của công ty ngay cả khi không có người giám sát.	Podsakoff và cộng sự (1990)	10/10 (100%)
5	Attends functions that are not required, but help the company image. Tham gia các chức năng không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh công ty.		

Bảng 3.13: Thang Đo Định hướng nhiệm vụ

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
2	This worker meets all the formal performance requirements of the job. Người lao động này đáp ứng tất cả các yêu cầu thực hiện chính thức của công việc.	Janssen và Van Yperen (2004)	10/10 (100%)
3	This worker fulfills all responsibilities required by his/her job. Người lao động này hoàn thành mọi trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu.		
4	This worker often fails to perform essential duties. Người lao động này thường không thực hiện được những nhiệm vụ thiết yếu		
5	Achieves the objectives of the job . Đạt được các mục tiêu của công việc		
6	Meets criteria for performance. Đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc		

Bảng 3.14: Thang Đo Kết quả công việc

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
1	Achieves the objectives of the job Đạt được các mục tiêu của công việc	Goodman và Svyantek (1999).	10/10 (100%)
2	Meets criteria for performance Đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc		
3	Demonstrates expertise in all jobrelated tasks Thể hiện chuyên môn trong tất cả các nhiệm vụ liên quan đến công việc		
4	Fulfills all the requirements of the job Đáp ứng mọi yêu cầu của công việc		
5	Could manage more responsibility than typically assigned Quản lý nhiều trách nhiệm hơn mức thường		

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
	được giao		
6	Is competent in all areas of the job, handles tasks with proficiency Có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc, xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo		
7	Adequately completes assigned duties Luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao		

Nguồn: Tác giả luận án tổng hợp

Thang đo sơ bộ

Từ kết quả đồng thuận của các chuyên gia về sự điều chỉnh, tác giả luận án đề xuất thang đo sơ bộ, áp dụng thang đo Likert với 5 mức độ (1: Hoàn toàn không đồng ý; 2: Không đồng ý; 3: Bình thường; 4: Đồng ý; 5: hoàn toàn đồng ý) và các thông tin được mã hóa như sau: Nhận Thức Trách Nhiệm Xã Hội gồm nhận thức các bên liên quan, đối với nhân viên, đối với khách hàng, đối với chính phủ được mã hóa từ PCSR1 – PCSR13; Danh Tiếng Tổ Chức được mã hóa từ OR1 – OR5; Niềm Tin Tổ Chức được mã hóa từ OT1OT5; Kết quả công việc của nhân viên gồm kết quả định hướng nhiệm vụ, hành vi công dân trong tổ chức xét ở hành vi cá nhân (OCBI) và hành vi đối với tổ chức (OCBO) và mã hóa từ EWR1- EWR20. Kết quả thang đo như Bảng 3.16 sau:

Bảng 3.15: Thang đo sơ bộ

Mã hóa	Thang đo	Thang Đo Likert 5 Mức Độ				
I	NHẬN THỨC TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI	1	2	3	4	5
I.1	Các bên liên quan					
PCSR1	Công ty tôi tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ tài nguyên môi trường					
PCSR2	Công ty tôi tham gia vào các hoạt động nhằm nâng cao chất lượng môi trường					
PCSR3	Công ty tôi đặt mục tiêu quan tâm đến thế hệ tương lai					
PCSR4	Công ty tôi đóng góp vào các chiến dịch thúc					

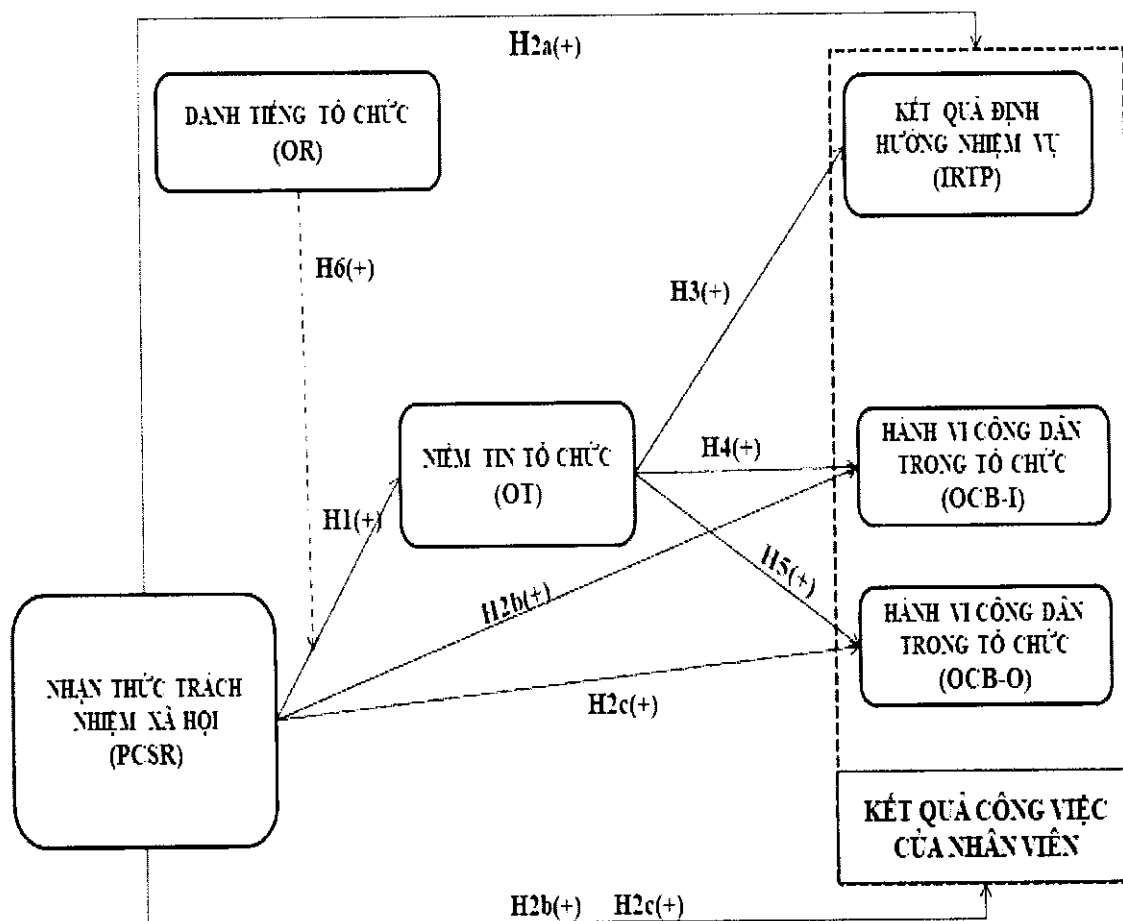
Mã hóa	Thang đo	Thang Đo Likert 5 Mức Độ				
	đẩy sự thịnh vượng của xã hội					
I.2	Đối với nhân viên					
PCSR5	Công ty tôi khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động tình nguyện					
PCSR6	Lãnh đạo công ty tôi quan tâm đến nhu cầu của nhân viên					
PCSR7	Công ty tôi thực hiện các chính sách linh hoạt mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên					
PCSR8	Công ty tôi hỗ trợ nhân viên muốn học thêm.					
I.3	Đối với khách hàng					
PCSR9	Công ty tôi bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vượt các yêu cầu pháp lý.					
PCSR10	Công ty tôi cung cấp thông tin đầy đủ về sản phẩm cho khách hàng					
PCSR11	Công ty tôi cung cấp thông tin chính xác về sản phẩm cho khách hàng					
I.4	Đối với Chính phủ					
PCSR12	Công ty tôi tuân thủ đầy đủ các quy định pháp luật					
PCSR13	Công ty tôi thực hiện kịp thời các quy định pháp luật					
PCSR14	Công ty tôi tuân thủ thực hiện theo các thông tư hướng dẫn.					
II	DANH TIẾNG TỔ CHỨC (OR)	1	2	3	4	5
OR1	Công ty cung cấp sản phẩm đáng giá tiền.					
OR2	Công ty này có trách nhiệm với môi trường					
OR3	Công ty này là một nơi có uy tín để tham gia làm việc					

Mã hóa	Thang đo	Thang Đo Likert 5 Mức Độ				
OR4	Công ty này rất được ngưỡng mộ					
OR5	Công ty này rất được tôn trọng					
III	NIỀM TIN TỔ CHỨC (OT)	1	2	3	4	5
OT1	Công ty nói sự thật trong các cuộc đàm phán					
OT2	Công ty luôn đáp ứng các nghĩa vụ đã đàm phán.					
OT3	Công ty này đáng tin cậy					
OT4	Công ty này có các chính sách nhân sự khuyến khích sự hợp tác giữa các nhân viên.					
OT5	Hệ thống đánh giá hiệu suất của công ty này cho thấy công ty tin tưởng nhân viên của họ					
V	KẾT QUẢ CÔNG VIỆC (EWR)	1	2	3	4	5
V.1	Định hướng nhiệm vụ	1	2	3	4	5
EWR1	Nhân viên công ty đáp ứng các yêu cầu thực hiện chính thức của công việc.					
EWR2	Nhân viên công ty hoàn thành trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu.					
EWR3	Nhân viên công ty này không thực hiện được những nhiệm vụ thiết yếu					
EWR4	Nhân viên công ty này đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc					
EWR5	Nhân viên công ty đạt được các mục tiêu của công việc					
EWR6	Nhân viên công ty này thể hiện chuyên môn trong các nhiệm vụ liên quan đến công việc					
EWR7	Nhân viên công ty này đáp ứng mọi yêu cầu của công việc					
EWR8	Nhân viên trong công ty này có năng lực trong					

Mã hóa	Thang đo	Thang Đo Likert 5 Mức Độ				
	mọi lĩnh vực công việc.					
EWR9	Nhân viên trong công ty này xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo					
EWR10	Nhân viên trong công ty này luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao					
V.2	Hành vi công dân trong tổ chức (OCBI)	1	2	3	4	5
EWR11	Nhân viên trong công ty này giúp đỡ những nhân viên vắng mặt.					
EWR12	Nhân viên trong công ty này giúp đỡ người khác khi có khối lượng công việc nặng nhọc.					
EWR13	Nhân viên trong công ty này luôn nỗ lực giúp đỡ nhân viên mới.					
EWR14	Nhân viên công ty này có ý thức về hành vi của mình ảnh hưởng thế nào đến công việc của người khác.					
EWR15	Nhân viên trong công ty này luôn cố gắng tránh gây rắc rối cho đồng nghiệp.					
V.3	Hành vi công dân trong tổ chức(OCBO)	1	2	3	4	5
EWR16	Nhân viên trong công ty này tham gia làm việc vượt quá định mức.					
EWR17	Nhân viên trong công ty này thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn					
EWR18	Nhân viên trong công ty này thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức					
EWR19	Nhân viên trong công ty tuân thủ nội quy của công ty ngay cả khi không có người giám sát.					
EWR20	Nhân viên trong công ty này tham gia các chức năng không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh công ty.					

a. Mô hình nghiên cứu xác nhận sau thảo luận nhóm

Với nội dung trình bày tại Mục 3.2.3 Kết quả nghiên cứu định tính gồm các nội dung thu thập số liệu, thống kê, so sánh, phân tích bộ dữ liệu thứ cấp từ tình hình thực tế tại doanh nghiệp, kết hợp với nghiên cứu định tính dữ liệu sơ cấp thông qua phỏng vấn sâu, thảo luận nhóm, dựa trên cơ sở lý thuyết đã đề cập ở Mục 2.1. Tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu trong luận án này như sau:



Hình 3.2: Mô hình nghiên cứu sau thảo luận nhóm

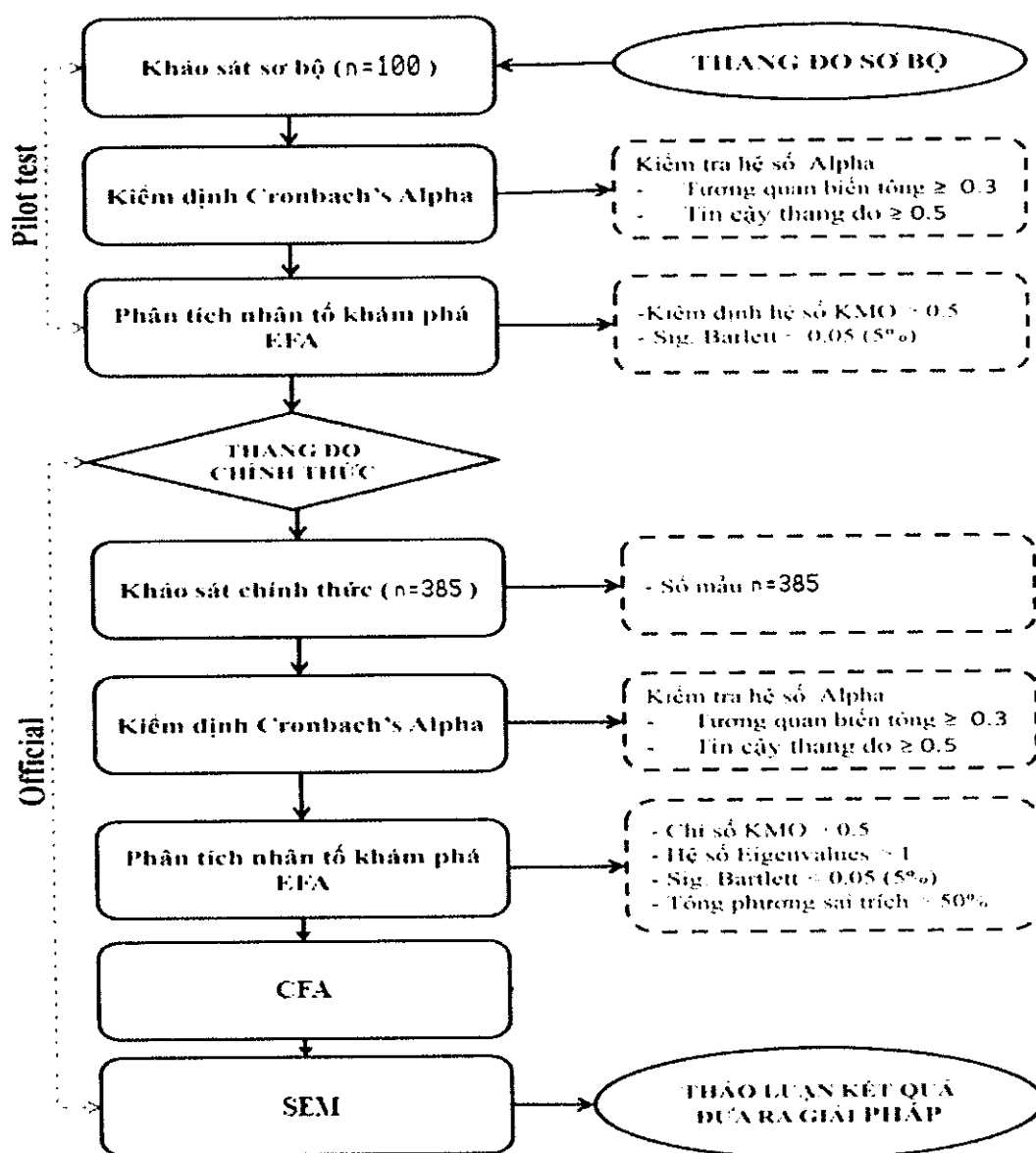
Nguồn: Tác giả luận án

3.3. NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG

3.3.1. Quy trình nghiên cứu định lượng

Tác giả tiến hành nghiên cứu định lượng với 2 giai đoạn như đã trình bày tại mục 1.6.1. **Giai đoạn 1:** Khảo sát sơ bộ (pilot test) với bảng câu hỏi và số lượng mẫu $n=100$, thời gian từ 20.06.2024 đến 20.07.2024. **Giai đoạn 2:** Khảo sát chính thức (Official) với bảng câu hỏi và số mẫu $n=385$ với thời gian từ ngày 15.08.2024 đến ngày 15.09.2024. Quá trình thực hiện được tác giả thao tác bằng việc gửi bảng khảo sát trực tiếp và với link Google Form được qua các app Zalo, Viber, Wechat..

Lưu đồ quy trình như hình 3.3 sau đây:



Hình 3.3: Quy trình nghiên cứu định lượng

3.3.2. Cỡ mẫu cho khảo sát thử nghiệm

Theo Hill (1998), nghiên cứu khảo sát thử nghiệm với cỡ mẫu đề xuất là $n=10$ đến $n=30$. Với Connelly (2008), đề xuất cỡ mẫu thử nghiệm $n=10\%$ cỡ mẫu dự kiến cho khảo sát chính thức. Belle (2002) đề xuất cỡ mẫu thử nghiệm là $n=12$. Trong cuốn cẩm nang nghiên cứu và đánh giá của Isaac và Michael (1995) thì đề xuất cỡ mẫu cho việc thử nghiệm là $n=10$ đến $n=30$. Theo Hair và cộng sự (2006) số mẫu thấp nhất $n=50$. Tuy nhiên, đối với nghiên cứu này, tác giả luận án đề xuất sử dụng cỡ mẫu cho nghiên cứu thử nghiệm (Pilot test) với cỡ mẫu $n=100$ nhằm đáp ứng tất cả các đề xuất của các tác giả nghiên cứu trên.

3.3.3. Thang đo Likert

Tác giả luận án sử dụng thang đo Likert 5 mức độ của Rensis Likert (1932). Thang đo này là một dự án được hình thành vào năm 1929 bởi Gardner Murphy với mục đích trình bày một loạt các vấn đề liên quan đến năm "lĩnh vực thái độ". Các đề xuất được trả lời theo mức độ tán thành hoặc không tán thành ở các mức độ khác nhau. (Rensis Likert, 1932).

Tác giả ứng dụng thang đo Likert 5 cấp độ trong bài và bảng khảo sát với các mức độ (1) Strongly Disagree; (2) Disagree; (3) Neutral; (4) Agree; (5) Strongly Agree. Tương ứng dịch nghĩa là (1) Hoàn toàn không đồng ý; (2) Không đồng ý; (3) Bình thường; (4) Đồng ý; (5) Hoàn toàn đồng ý;

3.3.4. Mã hóa dữ liệu

Bảng khảo sát gồm 43 câu hỏi khảo sát với các yếu tố Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp; Danh tiếng tổ chức; Niềm tin tổ chức; Kết quả công việc (Định hướng nhiệm vụ công việc; Hành vi công dân trong tổ chức –Hành vi cá nhân; Hành vi công dân trong tổ chức –Hành vi tổ chức)

PCSR: Với các biến quan sát từ PCSR1 đến PCSR13

Danh tiếng tổ chức (OR): Với các biến quan sát từ OR1 đến OR5

Niềm tin tổ chức (OT): Với các biến quan sát từ OT1 đến OT5

Kết quả công việc (EWR): Với các biến quan sát từ EWR1 đến EWR20

3.3.5. Cỡ mẫu cho khảo sát chính thức

Cỡ mẫu cho việc khảo sát chính thức sẽ tùy thuộc lĩnh vực của đề tài nghiên cứu và mô hình nghiên cứu mà tác giả sẽ lựa chọn cách tính cỡ mẫu khác nhau. Theo

Cochran's (1977), Với Z là khoảng tin cậy 95% tại giá trị 1,96 và e là sai số cho phép ($\pm 3\%$; $\pm 4\%$...) thì cỡ mẫu n là:

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

Theo Yamane Taro (1967), với m là dân số, e là sai số cho phép ($\pm 4\%$; $\pm 5\%$...) thì cỡ mẫu N sẽ được tính là:

A. Biết quy mô tổng thể

Chúng ta sẽ sử dụng công thức tính cỡ mẫu sau:

$$N = \frac{m}{1 + me^2}$$

B. Chưa biết quy mô tổng thể

Chúng ta sẽ sử dụng công thức tính cỡ mẫu sau:

$$N = Z^2 \frac{P(1 - P)}{e^2}$$

Trong đó: n: kích thước mẫu cần xác định; N: quy mô tổng thể.

e: sai số cho phép. Thường ba tỷ lệ sai số hay sử dụng là: ± 0.1 (1%), ± 0.05 (5%), ± 0.1 (10%), trong đó mức phổ biến nhất là ± 0.05 .

p: tỷ lệ ước lượng cỡ mẫu n thành công. Thường chúng ta chọn $p = 0.5$ để tích số $p(1p)$ là lớn nhất, điều này đảm bảo an toàn cho mẫu n ước lượng.

Z: giá trị tra bảng phân phối Z dựa vào độ tin cậy lựa chọn. Thông thường, độ tin cậy được sử dụng là 95% tương ứng với $Z = 1.96$.

Trong nghiên cứu này, tác giả luận án sử dụng cỡ mẫu theo Yamane Taro (1967) với trường hợp chưa biết quy mô tổng thể, vì thế, công thức cỡ mẫu là

$$N = Z^2 \frac{P(1 - P)}{e^2} = 1.96^2 \frac{0.5(1 - 0.5)}{0.05^2} = 384.16$$

Với cỡ mẫu $N = 384.16$. Tác giả luận án làm tròn là 385 mẫu

3.3.6. Phần mềm sử dụng

Quá trình thực hiện nghiên cứu định lượng được tác giả luận án sử dụng công cụ SPSS, Version 4.2 (IBM Corp, Armonk, NY, USA) để đánh giá mức độ tin cậy thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha và Phân tích nhân tố khám phá (EFA) nhằm xác định nhân tố thích hợp hoặc không thích hợp, đánh giá thang đo bằng nhân tố khẳng định CFA, kiểm định mô hình SEM trên AMOS.

3.3.7. Kiểm định độ tin cậy thang đo (Cronbach's Alpha)

Trong nghiên cứu định lượng, hệ số Cronbach's Alpha thường được sử dụng nhằm kiểm định độ tin cậy nội tại của thang đo, tức là đánh giá mức độ nhất quán giữa các biến quan sát trong cùng một khái niệm nghiên cứu (Hoàng Trọng và Chu Mộng Ngọc, 2008; Cortina, 1993). Giá trị của hệ số Cronbach's Alpha phản ánh mức độ liên hệ lẫn nhau giữa các biến quan sát, đồng thời cho biết thang đo có đảm bảo tính tin cậy hay không. Theo khuyến nghị của nhiều học giả (Nunnally và cộng sự, 1994; Bland, 1997; DeVellis và Thorpe, 2021), một thang đo được chấp nhận khi Cronbach's Alpha nằm trong khoảng từ 0,70 đến 0,95. Trong trường hợp thang đo mới phát triển, mức $\alpha \geq 0,60$ cũng có thể chấp nhận được (Nunnally, 1978; Peterson, 1994; Slater, 1995). Tuy nhiên, khi hệ số Alpha vượt quá 0,90, đặc biệt là trên 0,97, điều này có thể cho thấy sự dư thừa hoặc trùng lặp trong đo lường, tức là các biến quan sát nhiều khả năng đang diễn đạt cùng một nội dung (Streiner, 2003; Nguyễn Đình Thọ, 2013).

Để đảm bảo tính giá trị của thang đo, ngoài việc xem xét giá trị Cronbach's Alpha, nghiên cứu cũng tiến hành phân tích hệ số tương quan biến–tổng hiệu chỉnh (Corrected Item–Total Correlation). Theo Nunnally và cộng sự (1994), Tavakol và Dennick (2011), Hoàng Trọng và Chu Mộng Ngọc (2005) và Nguyễn Đình Thọ (2011), các biến quan sát có hệ số tương quan biến tổng nhỏ hơn 0,30 sẽ bị loại bỏ vì không đóng góp vào việc đo lường khái niệm nghiên cứu.

Trên cơ sở đó, luận án này quy định tiêu chuẩn đánh giá độ tin cậy thang đo như sau: thang đo được chấp nhận khi hệ số Cronbach's Alpha đạt từ 0,70 đến 0,95; đồng thời, các biến quan sát có hệ số tương quan biến–tổng hiệu chỉnh nhỏ hơn 0,30 sẽ bị loại khỏi thang đo.

3.3.8. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Theo DeCoster (1998), phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis – EFA) được sử dụng khi nhà nghiên cứu muốn xác định số lượng các nhân tố tiềm ẩn ảnh hưởng đến các biến quan sát, đồng thời khám phá mối quan hệ giữa các biến thông qua việc nhận diện các nhóm biến có xu hướng “đi cùng nhau”. McDonald (1985) cũng nhấn mạnh rằng giả thuyết cơ bản của EFA là tồn tại một số nhân tố tiềm ẩn chung trong tập dữ liệu, và mục tiêu của phương pháp này là xác định

số lượng nhân tố nhỏ nhất nhưng vẫn giải thích được phần lớn mối tương quan giữa các biến.

Trong luận án này, quá trình phân tích nhân tố khám phá được thực hiện bằng phần mềm SPSS, với sự quan tâm đến các tiêu chí đánh giá độ thích hợp của dữ liệu và độ tin cậy của mô hình, bao gồm: hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin), kiểm định Bartlett, giá trị Eigenvalue, hệ số tải nhân tố (Factor Loadings) và tỷ lệ phương sai trích (Cumulative Variance Explained).

a. Hệ số KMO (KaiserMeyerOlkin)

Chỉ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) được sử dụng nhằm đánh giá mức độ thích hợp của dữ liệu đối với phân tích nhân tố. Theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005, 2008) và Hair và cộng sự (1998), phân tích nhân tố được xem là phù hợp khi giá trị KMO nằm trong khoảng từ 0,5 đến 1, đồng thời kiểm định Bartlett's Test đạt mức ý nghĩa thống kê (Sig. < 0,05). Ngược lại, nếu $KMO < 0,5$ thì dữ liệu được coi là không thích hợp để tiến hành EFA. Kaiser (1974) thì cho rằng, hệ số KMO thích hợp để phân tích nhân tố khi:

Bảng 3.16: Hệ số KMO theo Kaiser (1974)

<0,5	$0,5 \leq < 0,6$	$0,6 \leq < 0,7$	$0,7 \leq < 0,8$	$0,8 \leq < 0,9$	$0,9 \leq \leq 1,0$
Loại bỏ	Xấu	Tạm được	Được	Tốt	Rất tốt

Nguồn: Tác giả tổng hợp của Kaiser (1974)

Như vậy, tác giả xác nhận lựa chọn KMO theo nghiên cứu của Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008); Hair và cộng sự (1998); Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005); Kaiser (1974) là $0,5 \leq KMO \leq 1$ và $Sig < 0,05$.

b. Kiểm định Bartlett

Kiểm định Bartlett dùng để xem xét các biến quan sát trong nhân tố có tương quan với nhau hay không. Sẽ có ý nghĩa thống kê khi $sig \text{ Bartlett's Test} < 0,05$ và điều đó chứng tỏ các biến quan sát tương quan với nhau trong nhân tố.

Trị số Eigenvalue được sử dụng để xác định số lượng nhân tố trong phân tích EFA. Theo Gerbing và Anderson (1988), một nhân tố chỉ được giữ lại khi có giá trị Eigenvalue ≥ 1 , tức là trong bảng Total Variance Explained, giá trị Initial Eigenvalues (Total) của nhân tố đó phải lớn hơn hoặc bằng 1. Điều này phản ánh rằng nhân tố giữ lại có khả năng giải thích được lượng phương sai nhiều hơn một

biến gốc đơn lẻ. Ngược lại, các nhân tố có Eigenvalue < 1 sẽ không có ý nghĩa trong việc tóm tắt thông tin và do đó không được chấp nhận.

Bên cạnh đó, tổng phương sai trích (Cumulative Variance Explained) được xem là chỉ số quan trọng để đánh giá sự phù hợp của mô hình. Khi giá trị tích lũy này đạt từ 50% trở lên, mô hình EFA được coi là đạt yêu cầu, bởi nó chứng minh rằng các nhân tố trích được đã giải thích phần lớn phương sai của dữ liệu. Như vậy, theo Gerbing và Anderson (1988), tiêu chuẩn chấp nhận nhân tố là Eigenvalue ≥ 1 kết hợp với tổng phương sai trích (Cumulative) $\geq 50\%$.

3.3.9. Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Để kiểm định giá trị phân biệt cho tất cả các khái niệm trong nghiên cứu này, một mô hình tối hạn được thiết lập. Mô hình tối hạn là mô hình mà trong đó các khái niệm nghiên cứu được tự do quan hệ với nhau (Gerbing và Anderson, 1988). Phân tích nhân tố khẳng định CFA nhằm mục đích đo lường mức độ phù hợp của mô hình nghiên cứu với thực tế bối cảnh nghiên cứu, đồng thời khẳng định lại tính đơn hướng, tin cậy, giá trị hội tụ và phân biệt của bộ thang đo của đề tài.

Theo Nguyễn Đình Thọ và Nguyễn Thị Mai Trang (2008), Phương pháp này thường sử dụng Chisquare điều chỉnh theo bậc tự do (CMIN/df); Chỉ số thích hợp so sánh (CFI_ Comparative Fit Index); Chỉ số Tucker và Lewis (TLI_ Tucker và Lewis Index); Chỉ số RMSEA (Root Mean Square Error Approximation); Chỉ số GFI Mô hình được xem là thích hợp với dữ liệu thị trường khi kiểm định và đạt các yêu cầu thì mô hình được xem là phù hợp với dữ liệu thực tế của bối cảnh nghiên cứu. Theo Hair và cộng sự (2010), chỉ số được xem xét để đánh giá Model Fit gồm:

- ❖ CMIN/df ≤ 3 là tốt, CMIN/df ≤ 5 là chấp nhận được
- ❖ GFI $\geq 0,9$ là tốt, CFI $\geq 0,95$ là rất tốt, GFI $\geq 0,8$ là chấp nhận được
- ❖ CFI, IFI, TLI $\geq 0,9$ là tốt, $\geq 0,95$ là rất tốt
- ❖ RMSEA $\leq 0,08$ là tốt, RMSEA $\leq 0,03$ là rất tốt

3.3.10. Phương pháp phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM)

Phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM) được thực hiện sau khi đã kiểm tra tính tin cậy của thang đo CRAAlpha, tính phù hợp của các nhân tố bằng phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích nhân tố khẳng định (CFA). Khác với việc phân tích dữ liệu thứ nhất (tương quan, hồi quy), trong mô hình phương trình cấu trúc tuyến tính sẽ xem xét đồng thời sức ảnh hưởng của các biến độc lập với nhau và biến phụ thuộc.

Mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) cũng cho phép giải quyết vấn đề đa cộng tuyến, sai số đo lường mà các phương pháp phân tích hồi quy không thực hiện được. Về cơ bản CFA là một dạng của SEM (Hair và cộng sự, 2006; Nguyễn Đình Thọ, 2011), vì vậy các chỉ số phù hợp mô hình của SEM được xem như trong phần kiểm định bằng CFA. Mặt khác, theo Nguyễn Đình Thọ (2011), khi phân tích SEM, đánh giá mức độ phù hợp của mô hình cũng được xem xét giống như khi phân tích CFA và quá trình phân tích cần đảm bảo các chỉ số đánh giá để mô hình được xem là thích hợp với dữ liệu nghiên cứu, cụ thể là trị số CMIN/df (<3); Chỉ số TLI, CFI $>0,9$; Chỉ số GFI $>0,8$ và Hệ số RMSEA $<0,08$.

Tác giả luận án sử dụng thang đo Likert 5 mức độ của Rensis Likert (1932) bảng khảo sát với các mức độ (1) Strongly Disagree; (2) Disagree; (3) Neutral; (4) Agree; (5) Strongly Agree. Tương ứng dịch nghĩa là (1) Hoàn toàn không đồng ý; (2) Không đồng ý; (3) Trung lập, phân vân; (4) Đồng ý; (5) Hoàn toàn đồng ý.

3.4. Tiểu kết Chương 3

Dựa trên nội dung của Chương 3, tác giả luận án đã tiến hành thu thập dữ liệu thứ cấp từ các doanh nghiệp trong khu vực, ghi nhận thực trạng hoạt động và phân tích tình hình vận hành của các công ty. Các nhóm dữ liệu được tổng hợp gồm tổng doanh số bán hàng năm; tổng số nhân sự năm; tổng số nhân sự nghỉ việc năm; tổng chi phí thường lệ, Tết; tổng chi phí cho hoạt động nội bộ; tổng chi phí cho hoạt động xã hội; tổng chi phí giá cost; và tổng lợi nhuận. Bên cạnh đó, tác giả cũng thu thập và phân tích các phản hồi của cán bộ nhân viên (CBNV) thông qua ý kiến đóng góp, khen ngợi trong quá trình hoạt động của công ty; ghi nhận phản hồi của khách hàng, phản hồi từ các đối tác và ý kiến của cơ quan ban ngành. Trên cơ sở đó, tác giả đánh giá tổng quan tình hình hoạt động của các doanh nghiệp.

Phần phương pháp được trình bày bao gồm các kỹ thuật xử lý dữ liệu thứ cấp như: phương pháp thu thập số liệu, phương pháp thống kê và phương pháp so sánh. Đối với dữ liệu sơ cấp, tác giả sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu nhằm xác định và làm rõ các yếu tố nghiên cứu: (1) Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR); (2) Danh tiếng tổ chức (OR); (3) Niềm tin tổ chức (OT); (4) Kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP); (5) Hành vi công dân trong tổ chức (OCB), bao gồm OCBI và OCBO; và (6) Kết quả công việc của nhân viên. Bộ câu hỏi phỏng vấn sâu được chia thành ba phần (Phụ lục 1), áp dụng cho các nhân sự của những doanh nghiệp

hoạt động trong lĩnh vực thuốc bảo vệ thực vật tại khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long. Tất cả nội dung phỏng vấn được sắp xếp, phân loại và tổng hợp trong Phụ lục 3; các thuộc tính phù hợp với từng yếu tố được chọn lọc và trình bày trong Phụ lục 4.

Tiếp theo, tác giả tiến hành thảo luận nhóm nhằm khám phá thêm các khía cạnh và thông tin mới liên quan đến mô hình nghiên cứu. Buổi thảo luận gồm: người điều hành, thư ký và các chuyên gia trong lĩnh vực. Kết quả được tổng hợp thành bảng ghi nhận các ý kiến đồng thuận và không đồng thuận của chuyên gia đối với từng yếu tố và từng thuộc tính. Dựa vào phản hồi này, tác giả đề xuất thang đo sơ bộ theo thang đo Likert 5 mức độ (1 = hoàn toàn không đồng ý ... 5 = hoàn toàn đồng ý). Các biến được mã hóa như sau: Nhận thức Trách nhiệm Xã hội (PCSR1–PCSR13) gồm nhận thức về các bên liên quan, đối với nhân viên, khách hàng và chính phủ; Danh tiếng tổ chức (OR1→OR5); Niềm tin tổ chức (OT1–OT5); Kết quả công việc của nhân viên gồm IRTP, OCBI, OCBO và được mã hóa từ EWR1–EWR20. Kết quả thang đo được trình bày trong Phụ lục 8.

Quá trình nghiên cứu định lượng được mô tả trong lưu đồ Hình 3.3. Ở bước thử nghiệm (Pilot test), tác giả sử dụng cỡ mẫu 100 theo gợi ý của Isaac và Michael (1995) và Hair và cộng sự. (2006). Đối với nghiên cứu chính thức, cỡ mẫu được xác định theo công thức của Yamane Taro (1967), với $n = 384.16$ và được làm tròn thành 385 mẫu. Các bước kiểm định bao gồm: kiểm định độ tin cậy thang đo bằng Cronbach's Alpha; phân tích nhân tố khám phá (EFA); phân tích nhân tố khẳng định (CFA); và mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM).

CHƯƠNG 4: KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH

Với quá trình thực hiện nghiên cứu định tính, từ dữ liệu thứ cấp, với Phương pháp thu thập số liệu, Phương pháp thống kê, Phương pháp so sánh, ghi nhận kết quả công việc của nhân viên, phản hồi của khách hàng từ 2021 đến 2023 có tổng số phản hồi từ cán bộ công nhân viên là 602. Phản hồi từ các cơ quan ban ngành liên quan là 45 phản hồi. Phản hồi từ các đối tác là 559 và kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh có sự biến động tăng giảm khác nhau theo từng năm vì có sự tác động của môi trường xung quanh, của môi trường nội bộ doanh nghiệp như niềm tin của cán bộ nhân viên đối với tổ chức, với danh tiếng của tổ chức. Qua đó thấy được rằng, doanh nghiệp nâng cao trách nhiệm xã hội sẽ mang lại lợi ích lớn như tạo danh tiếng tốt, nhận được sự tin tưởng của người lao động, khách hàng, đối tác và cơ quan chức năng. Người lao động sẽ gắn bó, cư xử chuyên nghiệp, tận tâm, và nỗ lực trong công việc. Điều này thể hiện qua sự hài lòng của khách hàng, sự chân thành trong giao tiếp, đàm phán và hiệu quả công việc của nhân viên.

Với dữ liệu sơ cấp. Tác giả tiến hành Phương pháp phỏng vấn sâu với bảng câu hỏi phỏng vấn sâu (Phụ lục 1). Sau khi tác giả tiến hành phỏng vấn tới người thứ 25 thì thông tin nhận được đã bị trùng lặp, bão hòa và không có thêm yếu tố, khía cạnh, thuộc tính mới. Tác giả luận án tiến hành sắp xếp, phân loại, các từ ngữ và được tổng hợp chi tiết trong Phụ lục 3. Căn cứ từ ngữ, thuộc tính trong khái niệm, Tác giả luận án chọn lọc, sắp xếp các thuộc tính phù hợp với các yếu tố trong Bảng 3.6. Với các từ mới, cụm từ, khía cạnh đã nêu trong Mục 3.2.2.6. Tác giả luận án căn cứ từ ngữ, thuộc tính trong khái niệm, mô hình và thang đo của các nhà nghiên cứu như Turker (2009); Agarwal, J., Stackhouse, M., và Osiyevskyy, O. (2018); Highhouse và cộng sự (2003); Top và cộng sự (2015); Pearce, Branyiczki và Bakacsi (1994); Janssen và Van Yperen (2004); Williams, L. J. và Anderson (1991); Chaudhary (2020); Podsakoff và cộng sự. (1990). Tác giả chọn lọc, sắp xếp phù hợp với các yếu tố trong Bảng 3.7 và Đề xuất thang đo phù hợp với cụm từ, từ ngữ, khía cạnh.

Quá trình Thảo luận nhóm. Kết quả của thảo luận nhóm với 10 chuyên gia. Tác giả không ghi nhận thêm yếu tố mới nào, ngoài các yếu tố đã nêu ra từ phỏng vấn sâu. Các từ ngữ, thuộc tính, thành phần đã được điều chỉnh vào thang đo để phù hợp với ý nghĩa, phù hợp với ngành thuốc bảo vệ thực vật hiện nay. Các ý kiến chuyên gia

về việc xác nhận các yếu tố, khía cạnh, của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, danh tiếng tổ chức, niềm tin tổ chức, kết quả định hướng nhiệm vụ, hành vi công dân trong tổ chức khía cạnh với cá nhân và với tổ chức. kết quả công việc của nhân viên, tất cả hoàn toàn đồng thuận với nội dung đã ghi nhận, phân tích trong quá trình phỏng vấn sâu và không có thêm ý kiến mới. Sự đồng thuận đạt mức 10/10 người, tương ứng 100%. (Chi tiết phụ lục 6) và thang đo sơ bộ được tác giả đề xuất cùng với thước đo Likert với 5 mức độ (1: Hoàn toàn không đồng ý, 2: Không đồng ý; 3: Bình thường; 4: Đồng ý; 5: hoàn toàn đồng ý), các thông tin được mã hóa như sau: Nhận Thức Trách Nhiệm Xã Hội gồm nhận thức các bên liên quan, đối với nhân viên, đối với khách hàng, đối với chính phủ được mã hóa từ PCSR1 – PCSR13; Danh Tiếng Tổ Chức được mã hóa từ OR1 – OR5; Niềm Tin Tổ Chức được mã hóa từ OT1OT5; Kết quả công việc của nhân viên gồm kết quả định hướng nhiệm vụ, hành vi công dân trong tổ chức xét ở hành vi cá nhân (OCBI) và hành vi đối với tổ chức (OCBO) được mã hóa từ EWR1-EWR20 (phụ lục 8; 9).

4.2 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG PILOT TEST (100 MẪU)

4.2.1 Bảng câu hỏi khảo sát sơ bộ

Bảng khảo sát sơ bộ chi tiết được trình bày tại Phụ lục 10.

4.2.2 Kết quả nghiên cứu sơ bộ (pilot test) 100 quan sát

Quá trình khảo sát sơ bộ (pilot test) 100 mẫu cung cấp những thông tin ban đầu quan trọng về độ tin cậy và tính hợp lệ của thang đo, cũng như cấu trúc nhân tố tiềm ẩn của các khái niệm nghiên cứu. Dưới đây là phân tích chi tiết dựa trên các bảng kết quả được thống kê từ phần mềm SPSS. Dưới đây tác giả trình bày ngắn gọn về kết quả của Cronbach's Alpha, chi tiết xin xem thêm trong Phụ lục 11.

4.2.1.1 Bảng kết quả tóm tắt kiểm định sơ bộ thang đo trong mô hình.

Bảng 4.1: Kết quả tóm tắt kiểm định sơ bộ thang đo trong mô hình.

Tên thang đo	Số lượng biến quan sát	Hệ số Cronbach Alpha	Kết quả kiểm định
Biến độc lập (PCSR)			
Trách nhiệm đối với các bên liên quan	4	0,826	Chấp nhận
Trách nhiệm đối với nhân viên	4	0,882	Chấp nhận

Trách nhiệm đối với khách hàng	3	0,872	Chấp nhận
Trách nhiệm đối với chính phủ	3	0,838	Chấp nhận
Biến trung gian (OT)			
Niềm tin vào tổ chức	5	0,843	Chấp nhận
Biến phụ thuộc (EWR)			
Kết quả định hướng nhiệm vụ	10	0,942	Chấp nhận
Hành vi công dân trong tổ chức(OCBI)	5	0,757	Chấp nhận
Hành vi công dân trong tổ chức(OCBO)	5	0,889	Chấp nhận
Biến điều tiết (OR)			
Danh tiếng tổ chức	5	0,887	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả từ nghiên cứu sơ bộ định lượng

4.2.1.2 Đánh giá độ tin cậy Cronbach Alpha của các thang đo lường

Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha của 9 thang đo trong mô hình nghiên cứu cho thấy tất cả các thang đo đều đạt yêu cầu và được chấp nhận để sử dụng trong các bước phân tích tiếp theo. Cụ thể, đối với biến độc lập PCSR, thang đo (1)Trách nhiệm đối với các bên liên quan gồm 4 biến quan sát có hệ số Cronbach's Alpha đạt 0,826; (2) Trách nhiệm đối với nhân viên gồm 4 biến quan sát đạt 0,882; (3) Trách nhiệm đối với khách hàng gồm 3 biến quan sát đạt 0,872 và (4)Trách nhiệm đối với chính phủ gồm 3 biến quan sát đạt 0,838. Tất cả các giá trị này đều lớn hơn 0,8 vượt ngưỡng 0,7 cho thấy mức độ tin cậy cao và thang đo ổn định.

❖ Đối với biến trung gian OT, thang đo Niềm tin vào tổ chức với 5 biến quan sát cho kết quả Cronbach's Alpha đạt 0,843 vượt ngưỡng 0,7, thể hiện độ tin cậy tốt và hoàn toàn đáp ứng yêu cầu của nghiên cứu.

❖ Đối với biến phụ thuộc EWR, thang đo Kết quả định hướng nhiệm vụ gồm 10 biến quan sát có hệ số 0,942 vượt ngưỡng 0,7 phản ánh độ tin cậy rất cao. Hai thang đo hành vi công dân tổ chức cũng cho kết quả đạt yêu cầu như OCBI (5 biến quan sát) đạt Cronbach's Alpha 0,757 vượt ngưỡng 0,7 và OCBO (5 biến quan sát) đạt 0,889 có mức độ tin cậy mạnh.

❖ Đối với biến điều tiết OR, thang đo Danh tiếng tổ chức gồm 5 biến quan sát có hệ số Cronbach's Alpha đạt 0,887 vượt ngưỡng 0,7, chứng tỏ thang đo có tính nhất quán nội tại cao và phù hợp để đưa vào các phân tích sâu hơn.

❖ Nhìn chung, toàn bộ các thang đo đều có hệ số Cronbach's Alpha từ 0,757 đến 0,942, vượt vượt ngưỡng 0,7 theo khuyến nghị của Hair và cộng sự (2010). Do đó, tất cả đều đảm bảo độ tin cậy và được giữ lại để tiếp tục thực hiện phân tích EFA, CFA và SEM trong các bước tiếp theo của luận án.

4.2.1.3 Phân tích nhân tố khám phá (EFA) sơ bộ 100 mẫu

Từ kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo đã nêu ở phần trên, quá trình phân tích nhân tố được tiến hành dựa trên các biến quan sát. Kết quả thu được sau khi phân tích EFA cho thấy việc phân tích nhân tố có ý nghĩa thống kê thông qua kết quả KMO bằng 0,694 lớn hơn 0,5 và Bartlett's Test (Sig. = 0.000) đều đạt yêu cầu. Đồng thời, giá trị tổng phương sai trích là 71.582% lớn hơn 50% và giá trị Eigenvalue hay còn gọi là giá trị riêng của nhân tố được rút trích lớn hơn 1. Đối với tất cả các tiêu chí thống kê trên thì phân tích nhân tố là phù hợp.

4.3 NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG CHÍNH THỨC 385 MẪU

4.3.1 Bảng khảo sát chính thức 385 mẫu

Với kết quả khảo sát sơ bộ nêu trên, các kết quả giá trị hệ số của Cronbach's Alpha để xác định độ tin cậy của thang đo đều đáp ứng $0,70 \leq \alpha \leq 0,95$. Kiểm định EFA với hệ số KMO có giá trị đạt từ $0,5 \leq KMO \leq 1$ và $Sig < 0,05$ và yếu tố tải factor loading nằm trong khoảng quy định từ $0,3 \leq \text{Factor loading} \leq 0,75$. Vì thế, tác giả xin trình bày bảng khảo sát chính thức như sau. Xin xem thêm tại Phụ lục 10.

4.3.2 Kết quả nghiên cứu định lượng chính thức 385 mẫu

4.3.2.1 Thông tin nhân khẩu học

Sau quá trình khảo sát từ ngày 15.08.2024 đến ngày 15.09.2024 thực hiện được tác giả thao tác bằng việc gửi bảng khảo sát trực tiếp và với link Google Form được qua các app Zalo, Viber, Wechat, Whatsapp. kết quả thu về 402 bảng câu hỏi trong đó có 385 bảng câu hỏi hợp lệ được mã hóa thông qua phần mềm SPSS để phân tích. Những thông tin này được tóm tắt trong bảng 4.2 sau:

Bảng 4. 2: Thông tin mẫu tham gia khảo sát

Thông tin	Lựa chọn	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nữ	138	35.8 %
	Nam	241	62.6 %
	Khác	6	1.6 %
Tuổi	2230	173	44.9 %
	3140	96	24.9 %
	4150	77	20.0 %
	Trên 50	39	10.1 %
Tình trạng hôn nhân	Độc thân	165	42.9 %
	Đã lập gia đình	220	57.1 %
Vị trí công việc	Nhân viên	346	90.1 %
	Quản lý	39	9.9 %
Trình độ học vấn	Dưới đại học	204	53.0 %
	Đại học	127	33.0 %
	Thạc sĩ	54	14.0 %
	Tiến sĩ	0	0.0 %
Thu nhập/tháng	<10 triệu	148	38.4 %
	1015 triệu	122	31.7 %
	1520 triệu	73	19.0 %
	> 20 triệu	42	10.9 %
Tổng cộng		385	100%

Nguồn: Tác giả xử lý SPSS

4.3.2.2 Phân tích đánh giá đặc điểm mẫu

Giới tính: Nam giới chiếm đa số với 62.6%, nữ giới chiếm 35.8%. Tỷ lệ chênh lệch này là khá phổ biến trong các ngành nghề liên quan đến sản xuất, nông nghiệp, đặc biệt là lĩnh vực sản xuất thuốc bảo vệ thực vật, nơi thường đòi hỏi sức khỏe, khả năng chịu đựng áp lực công việc cao.

Độ Tuổi: Nhóm tuổi 2230 chiếm tỷ lệ cao nhất (44.9%), tiếp theo là nhóm tuổi 3140 (24.9%). Điều này cho thấy lực lượng lao động trong ngành chủ yếu là người trẻ, phù hợp với đặc điểm của lao động phổ thông, thường bắt đầu làm việc sớm và có

sức khỏe tốt. Nhóm tuổi 41-50 chiếm 20% và nhóm tuổi trên 50 chiếm 10.1%, phản ánh số lượng công nhân lớn tuổi trong ngành cũng đáng kể, thể hiện kinh nghiệm và sự gắn bó lâu dài với nghề.

Tình trạng hôn nhân: Tỷ lệ người đã lập gia đình (57.1%) cao hơn so với người độc thân (42.9%). Đây là điều dễ hiểu khi nhóm đối tượng chủ yếu là người trẻ, đang trong độ tuổi lập gia đình và ổn định cuộc sống.

Vị trí công việc: Như đã đề cập, đối tượng khảo sát là công nhân – nhân viên, nên tỷ lệ nhân viên chiếm áp đảo (90.1%) là hoàn toàn phù hợp. Tỷ lệ quản lý thấp (9.9%) cũng phản ánh cơ cấu nhân sự phổ biến trong các công ty sản xuất.

Trình độ học vấn: Điểm đáng chú ý nhất là tỷ lệ người có trình độ dưới đại học chiếm đa số (53%), phản ánh chính xác thực tế rằng công nhân trong ngành sản xuất thuộc bảo vệ thực vật chủ yếu là lao động phổ thông, không yêu cầu bằng cấp cao. Tỷ lệ người có trình độ đại học (33%) cũng đáng lưu ý, cho thấy một bộ phận nhân viên đã được đào tạo bài bản về kiến thức chuyên môn, góp phần nâng cao chất lượng lao động trong ngành.

Mức thu nhập/tháng: Nhóm thu nhập dưới 15 triệu/tháng chiếm đa số (gần 70%), phù hợp với thực tế mức lương của công nhân tại khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long. Tỷ lệ người có thu nhập từ 15 triệu trở lên tương đối thấp (30%), cho thấy cơ hội thăng tiến và cải thiện thu nhập trong ngành còn hạn chế.

4.3.2.3 Kiểm định thang đo với hệ số Cronbach's Alpha ($n=385$)

Kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha được thực hiện để đảm bảo các biến quan sát trong mỗi thang đo đều đo lường cùng một khái niệm một cách nhất quán. Thang đo được xem là đạt độ tin cậy khi Cronbach's Alpha ≥ 0.6 . Kết quả phân tích độ tin cậy của 9 thang đo trong mô hình nghiên cứu được trình bày chi tiết trong Phụ lục 14 và tóm tắt trong Bảng 4.3 bên dưới.

Bảng 4. 3: Tóm tắt kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Tên thang đo	Số biến quan sát	Cronbach's Alpha	Kết quả
PCSR Các bên liên quan	4	0.806	Chấp nhận
PCSR Nhân viên	4	0.830	Chấp nhận

Tên thang đo	Số biến quan sát	Cronbach's Alpha	Kết quả
PCSR Khách hàng	3	0.790	Chấp nhận
PCSR Chính phủ	3	0.781	Chấp nhận
OR Danh tiếng	5	0.900	Chấp nhận
OT Niềm tin	5	0.901	Chấp nhận
EWR Định hướng nhiệm vụ	9	0.923	Chấp nhận
EWR OCBI	5	0.875	Chấp nhận
EWR OCBO	5	0.885	Chấp nhận

Nguồn: Tác giả xử lý SPSS

❖ Thang đo “trách nhiệm với các bên liên quan”: Thang đo này được đo lường bởi 4 biến quan sát từ PCSR1 đến PCSR4. Kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo có hệ số Cronbach's Alpha là 0,806 lớn hơn 0,6. Đồng thời cả 4 biến quan sát đều có tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach Alpha nếu loại biến của các biến quan sát đều nhỏ hơn Cronbach Alpha chung. Do đó, bốn biến quan sát đều được giữ cho phân tích tiếp theo.

❖ Thang đo “trách nhiệm với nhân viên”: Thang đo này được đo lường bởi 4 biến quan sát từ PCSR5 đến PCSR8. Kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo có hệ số Cronbach's Alpha là 0,830 lớn hơn 0,6. Đồng thời cả 4 biến quan sát đều có tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach Alpha nếu loại biến của các biến quan sát đều nhỏ hơn Cronbach Alpha chung. Do vậy, bốn biến quan sát đều được giữ cho phân tích tiếp theo.

❖ Thang đo “trách nhiệm với khách hàng”: thang đo này được đo lường bởi 3 biến quan sát từ PCSR9 đến PCSR11. Kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo có hệ số Cronbach's Alpha là 0,790 lớn hơn 0,6. Đồng thời cả 5 biến quan sát đều có tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach Alpha nếu loại biến của các biến quan sát đều nhỏ hơn Cronbach Alpha chung. Do vậy, ba biến quan sát đều được giữ cho phân tích tiếp theo.

❖ Thang đo “trách nhiệm với chính phủ”: thang đo này được đo lường bởi 3 biến quan sát từ PCSR12 đến PCSR14. Kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo có hệ số Cronbach’s Alpha là 0,781 lớn hơn 0,6. Đồng thời cả 3 biến quan sát đều có tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach Alpha nếu loại biến của các biến quan sát đều nhỏ hơn Cronbach Alpha chung. Do vậy, ba biến quan sát đều được giữ cho phân tích tiếp theo.

❖ Thang đo “đanh tiếng tổ chức” thang đo này được đo lường bởi 5 biến quan sát từ OR1 đến OR5, kết quả kiểm định độ tin cậy có hệ số Cronbach’s Alpha là 0,900 cao hơn mức yêu cầu là 0,6. Các hệ số tương quan biến tổng đều cao hơn so với mức giới hạn 0,3. Các hệ số Cronbach’s Alpha nếu loại biến đều thấp hơn mức tin cậy Cronbach’s Alpha chung. Do đó 5 biến quan sát đều được giữ cho các phân tích tiếp theo.

❖ **Thang đo “Niềm tin tổ chức”** Thang đo này được đo bởi 5 biến quan sát từ OT1 đến OT5. Kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo có hệ số Cronbach’s Alpha là $0,901 > 0,6$. Đồng thời cả 5 biến quan sát đều có tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach Alpha nếu loại biến của các biến quan sát đều nhỏ hơn Cronbach Alpha chung. Do vậy, thang đo niềm tin tổ chức thỏa mãn độ tin cậy (Phụ lục 12).

❖ **Thang đo “Kết quả định hướng nhiệm vụ” (IRTP)** được đo lường bởi 10 biến quan sát từ EWR1 đến EWR10. Kết quả phân tích độ tin cậy có Cronbach’s Alpha là 0,908 cao hơn mức yêu cầu là 0,6. Tuy nhiên, hệ số tương quan biến tổng của EWR8 là 0,272 nhỏ hơn 0,3 nên biến quan sát này không có tương quan với các biến quan sát trong cùng một nhân tố. Do đó, EWR8 bị loại ra khỏi nhân tố “Kết quả định hướng nhiệm vụ” và tiến hành kiểm định lần thứ hai. Việc loại bỏ biến quan sát EWR8 với nội dung “Nhân viên trong công ty này có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc” khỏi thang đo Kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) là hoàn toàn hợp lý cả về mặt lý thuyết lẫn phương pháp đo lường. Thứ nhất, xét về nội hàm khái niệm, IRTP phản ánh mức độ hoàn thành nhiệm vụ theo mô tả công việc của cá nhân trong phạm vi chức danh cụ thể. Trong khi đó, biến EWR8 lại đánh giá năng lực tổng quát của “nhân viên trong công ty” và mở rộng sang “mọi lĩnh vực công việc”, vượt ra ngoài phạm vi nhiệm vụ cụ thể của một cá nhân. Điều này làm giảm tính tương thích nội dung giữa biến quan sát và khái niệm cần đo lường. Thứ hai, về mặt đo lường, cụm từ “mọi lĩnh vực công việc” mang tính khái quát cao, thiếu tiêu chí cụ thể và khó

được người trả lời đánh giá một cách khách quan. Người tham gia khảo sát có thể diễn giải khác nhau về “mọi lĩnh vực”, dẫn đến sai lệch nhận thức và làm giảm độ tin cậy của thang đo. Ngoài ra, việc đánh giá năng lực chung của toàn bộ nhân viên trong công ty cũng có thể gây ra thiên lệch cảm tính, ảnh hưởng đến độ chính xác của dữ liệu. Thứ ba, trong phân tích định lượng (EFA/CFA/PLS-SEM), những biến quan sát mang tính bao quát hoặc mơ hồ thường có hệ số tải thấp, hệ số tương quan chéo cao hoặc làm giảm giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo. Do đó, việc loại bỏ EWR8 góp phần cải thiện độ tin cậy tổng hợp (CR), hệ số Cronbach's Alpha và giá trị AVE của thang đo IRTP. Vì những lý do trên, việc loại bỏ biến EWR8 giúp đảm bảo tính nhất quán khái niệm, nâng cao độ tin cậy và giá trị đo lường của thang đo Kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP), đồng thời làm tăng tính chính xác của mô hình nghiên cứu.

Kết quả lần thứ hai cho thấy hệ số Cronbach's Alpha độ tin cậy của thang đo có hệ số CrAlpha là $0,923 > 0,6$. Đồng thời cả 9 biến quan sát còn lại đều có tương quan biến tổng lớn hơn 0,3 và hệ số Cronbach Alpha nếu loại biến của các biến quan sát đều nhỏ hơn Cronbach Alpha chung. Do vậy, thang này thỏa mãn độ tin cậy

❖ Thang đo “hành vi công dân tổ chức” (OCBI) gồm 5 biến quan sát ký hiệu EWR11 đến EWR15 qua kiểm định độ tin cậy có hệ số Cronbach's Alpha là 0,875 cao hơn mức yêu cầu là 0,6. Các hệ số tương quan biến tổng đều cao hơn ngưỡng giới hạn là 0,3. Các hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến đều thấp hơn mức tin cậy Cronbach's Alpha chung. Do đó 5 biến quan sát đều được giữ cho phân tích tiếp theo

❖ Thang đo “hành vi công dân tổ chức” (OCBO) gồm 5 biến quan sát ký hiệu EWR16 đến EWR20 qua kiểm định độ tin cậy có hệ số Cronbach's Alpha là 0,885 cao hơn mức yêu cầu là 0,6. Các hệ số tương quan biến tổng đều cao hơn ngưỡng giới hạn là 0,3. Các hệ số Cronbach's Alpha nếu loại biến đều thấp hơn mức tin cậy Cronbach's Alpha chung. Do đó 5 biến quan sát đều được giữ cho phân tích tiếp theo

Sau khi kiểm định thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha, các thang đo này đều đáp ứng độ tin cậy và được đưa sang bước tiếp theo để phân tích nhân tố EFA nhằm đánh giá giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo.

4.3.2.4 Đánh giá thang đo bằng phân tích nhân tố khám phá (EFA)(385)

Từ kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo ở phần trên, việc phân tích nhân tố trước tiên được tiến hành dựa trên 43 biến quan sát của các nhân tố trong mô hình

đề xuất ban đầu. Kiểm định KMO và Bartlett's Test cho thấy dữ liệu phù hợp cho phân tích nhân tố (KMO = 0.913 > 0.5; Bartlett's Test: Chi bình phương = 10180.489, df = 903, Sig. = 0.000 < 0.05).

Bảng 4. 4: Hệ số KMO và kiểm định Bartlett's trong phân tích nhân tố

Hệ số KMO		0,913
Kiểm định Bartlett's	Chi bình phương	10180.489
	Bậc tự do	903
	Mức ý nghĩa	0.000

Đồng thời tổng phương sai trích là 60.357% > 50% cho thấy 9 nhân tố mới được rút trích này giải thích 60.357% sự biến thiên của tập dữ liệu và giá trị Eigenvalue của nhân tố cuối cùng được rút trích là 1.041 lớn hơn 1 đủ tiêu chuẩn phân tích nhân tố Xem thêm

Bảng 4.5. Ma trận nhân tố xoay trong phân tích EFA

Biến quan sát	Nhân tố								
	IRTP	OR	OT	OCBI	OCBO	PCSRB	PCSRA	PCSRD	PCSRC
EWR9	0.788								
EWR3	0.780								
EWR4	0.779								
EWR5	0.774								
EWR10	0.769								
EWR6	0.745								
EWR2	0.740								
EWR7	0.711								
EWR1	0.670								
OR2		0.872							
OR3		0.854							
OR5		0.851							
OR4		0.742							
OR1		0.676							
OT3			0.852						
OT1			0.827						

Biến quan sát	Nhân tố								
	IRTTP	OR	OT	OCBI	OCBO	PCSRB	PCSRA	PCSRD	PCSRC
OT5			0.805						
OT4			0.776						
OT2			0.722						
EWR15				0.826					
EWR12				0.786					
EWR14				0.768					
EWR11				0.745					
EWR13				0.551					
EWR20					0.865				
EWR17					0.820				
EWR19					0.765				
EWR16					0.681				
EWR18					0.574				
PCSR6						0.758			
PCSR7						0.742			
PCSR5						0.725			
PCSR8						0.680			
PCSR2							0.866		
PCSR1							0.693		
PCSR3							0.647		
PCSR4							0.612		
PCSR13								0.836	
PCSR12								0.744	
PCSR14								0.612	
PCSR9									0.656
PCSR10									0.592
PCSR11									0.587

Nguồn: Kết quả tác giả phân tích SPSS

Dựa vào bảng 4.4. là bảng ma trận xoay được thực hiện theo phương pháp xoay Promax và phương pháp trích xuất dữ liệu Principal Axis Factoring ta thấy các biến quan sát đạt các điều kiện sau:

Giá trị hội tụ: Các biến quan sát xếp thành nhóm với nhau với các hệ số tải nhân tố nằm cùng một cột trong cùng một thang đo như thang đo đã đề xuất ban đầu.

Giá trị phân biệt: các biến quan sát khác đều chỉ xuất hiện một hệ số tải nhân tố và đều lớn hơn 0,5 chứng tỏ các biến quan sát có ý nghĩa thực tiễn và có thể dùng để đưa vào các phần kiểm định tiếp theo.

Giải thích ý nghĩa các nhân tố và đặt tên:

Nhân tố 1 (Kết quả định hướng nhiệm vụ IRTTP): Nhân tố này bao gồm các biến quan sát liên quan đến khả năng hoàn thành công việc, đạt mục tiêu, và thể hiện chuyên môn trong công việc của nhân viên.

Nhân tố 2 (Danh tiếng tổ chức OR): Nhân tố này phản ánh nhận thức của nhân viên về uy tín, hình ảnh và sự tin cậy của tổ chức.

Nhân tố 3 (Niềm tin tổ chức OT): Nhóm này bao gồm các biến thể hiện niềm tin của nhân viên vào sự minh bạch, công bằng và đáng tin cậy của tổ chức.

Nhân tố 4 (hành vi công dân trong tổ chức hướng đến cá nhân OCBI): Nhân tố này thể hiện những hành vi công dân hướng đến lợi ích của cá nhân phản ánh các hành vi hỗ trợ, giúp đỡ đồng nghiệp, xây dựng môi trường làm việc tích cực.

Nhân tố 5 (hành vi công dân trong tổ chức hướng đến tổ chức OCBO): Nhân tố này thể hiện những hành vi công dân hướng đến lợi ích của tổ chức, như tham gia các hoạt động tự nguyện, bảo vệ hình ảnh của tổ chức.

Nhân tố 6 (PCSRB): Nhân tố này thể hiện nhận thức trách nhiệm của doanh nghiệp với nhân viên, nhân tố này thể hiện nhận thức của nhân viên về trách nhiệm của doanh nghiệp trong việc chăm lo đời sống, tạo điều kiện phát triển, và đảm bảo quyền lợi cho người lao động.

Nhân tố 7 (PCSRA): Nhân tố này thể hiện nhận thức trách nhiệm với các bên liên quan, thể hiện nhận thức của nhân viên về trách nhiệm của doanh nghiệp đối với cộng đồng, bao gồm các hoạt động từ thiện, bảo vệ môi trường, và đóng góp cho sự phát triển xã hội.

Nhân tố 8 (PCSRD): Nhân tố này thể hiện nhận thức trách nhiệm của doanh nghiệp với chính phủ, nhân tố này phản ánh nhận thức của nhân viên về việc doanh nghiệp tuân thủ luật pháp, chính sách, và các quy định của nhà nước.

Nhân tố 9 (PCSRC): Nhân tố này thể hiện nhận thức trách nhiệm của doanh nghiệp với khách hàng, nhân tố này thể hiện nhận thức của nhân viên về trách nhiệm

của doanh nghiệp trong việc đảm bảo quyền lợi, cung cấp thông tin minh bạch, và mang đến sự hài lòng cho khách hàng.

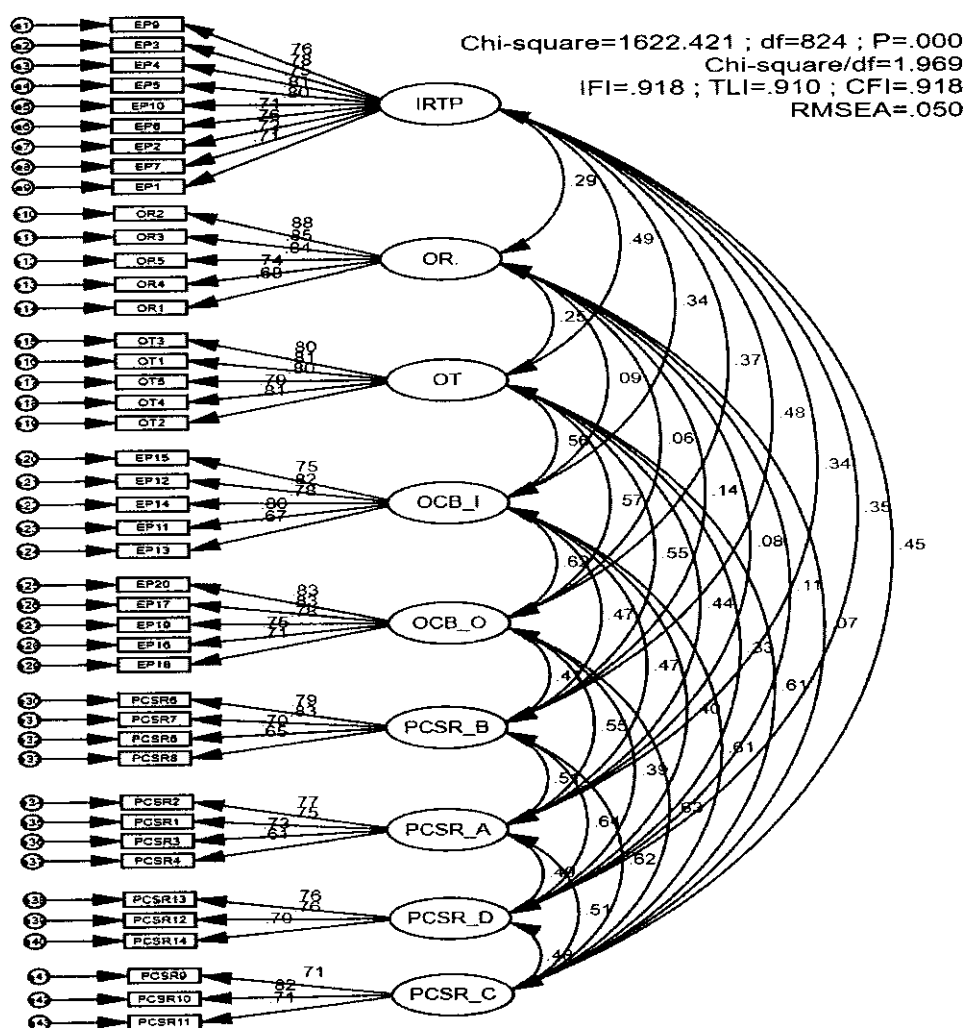
Như vậy, Phân tích ma trận xoay cho thấy các biến quan sát được phân bổ rõ ràng trên 9 nhân tố, thể hiện sự hội tụ cao trong từng nhóm biến và phân biệt tốt giữa các nhóm biến khác nhau.

Đối với kiểm soát sai lệch dữ liệu, để giải quyết mối quan ngại này, nghiên cứu hiện tại đã tuân thủ nghiêm ngặt các hướng dẫn về thủ tục do Podsakoff, MacKenzie, Lee và Podsakoff (2003) đề xuất nhằm kiểm soát sai lệch do phương pháp chung (common method bias – CMB). Cụ thể, nghiên cứu đã tiến hành kiểm định một nhân tố của Harman (Harman's single-factor test) thông qua phân tích nhân tố khám phá (EFA). Đây là một trong những phương pháp được sử dụng phổ biến để đánh giá xem liệu phần lớn phương sai của các biến quan sát có bị chi phối bởi một nhân tố chung hay không – điều có thể phản ánh sự tồn tại của sai lệch phương pháp.

Kết quả phân tích cho thấy không có một nhân tố đơn lẻ nào giải thích hơn 50% tổng phương sai của các biến quan sát. Điều này cho thấy dữ liệu không bị chi phối bởi một nguồn phương sai chung duy nhất, qua đó làm giảm lo ngại về hiện tượng các biến độc lập và phụ thuộc bị ảnh hưởng bởi cùng một phương pháp thu thập dữ liệu. Nói cách khác, các biến trong mô hình nghiên cứu có xu hướng phản ánh các cấu trúc khái niệm riêng biệt thay vì chỉ phản ánh một yếu tố chung do phương pháp đo lường tạo ra. Phát hiện này củng cố độ tin cậy và giá trị nội tại của nghiên cứu, cho thấy sai lệch phương pháp chung khó có khả năng ảnh hưởng đáng kể đến các mối quan hệ được kiểm định trong mô hình. Do đó, các kết luận rút ra từ kết quả phân tích có thể được xem là hợp lệ và đáng tin cậy, góp phần nâng cao tính chặt chẽ về phương pháp luận của nghiên cứu.

4.3.2.5 Đánh giá thang đo bằng phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Phân tích nhân tố khẳng định (CFA) được thực hiện để: (1) kiểm định lại cấu trúc nhân tố đã được xác định bởi EFA; (2) đánh giá mức độ phù hợp của mô hình đo lường với dữ liệu. Để thực hiện các kiểm định này thì một mô hình tối hạn được thiết lập. Mô hình tối hạn là mô hình mà trong đó các khái niệm nghiên cứu được tự do quan hệ với nhau (Gerbing và Anderson 1988). Kết quả phân tích nhân tố CFA được thực hiện cho các thang đo trong mô hình đề xuất ban đầu. Kết quả CFA chuẩn hóa như sau:



Hình 4.1: Kết quả CFA của mô hình đo lường tối hạn (chuẩn hóa)

Nguồn: Kết quả tác giả xử lý từ dữ liệu điều tra

❖ Kiểm tra và xử lý tính đơn hướng dữ liệu điều tra (chuẩn hóa)

Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA cho thấy mô hình này có giá trị thống kê Chi bình phương là 1622.421 với 824 bậc tự do ($p=0,000$), giá trị $CMIN/df=1,969$ nhỏ hơn 3. Ngoài ra, ta phải xét thêm các chỉ tiêu khác như $CFI=0,918$; $TLI=0,910$; $IFI=0,918$ đều lớn hơn 0,9 và chỉ số $RMSEA=0,05$ nhỏ hơn 0,08. Vì vậy mô hình đo lường tối hạn đạt được tính đơn hướng và tương thích với dữ liệu thị trường.

❖ Kết quả kiểm định mô hình đo lường nhân tố khẳng định

Thang đo đạt giá trị hội tụ nếu các trọng số hồi qui chuẩn hóa đều cao hơn 0,5 và phương sai trích $\geq 0,5$ (Gerbing và Anderson 1988). Xem bảng 4.5 các trọng số hồi qui đã chuẩn hóa của các biến quan sát, nhận thấy giá trị nhỏ nhất là 0.612 lớn

hơn 0.5 và các mối quan hệ đều có ý nghĩa thống kê ($P\text{value} < 0.05$) vì vậy có thể kết luận các thang đo của các khái niệm nghiên cứu đều đạt giá trị hội tụ. Kết quả kiểm định giá trị hội tụ của mô hình đo lường tối hạn được trình bày trong Bảng 4.6

Bảng 4.6: Hệ số hồi quy chuẩn hóa của mô hình CFA

			Giá trị ước lượng
EWR9	<	IRTP	0.759
EWR3	<	IRTP	0.781
EWR4	<	IRTP	0.752
EWR5	<	IRTP	0.810
EWR10	<	IRTP	0.804
EWR6	<	IRTP	0.709
EWR2	<	IRTP	0.758
EWR7	<	IRTP	0.724
EWR1	<	IRTP	0.706
OR2	<	OR	0.884
OR3	<	OR	0.854
OR5	<	OR	0.844
OR4	<	OR	0.744
OR1	<	OR	0.685
OT3	<	OT	0.800
OT1	<	OT	0.813
OT5	<	OT	0.802
OT4	<	OT	0.794
OT2	<	OT	0.814
EWR15	<	OCB_I	0.755
EWR12	<	OCB_I	0.823
EWR14	<	OCB_I	0.779
EWR11	<	OCB_I	0.800
EWR13	<	OCB_I	0.673

			Giá trị ước lượng
EWR20	<	OCB_O	0.827
EWR17	<	OCB_O	0.831
EWR19	<	OCB_O	0.778
EWR16	<	OCB_O	0.749
EWR18	<	OCB_O	0.714
PCSR6	<	PCSR_B	0.788
PCSR7	<	PCSR_B	0.834
PCSR5	<	PCSR_B	0.703
PCSR8	<	PCSR_B	0.645
PCSR2	<	PCSR_A	0.773
PCSR1	<	PCSR_A	0.749
PCSR3	<	PCSR_A	0.729
PCSR4	<	PCSR_A	0.612
PCSR13	<	PCSR_D	0.760
PCSR12	<	PCSR_D	0.756
PCSR14	<	PCSR_D	0.702
PCSR9	<	PCSR_C	0.712
PCSR10	<	PCSR_C	0.816
PCSR11	<	PCSR_C	0.713

Nguồn: Kết quả tác giả xử lý từ dữ liệu điều tra

❖ **Đánh giá độ tin cậy của thang đo**

Độ tin cậy thang đo được đánh giá thông qua 3 chỉ số: Độ tin cậy tổng hợp (pc), tổng phương sai rút trích (pvc) và hệ số Cronbach's Alpha (đã phân tích tại mục 4.3).

Thang đo được đánh giá là đáng tin cậy khi độ tin cậy tổng hợp lớn hơn 0,6 và tổng phương sai rút trích lớn hơn 0,5 (Hair et al. 1998; Nunnally, 1978). Các giá trị độ tin cậy tổng hợp và tổng phương sai rút trích của mỗi thang đo đều thỏa mãn yêu cầu $pc > 0,6$ và $pvc > 0,5$. Như vậy kết quả thể hiện qua bảng 4.7 có thể khẳng định các thang đo đạt yêu cầu.

Bảng 4.7: Kết quả độ tin cậy tổng hợp và phương sai trích

Thang đo	Độ tin cậy tổng hợp	Tổng phương sai trích
PCSR_A	0.809	0.516
PCSR_B	0.833	0.557
PCSR_C	0.792	0.560
PCSR_D	0.784	0.547
OR	0.902	0.649
OT	0.902	0.647
IRTP	0.914	0.572
OCB_I	0.877	0.589
OCB_O	0.886	0.610

Nguồn: Kết quả tác giả xử lý từ dữ liệu điều tra

❖ **Kiểm định giá trị phân biệt của thang đo**

Các hệ số tương quan r kèm với sai lệch chuẩn SE cho thấy chúng đều khác 1. Trong Bảng 4.7, tại mức ý nghĩa $p < 0.05$. Hay nói cách khác các thang đo đạt giá trị phân biệt, khẳng định sự khác biệt rõ ràng giữa các khái niệm trong mô hình.

Bảng 4.8: Kết quả kiểm định giá trị phân biệt giữa các biến

Mối quan hệ			r	SE	1r	CR	P
IRTP	◇	OR	0.285	0.033	0.715	21.386	0.000
IRTP	◇	OT	0.489	0.030	0.511	16.796	0.000
IRTP	◇	OCB_I	0.337	0.033	0.663	20.190	0.000
IRTP	◇	OCB_O	0.370	0.032	0.630	19.442	0.000
IRTP	◇	PCSR_B	0.476	0.031	0.524	17.083	0.000
IRTP	◇	PCSR_A	0.336	0.033	0.664	20.212	0.000
IRTP	◇	PCSR_D	0.348	0.033	0.652	19.940	0.000
IRTP	◇	PCSR_C	0.446	0.031	0.554	17.746	0.000

Mối quan hệ			r	SE	1r	CR	P
OR	◇	OT	0.253	0.034	0.747	22.137	0.000
OR	◇	OCB_I	0.088	0.035	0.912	26.249	0.000
OR	◇	OCB_O	0.063	0.035	0.937	26.918	0.000
OR	◇	PCSR_B	0.140	0.035	0.860	24.902	0.000
OR	◇	PCSR_A	0.081	0.035	0.919	26.435	0.000
OR	◇	PCSR_D	0.109	0.035	0.891	25.699	0.000
OR	◇	PCSR_C	0.072	0.035	0.928	26.675	0.000
OT	◇	OCB_I	0.564	0.029	0.436	15.138	0.000
OT	◇	OCB_O	0.573	0.029	0.427	14.938	0.000
OT	◇	PCSR_B	0.545	0.029	0.455	15.559	0.000
OT	◇	PCSR_A	0.445	0.031	0.555	17.768	0.000
OT	◇	PCSR_D	0.334	0.033	0.666	20.258	0.000
OT	◇	PCSR_C	0.611	0.028	0.389	14.088	0.000
OCB_I	◇	OCB_O	0.622	0.027	0.378	13.841	0.000
OCB_I	◇	PCSR_B	0.466	0.031	0.534	17.304	0.000
OCB_I	◇	PCSR_A	0.472	0.031	0.528	17.171	0.000
OCB_I	◇	PCSR_D	0.403	0.032	0.597	18.702	0.000
OCB_I	◇	PCSR_C	0.610	0.028	0.390	14.111	0.000
OCB_O	◇	PCSR_B	0.410	0.032	0.590	18.546	0.000
OCB_O	◇	PCSR_A	0.553	0.029	0.447	15.382	0.000
OCB_O	◇	PCSR_D	0.386	0.032	0.614	19.083	0.000
OCB_O	◇	PCSR_C	0.630	0.027	0.370	13.660	0.000
PCSR_B	◇	PCSR_A	0.511	0.030	0.489	16.310	0.000
PCSR_B	◇	PCSR_D	0.642	0.027	0.358	13.387	0.000
PCSR_B	◇	PCSR_C	0.619	0.027	0.381	13.908	0.000
PCSR_A	◇	PCSR_D	0.487	0.030	0.513	16.840	0.000
PCSR_A	◇	PCSR_C	0.510	0.030	0.490	16.332	0.000
PCSR_D	◇	PCSR_C	0.481	0.031	0.519	16.972	0.000

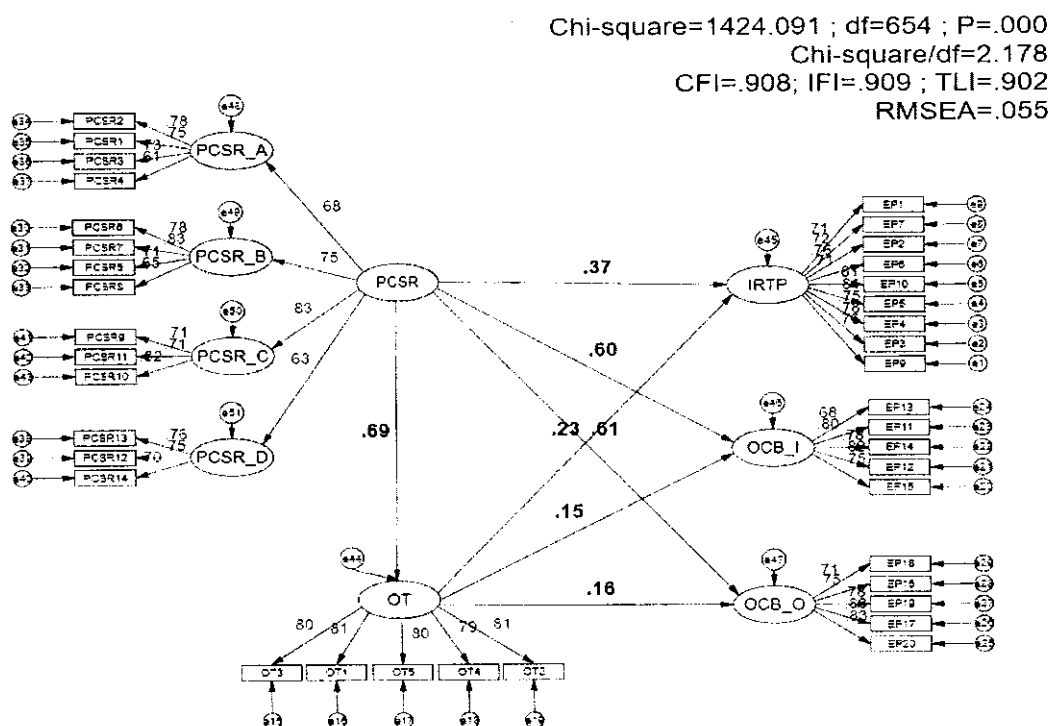
Nguồn: Kết quả tác giả xử lý từ dữ liệu điều tra

Ghi chú: r là hệ số tương quan, s.e. (sai lệch chuẩn) được tính bằng công thức $\text{SQRT}((1-r^2)/(n-2))$, c.r. (giá trị tới hạn) được tính bằng $r/\text{s.e.}$, và p (mức ý nghĩa) được tính bằng hàm $\text{TDIST}(c.r., n-2, 2)$. Tham số $n = 824$ biểu thị số bậc tự do của mô hình, trong đó $n-2$ là số bậc tự do cho phép tính toán trong các công thức này. Với các kết quả kiểm định trên, mô hình CFA tới hạn đã xây dựng là phù hợp với dữ liệu thu thập được và có ý nghĩa thống kê. Do đó đủ điều kiện để phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM nhằm chứng minh giả thuyết của nghiên cứu.

4.3.3 Kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Phương pháp phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM được sử dụng để kiểm định mô hình lý thuyết nghiên cứu, phương pháp này có nhiều lợi thế hơn so với phương pháp hồi quy đa biến truyền thống vì nó có thể tính được sai số đo lường. Tương tự như trong trường hợp kiểm định các mô hình thang đo bằng CFA, phương pháp ước lượng ML (Maximum Likelihood) được sử dụng để ước lượng các tham số của mô hình. Kết quả kiểm định SEM được trình bày tại mục 4.5.1 và 4.5.2 bên dưới.

4.3.3.1 Kiểm định mối quan hệ giữa các nhân tố trong mô hình



Hình 4.2. Kết quả SEM của mô hình nghiên cứu (chuẩn hóa)

Nguồn: Kết quả tác giả xử lý từ dữ liệu điều tra

Kết quả phân tích cấu trúc tuyến tính cho thấy mô hình có 654 bậc tự do với giá trị thống kê Chibình phương là 1424.091 (Pvalue= 0.000); Chibình phương/df=

2,178<3; do đó ta xét thêm các các chỉ tiêu đo lường độ phù hợp như CFI= 0,908; TLI = 0,902; IFI=0,909 đều lớn hơn 0,9 và RMSEA=0,055 (<0,08). Theo các tiêu chí trên thì mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thực tế thu thập được.

Kết quả ước lượng hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa được trình bày tại bảng 4.8. Kết quả này cho thấy các mối quan hệ đều có ý nghĩa thống kê ($p < 5\%$).

Bảng 4.9: Trọng số chưa chuẩn hóa của mô hình SEM

Mối quan hệ			Giá trị ước lượng	SE	CR	P
PCSR	→	PCSR_A	1.000			
PCSR	→	PCSR_B	1.265	0.140	9.038	0.000
PCSR	→	PCSR_C	1.207	0.134	9.015	0.000
PCSR	→	PCSR_D	0.933	0.117	7.971	0.000
PCSR	→	OT	1.124	0.130	8.667	0.000
PCSR	→	IRTP	0.565	0.130	4.347	0.000
PCSR	→	OCB_O	0.945	0.144	6.582	0.000
PCSR	→	OCB_I	0.901	0.141	6.372	0.000
OT	→	IRTP	0.211	0.071	2.967	0.003
OT	→	OCB_I	0.140	0.068	2.068	0.039
OT	→	OCB_O	0.151	0.070	2.174	0.030

Nguồn: Kết quả tác giả xử lý từ dữ liệu điều tra

Tuy nhiên, hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa chỉ thể hiện mặt tác động tích cực của biến độc lập lên biến phụ thuộc (mang dấu +) và mang ý nghĩa toán học hơn là ý nghĩa kinh tế vì nó chỉ phản ánh sự thay đổi của biến phụ thuộc khi từng biến độc lập thay đổi trong điều kiện các biến độc lập còn lại phải cố định.

Như vậy, để xem xét mức độ tác động hay thứ tự ảnh hưởng của các biến độc lập lên biến phụ thuộc. Dựa vào hệ số hồi quy chuẩn hóa, chúng ta sẽ biết được biến độc lập nào ảnh hưởng mạnh hay yếu đến biến phụ thuộc căn cứ vào hệ số hồi quy chuẩn hóa, hệ số càng lớn thì tầm quan trọng của biến độc lập đó đối với biến phụ thuộc càng lớn. Ta xét bảng hệ số hồi quy với beta chuẩn hóa:

Bảng 4.10: Trọng số chuẩn hóa của mô hình SEM

Mối quan hệ			Hệ số
PCSR	→	PCSR_A	0.678
PCSR	→	PCSR_B	0.747
PCSR	→	PCSR_C	0.832
PCSR	→	PCSR_D	0.634
PCSR	→	OT	0.687
PCSR	→	IRTP	0.374
PCSR	→	OCB_O	0.606
PCSR	→	OCB_I	0.602
OT	→	IRTP	0.229
OT	→	OCB_I	0.153
OT	→	OCB_O	0.159

Nguồn: Kết quả tác giả xử lý từ dữ liệu điều tra

Kết quả hệ số hồi quy chuẩn hóa trong mô hình SEM cung cấp bức tranh rõ nét về mức độ tác động của các biến đến nhau, từ đó làm nổi bật vai trò của từng nhân tố trong mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR), niềm tin vào tổ chức (OT) và kết quả công việc của nhân viên.

❖ Phân tích tác động của PCSR đến niềm tin tổ chức (OT)

Nhận thức về trách nhiệm với các bên liên quan (PCSR_A) đóng vai trò nền tảng: Mặc dù có hệ số hồi quy chuẩn hóa ($\beta = 0.678$) thấp hơn so với PCSR_C và PCSR_B, nhóm biến PCSR_A vẫn thể hiện tác động tích cực đáng kể đến niềm tin tổ chức (OT). Điều này cho thấy nhân viên hiểu rằng việc doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm với các bên liên quan như nhà cung cấp, cổ đông, cộng đồng... là điều kiện tiên quyết để tạo dựng uy tín và sự phát triển bền vững. Khi doanh nghiệp minh bạch, công bằng, và có trách nhiệm với các bên liên quan, nhân viên sẽ cảm thấy yên tâm và tin tưởng hơn vào tổ chức.

Nhân viên cũng trân trọng trách nhiệm đối với chính bản thân họ: Nhóm biến PCSR_B (trách nhiệm với nhân viên) cũng có tác động đáng kể đến OT ($\beta = 0.747$). Nhân viên mong muốn làm việc trong môi trường được quan tâm, chăm sóc, tạo điều kiện phát triển và được bảo vệ quyền lợi. Doanh nghiệp thực hiện tốt trách nhiệm với nhân viên sẽ tạo dựng được niềm tin và lòng trung thành từ chính đội ngũ của mình.

Nhận thức về trách nhiệm với khách hàng là động lực mạnh mẽ cho niềm tin: Nhóm biến PCSR_C (trách nhiệm với khách hàng) có hệ số hồi quy chuẩn hóa (β) cao nhất (0.832) trong mối quan hệ với OT. Điều này cho thấy, nhân viên đặc biệt nhạy cảm với cách doanh nghiệp đối xử với khách hàng. Sự minh bạch, công bằng và tôn trọng quyền lợi của khách hàng là yếu tố quan trọng góp phần củng cố niềm tin của nhân viên vào tổ chức.

Nhận thức về trách nhiệm với chính phủ (PCSR_D) tạo dựng niềm tin thông qua sự tuân thủ: Nhóm biến PCSR_D có tác động tích cực đến OT ($\beta = 0.634$), thể hiện việc doanh nghiệp tuân thủ luật pháp, chính sách, và các quy định của nhà nước là yếu tố quan trọng để xây dựng niềm tin của nhân viên. Sự minh bạch trong hoạt động, đảm bảo các tiêu chuẩn về môi trường, an toàn lao động... giúp nhân viên tin tưởng vào sự ổn định và phát triển bền vững của doanh nghiệp.

❖ **Phân tích tác động của niềm tin tổ chức và kết quả công việc:**

Niềm tin vào tổ chức đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy cả kết quả định hướng nhiệm vụ và hành vi công dân, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Tuy nhiên, doanh nghiệp cần hiểu rõ sự khác biệt về mức độ tác động của niềm tin đến từng khía cạnh để có chiến lược phù hợp trong việc bồi đắp niềm tin và khuyến khích hành vi tích cực của nhân viên. OT tác động mạnh mẽ nhất đến IRTP ($\beta = 0.229$). Điều này cho thấy, khi nhân viên tin tưởng vào tổ chức, họ có xu hướng tập trung vào nhiệm vụ, nỗ lực hoàn thành công việc một cách hiệu quả. Niềm tin vào tổ chức tạo nội lực, khơi dậy tinh thần trách nhiệm và mong muốn đóng góp cho sự thành công chung. Bản chất của IRTP Định hướng nhiệm vụ là yếu tố cốt lõi, trực tiếp liên quan đến hiệu quả công việc, do đó dễ bị ảnh hưởng bởi niềm tin vào tổ chức. Khi tin tưởng vào lãnh đạo, chính sách và mục tiêu của tổ chức, nhân viên sẽ có động lực mạnh mẽ hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao

Tác động của OT đến OCB_O ($\beta = 0.159$) cao hơn so với OCB_I ($\beta = 0.153$): Sự khác biệt này cho thấy, niềm tin vào tổ chức có xu hướng thúc đẩy hành vi công dân hướng đến lợi ích của tổ chức nhiều hơn là hành vi hướng đến lợi ích cá nhân. Khi tin tưởng vào tầm nhìn và giá trị của tổ chức, nhân viên sẵn sàng cống hiến nhiều hơn cho sự phát triển chung, thể hiện lòng trung thành và gắn bó với tổ chức. Đặc điểm của OCB Hành vi công dân mang tính tự nguyện, vượt ra ngoài yêu cầu công việc. OCB_O, hướng đến lợi ích của tổ chức, thường được thúc đẩy bởi lòng trung thành và sự gắn bó. Niềm tin vào tổ chức là yếu tố then chốt để xây dựng lòng trung thành và gắn bó, do đó có tác động mạnh hơn đến OCB_O so với OCB_I.

❖ Phân tích vai trò, tác động của biến trung gian OT:

Trong nghiên cứu này, biến trung gian OT đóng vai trò quan trọng là cầu nối giữa nhận thức CSR và kết quả công việc của nhân viên EWR. Với cơ chế biến độc lập (PCSR) ảnh hưởng đến biến phụ thuộc (EWR) với trung gian là OT và hệ số của PCSR ảnh hưởng đến OT có giá trị $\beta = 0.687$; ảnh hưởng của OT ảnh hưởng đến IRTP có giá trị $\beta = 0.229$; OCB_O có giá trị $\beta = 0.159$; OCB_I có giá trị $\beta = 0.153$. như vậy có thể thấy rằng, có đủ điều kiện để kiểm định vai trò trung gian của OT. PCSR thúc đẩy niềm tin tổ chức (OT) thể hiện qua việc khi nhân viên nhận thức rằng doanh nghiệp hành xử có trách nhiệm với các bên liên quan như khách hàng, nhân viên, cộng đồng, chính phủ, họ cảm thấy tổ chức có đạo đức, ổn định và đáng tin cậy. Chính điều này hình thành niềm tin tổ chức (OT) đối với doanh nghiệp, tạo nền tảng tâm lý để họ yên tâm cống hiến, hợp tác và vượt qua bất ổn. Với giá trị thang đo cho thấy, các thành phần CSR đều có ảnh hưởng tích cực đến OT, đặc biệt là trách nhiệm với khách hàng (PCSR_C) có $\beta = 0.832$; Trách nhiệm với nhân viên (PCSR_B) có $\beta = 0.747$.

Mặt khác, OT thúc đẩy đến kết quả công việc EWR và thể hiện tác động đến hiệu suất và hành vi tích cực như niềm tin vào tổ chức giúp tăng IRTP có giá trị $\beta = 0.229$. Điều này thể hiện rằng khi nhân viên tin tưởng vào tổ chức, họ làm việc nghiêm túc, nỗ lực hoàn thành nhiệm vụ, vì cảm thấy được bảo vệ và trân trọng. Niềm tin tổ chức (OT) thúc đẩy OCB-O với giá trị $\beta = 0.159$ nhiều hơn OCB-I có giá trị $\beta = 0.153$. Qua đây có thể thấy rõ nhân viên tin tưởng vào tổ chức sẽ có xu hướng gắn bó, sẵn sàng hỗ trợ tổ chức, đề xuất sáng kiến và OCB-O đại diện cho

lòng trung thành và tinh thần tập thể, trong khi OCB-I thiên về giúp đỡ đồng nghiệp, vốn bị ảnh hưởng bởi yếu tố cá nhân hơn.

Khi tiến hành xét và phân tích về vai trò trung gian của OT, có thể kiểm định trung gian theo Baron và Kenny (1986) hoặc sử dụng Bootstrap trong AMOS để kiểm định gián tiếp như tác giả đã thực hiện với cấu trúc như PCSR → OT → EWR hay cụ thể hơn là PCSR → OT → IRTP; PCSR → OT → OCB-O; PCSR → OT → OCB-I thì thấy được qua số liệu phân tích rằng, PCSR ảnh hưởng trực tiếp đến IRTP ($\beta = 0.374$), OCB_O ($\beta = 0.606$), OCB_I ($\beta = 0.602$) đồng thời nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp PCSR có ảnh hưởng đến OT với giá trị $\beta = 0.687$ và OT cũng ảnh hưởng đến trực tiếp đến IRTP, OCB (OCB-I; OCB-O). Như vậy, có thể thấy rõ rằng, OT có vai trò trung gian vừa tồn tại ảnh hưởng trực tiếp và ảnh hưởng gián tiếp thông qua OT.

Tóm lại. Từ kết quả nghiên cứu số liệu phân tích kiểm định có được, cho thấy niềm tin tổ chức (OT) đóng vai trò trung gian quan trọng trong mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội (PCSR) và kết quả công việc của nhân viên (EWR). Cụ thể, PCSR có ảnh hưởng đáng kể đến niềm tin tổ chức với giá trị $\beta = 0.687$ và niềm tin (OT) này tiếp tục tác động tích cực đến kết quả công việc của nhân viên (EWR), đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) với giá trị $\beta = 0.229$ và hành vi công dân tổ chức xét ở OCB-O với giá trị $\beta = 0.159$; xét ở OCB-I với giá trị $\beta = 0.153$.

Với những trình bày trên, có thể thấy được rằng, OT cũng là biến trung gian vừa tồn tại ảnh hưởng trực tiếp và ảnh hưởng gián tiếp thông qua OT giúp giải thích cơ chế tâm lý, hành vi mà qua đó trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) chuyển hóa thành kết quả thực tiễn. Do đó, xây dựng niềm tin tổ chức là điều kiện cần thiết để CSR; PCSR phát huy giá trị nội bộ, nâng cao tinh thần trách nhiệm và hiệu quả làm việc của nhân viên.

❖ Phân tích tác động trực tiếp của PCSR lên kết quả công việc:

Dữ liệu cho thấy nhận thức về Trách nhiệm Xã hội Doanh nghiệp (PCSR) không chỉ tác động gián tiếp đến kết quả công việc thông qua Niềm tin vào tổ chức (OT), mà còn tạo ra một cú hích trực tiếp, mạnh mẽ lên cả kết quả công việc (IRTP) và hành vi công dân của nhân viên. Điều đáng chú ý là, PCSR tác động trực tiếp mạnh mẽ hơn hẳn so với con đường gián tiếp qua OT:

PCSR tác động mạnh mẽ nhất lên OCB_O, hệ số hồi quy chuẩn hóa (β) của PCSR lên OCB_O (hướng đến tổ chức) là 0.606, cao nhất trong tất cả các mối quan hệ. Điều này cho thấy, nhận thức về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có thể trực tiếp kích hoạt tinh thần tự nguyện, khuyến khích nhân viên "cháy" hết mình vì lợi ích của tổ chức doanh nghiệp.

PCSR tác động thứ hai đến OCB_I, điều này cho thấy PCSR cũng tạo ra tác động, ảnh hưởng đáng kể lên OCB_I (hướng đến cá nhân) với $\beta = 0.602$. Nhân viên nhận thức rõ về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, họ cũng sẽ có xu hướng thể hiện sự hỗ trợ, giúp đỡ đồng nghiệp và xây dựng mối quan hệ tích cực trong môi trường làm việc trong tổ chức doanh nghiệp.

PCSR tác động thứ ba lên IRTP, dù tác động trực tiếp của PCSR lên IRTP ($\beta = 0.374$) thấp hơn so với OCB, nhưng vẫn cho thấy nhận thức về CSR có khả năng nâng cao kết quả định hướng nhiệm vụ của nhân viên trong tổ chức doanh nghiệp.

4.3.3.2 Kiểm định mô hình với phương pháp Bootstrap

Kiểm định này giúp đánh giá độ tin cậy của các ước lượng trong mô hình. Mức độ sử dụng với mẫu lặp lại $N=1.000$. Kết quả ước lượng từ 1.000 quan sát được tính trung bình cùng với độ lệch được trình bày trong Bảng 4.11

Bảng 4.11: Kết quả ước lượng mô hình với phương pháp Bootstrap

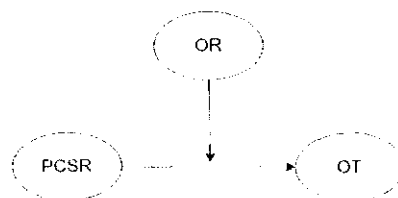
Parameter			SE	SESE	Mean	Bias	SEBias	CR
PCSR	→	PCSR_A	0.050	0.001	0.675	0.002	0.002	1.00
PCSR	→	PCSR_B	0.054	0.001	0.750	0.003	0.002	1.50
PCSR	→	PCSR_C	0.034	0.001	0.832	0.000	0.001	0.00
PCSR	→	PCSR_D	0.061	0.001	0.633	0.001	0.002	0.50
PCSR	→	OT	0.057	0.001	0.689	0.002	0.002	1.00
PCSR	→	IRTP	0.090	0.002	0.373	0.001	0.003	0.33
PCSR	→	OCB_O	0.135	0.003	0.604	0.002	0.004	0.50
PCSR	→	OCB_I	0.131	0.003	0.601	0.000	0.004	0.00
OT	→	IRTP	0.091	0.002	0.230	0.000	0.003	0.00
OT	→	OCB_I	0.133	0.003	0.152	0.001	0.004	0.25
OT	→	OCB_O	0.135	0.003	0.156	0.002	0.004	0.50

Nguồn: Kết quả tác giả xử lý từ dữ liệu điều tra

Bảng 4.10, kết quả ước lượng mô hình ý định sử dụng có thể thấy, sự chênh lệch (Bias) của các hệ số trong mô hình với 1.000 quan sát là rất nhỏ. Điều này cho thấy, mô hình mức độ sử dụng vẫn có ý nghĩa đối với cỡ mẫu lớn, do đó ước lượng mô hình là tin cậy được. Ở đây cột Mean là hệ số hồi quy của ước lượng bootstrap, cột Bias là chênh lệch giữa cột hệ số hồi quy Mean và giá trị hệ số hồi quy Giá trị ước lượng khi chạy không có Bootstrap. Cột SEBias là Standard errors của cột Bias. Ở đây chúng ta cần tính giá trị tới hạn C.R (Critical Ratios) cho nó, giá trị này tính toán bằng cách lấy giá trị Bias chia cho Se_Bias. Sau đó so sánh giá trị C.R này với 1.96 (do 1.96 là giá trị của phân phối chuẩn ở mức 0.9750, nghĩa là 2.5% một phía, 2 phía sẽ là 5%). Nếu giá trị $C.R < 1.96$, suy ra $pvalue > 5\%$, bác bỏ H_a , chấp nhận H_0 , kết luận độ lệch khác 0 không có ý nghĩa thống kê ở mức tin cậy 95%, và như thế ta kết luận được mô hình ước lượng.

4.4 Kiểm định vai trò điều tiết của Danh tiếng tổ chức

Kết quả phân tích sử dụng Process Procedure for SPSS Version 4.2 để đánh giá tác động điều tiết của danh tiếng tổ chức (OR) lên mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội (PCSR) và niềm tin tổ chức (OT). Dưới đây Hình 4.3 là mô hình cần phân tích:



Hình 4.3: Mô hình phân tích vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức

Mô hình tổng thể được xem là mô hình hồi quy tuyến tính đa biến với biến phụ thuộc là OT, biến độc lập là PCSR, biến điều tiết là OR, và biến tương tác $PCSR*OR$.

Bảng 4.12: Kết quả kiểm định vai trò điều tiết

Model Summary						
	R	R-sq	MSE	F	df1	df2
P	.5823	.3391	.4244	65.1537	3.0000	331.0000
	.0000					
Model						
	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	3.8895	.0334	116.2801	.0000	3.8237	3.9552
PCSR	.7697	.0602	12.7896	.0000	.6514	.8880
OR	.1558	.0431	3.6129	.0003	.0710	.2406
Int_1	.1850	.0769	2.4050	.0166	.0338	.3363

Với bảng kết quả trên cho thấy mô hình phù hợp với dữ liệu ($p = 0.000$), giải thích được 33.91% phương sai của OT.

Tác động chính: Nhận thức trách nhiệm xã hội có tác động dương và có ý nghĩa thống kê lên niềm tin tổ chức ($\text{coeff} = 0.7697$, $p = .0000$). Điều này nghĩa là khi nhận thức về trách nhiệm xã hội của nhân viên tăng lên, niềm tin của họ vào tổ chức cũng tăng. Danh tiếng tổ chức có tác động dương và có ý nghĩa thống kê lên niềm tin tổ chức ($\text{coeff} = .1558$, $p = .0003$). Nhân viên làm việc tại các tổ chức có danh tiếng tốt có xu hướng tin tưởng vào tổ chức hơn.

Tác động điều tiết: Tương tác PCSR * OR có ý nghĩa thống kê ($\text{coeff} = 0.1850$; $p = 0.0166$), và hệ số tác động là (+) cho thấy danh tiếng tổ chức điều tiết mạnh hơn mối quan hệ tích cực giữa nhận thức trách nhiệm xã hội và niềm tin tổ chức.

Khi nhìn nhận kết quả trong bảng và phân tích biến điều tiết OR thì cũng cho thấy rõ ràng, tác động chính của PCSR có tác động dương và rất có ý nghĩa đến niềm tin tổ chức OT với giá trị $\beta = 0.7697$, $p < 0.001$. Biến điều tiết danh tiếng tổ chức OR cũng có ảnh hưởng độc lập đáng kể đến niềm tin tổ chức OT với giá trị $\beta = 0.1558$, $p = 0.0003$. Như vậy, có thể thấy khi không xét tương tác, cả hai biến đều có ảnh hưởng tích cực đến niềm tin tổ chức.

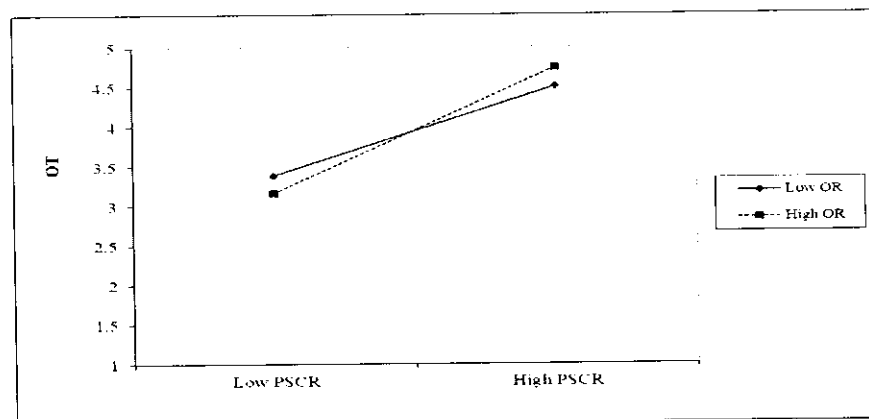
Khi xét về khía cạnh Hiệu ứng tương tác thì hệ số Int_1 = 0.1850, có ý nghĩa thống kê với $p = 0.0166 < 0.05$ và khoảng tin cậy 95% không chứa 0 với LLCI = 0.0338, ULCI = 0.3363. Từ đó có thể kết luận Biến điều tiết danh tiếng tổ chức OR

có ý nghĩa mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội (PCSR) và niềm tin tổ chức (OT).

Về ý nghĩa điều tiết thông qua các giá trị trong bảng kết quả thì hệ số dương của $\beta = 0.1850$ cho thấy rằng, khi giá trị của biến điều tiết danh tiếng tổ chức OR tăng, thì tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội (PCSR) đến niềm tin tổ chức (OT) càng mạnh hơn. Từ đó, có thể hiểu danh tiếng tổ chức (OR) tăng cường mối liên hệ tích cực giữa nhận thức trách nhiệm xã hội (PCSR) và niềm tin tổ chức (OT).

Nghiên cứu cho thấy danh tiếng tổ chức đóng vai trò điều tiết tích cực trong mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội và niềm tin tổ chức. Tại các tổ chức có danh tiếng tốt, tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội lên niềm tin tổ chức mạnh hơn so với các tổ chức có danh tiếng thấp.

Hiệu ứng điều kiện: Phân tích hiệu ứng điều kiện cho thấy tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội lên niềm tin tổ chức thay đổi theo mức độ danh tiếng của tổ chức:



Hình 4.4: Biểu đồ tương tác hai chiều

Nhìn chung, biểu đồ cho thấy có sự tác động tích cực của Danh tiếng tổ chức (OR) lên mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội (PCSR) và niềm tin tổ chức (OT). Nhìn chung, biểu đồ cho thấy mối quan hệ tuyến tính dương giữa PCSR và OT (tức là OR đóng vai trò như biến điều tiết tích cực, ảnh hưởng đến cường độ tác động của PCSR đến OT). Điều này đồng nghĩa với việc khi nhân viên nhận thức rõ ràng hơn về các hoạt động CSR của doanh nghiệp, niềm tin của họ vào tổ chức cũng được củng cố. Xu hướng này ủng hộ giả thuyết về tác động tích cực của nhận thức CSR đến niềm tin tổ chức. Tuy nhiên, điểm đáng chú ý là sự hiện diện của biến

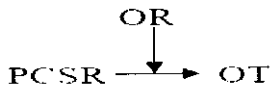
điều tiết OR đã tạo ra hai đường hồi quy riêng biệt, minh họa cho tác động khác nhau của danh tiếng tổ chức. Khi OR ở mức thấp, mối quan hệ giữa PCSR và OT tương đối yếu, thể hiện qua độ dốc thoải của đường nét liền. Ngược lại, khi OR ở mức cao, đường nét đứt dốc hơn hẳn, cho thấy mối tương quan mạnh mẽ hơn giữa PCSR và OT. Phân tích sâu hơn cho thấy OR đóng vai trò điều tiết tích cực, khuếch đại tác động của PCSR đến OT. Nói cách khác, khi doanh nghiệp sở hữu danh tiếng tốt, nhân viên có xu hướng tin tưởng vào tổ chức nhiều hơn khi họ nhận thức rõ về các nỗ lực CSR của doanh nghiệp.

Tóm lại: Biến điều tiết danh tiếng tổ chức (OR) đóng vai trò điều tiết có ý nghĩa quan trọng. Khi OR làm tăng cường mối liên hệ tích cực giữa nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) và niềm tin tổ chức (OT). Đây là hiệu ứng tương tác có ý nghĩa thống kê và thực tiễn, cần được nhấn mạnh trong thảo luận và kết luận của bài luận án này.

4.5 Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Như kết quả ước lượng mô hình lý thuyết và Bootstrap trong phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) ở trên cho thấy các mối quan hệ được giả thuyết trong mô hình lý thuyết có mức ý nghĩa Pvalue biến thiên từ 0.000 đến 0.005 đạt mức ý nghĩa thống kê (ở độ tin cậy 95%). Kết quả kiểm định giả thuyết được thể hiện ở Bảng 4.13.

Bảng 4.13: Kết quả kiểm định giả thuyết trong mô hình lý thuyết

Giả thuyết				Hệ số hồi quy	Kết quả
H1	PCSR	→	OT	0.687	Chấp nhận
H2a	PCSR	→	IRTP	0.374	Chấp nhận
H2b	PCSR	→	OCBI	0.606	Chấp nhận
H2c	PCSR	→	OCBO	0.602	Chấp nhận
H3	OT	→	IRTP	0.229	Chấp nhận
H4	OT	→	OCBI	0.153	Chấp nhận
H5	OT	→	OCBO	0.159	Chấp nhận
H6				0.185	Chấp nhận

Nguồn: Kết quả tác giả xử lý từ dữ liệu điều tra

4.6 Thảo luận kết quả nghiên cứu

Với kết quả có được trong phần nghiên cứu định lượng, tác giả luận án tiến hành phân tích kết quả nghiên cứu định lượng và đã trình bày những đặc điểm mẫu nghiên cứu, trình bày về kết quả kiểm định thang đo, kết quả kiểm định Cronbach's Alpha, đánh giá thang đo bằng phân tích nhân số khám phá EFA, đánh giá thang đo bằng phân tích nhân số khẳng định CFA, kiểm định mô hình SEM, kiểm định mối quan hệ giữa các nhân tố trong mô hình, kiểm định mô hình theo phương pháp Bootstrap, kiểm định vai trò điều tiết của các biến. Nhận thấy rằng, các thang đo đều đạt độ tin cậy và có giá trị thống kê. Phân tích nhân tố khám phá EFA khám phá số lượng các yếu tố ảnh hưởng đến các biến và để phân tích biến nào 'đi cùng nhau'. Phân tích nhân tố khám phá EFA nhằm mục đích đánh giá hai loại giá trị quan trọng của thang đo là giá trị hội tụ và giá trị phân biệt dựa vào mối tương quan giữa các biến với nhau. Khi phân tích EFA bằng SPSS, tác giả sẽ lưu tâm đến các hệ số sau: Hệ số KMO; Kiểm định Bartlett (trị số Engenvalue); Hệ số tải nhân tố (Factor loadings) (trọng số nhân tố) và tiêu chuẩn rút trích nhân tố với chỉ số Engenvalue và chỉ số Cumulative. Tất cả các kết quả có được đảm bảo đạt yêu cầu, thỏa mãn hệ số tải nhân tố (Factor loading) $> 0,5$ và hệ số KMO đảm bảo trong khoảng $0,5 < \text{KMO} < 1$ và kết quả kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê khi chỉ số Sig $< 0,05$. Kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo được tiến hành dựa trên 43 biến quan sát của các nhân tố trong mô hình đề xuất ban đầu. Kiểm định KMO và Bartlett's Test cho thấy dữ liệu phù hợp cho phân tích nhân tố ($\text{KMO} = 0.913 > 0.5$; Bartlett's Test: Chi bình phương = 10180.489, df = 903, Sig. = 0.000 < 0.05) đảm bảo yêu cầu và thỏa mãn yêu cầu, đồng thời tổng phương sai trích là 60.357% $> 50\%$ cho thấy 9 nhân tố mới được rút trích này giải thích 60.357% sự biến thiên của tập dữ liệu và giá trị Eigenvalue của nhân tố cuối cùng được rút trích là 1.041 lớn hơn 1 đủ tiêu chuẩn phân tích nhân tố. Với kết quả của quá trình kiểm định giá trị phân biệt cho tất cả các khái niệm trong nghiên cứu này, phân tích nhân tố khẳng định CFA nhằm mục đích đo lường mức độ phù hợp của mô hình nghiên cứu với thực tế bối cảnh nghiên cứu, đồng thời khẳng định lại tính đơn hướng, tin cậy, giá trị hội tụ và phân biệt của bộ thang đo của đề tài. Các giá trị thu được trong quá trình kiểm định nhân tố khẳng định CFA đảm bảo thỏa mãn yêu cầu của Hair và cộng sự (2010). $\text{CMIN/df} \leq 3$ là tốt, $\text{CMIN/df} \leq 5$ là chấp nhận được; $\text{GFI} \geq 0,9$ là tốt, $\text{CFI} \geq 0,95$ là rất tốt; $\text{GFI} \geq 0,8$ là chấp nhận được; CFI ,

IFI, TLI $\geq 0,9$ là tốt, $\geq 0,95$ là rất tốt; RMSEA $\leq 0,08$ là tốt, RMSEA $\leq 0,03$ là rất tốt. Kết quả phân tích trong luận án này, tác giả luận án có được kết quả của quá trình phân tích nhân tố khẳng định CFA có giá trị thống kê Chibình phương là 1622.421 với 824 bậc tự do ($p=0,000$), giá trị CMIN/df= 1,969 nhỏ hơn 3. Ngoài ra, ta phải xét thêm các chỉ tiêu khác như CFI= 0,918; TLI=0,910; IFI=0,918 đều lớn hơn 0,9 và chỉ số RMSEA = 0,05 nhỏ hơn 0,08. Vì vậy mô hình đo lường tới hạn đạt được tính đơn hướng và tương thích với dữ liệu thị trường. Với phân tích cấu trúc tuyến tính (SEM) được thực hiện sau khi đã kiểm tra tính tin cậy của thang đo Crobach's Alpha, tính phù hợp của các nhân tố bằng phân tích nhân tố khám phá (EFA) và phân tích nhân tố khẳng định (CFA). Kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) cũng cho phép giải quyết vấn đề đa cộng tuyến, sai số đo lường mà các phương pháp phân tích hồi quy không thực hiện được. Về cơ bản CFA là một dạng của SEM (Hair và cộng sự, 2006; Nguyễn Đình Thọ, 2011), vì vậy các chỉ số phù hợp mô hình của SEM được xem như trong phần kiểm định bằng CFA. Việc phân tích SEM, tác giả luận án nhận thấy mức độ phù hợp của mô hình cũng được xem xét giống như khi phân tích CFA và các chỉ số đánh giá để mô hình được xem là thích hợp với dữ liệu nghiên cứu, cụ thể là trị số đảm bảo theo quy định CMIN/df (<3); Chỉ số TLI, CFI $>0,9$; Chỉ số GFI $>0,8$ và Hệ số RMSEA $<0,08$. Và kết quả mô hình cấu trúc tuyến tính cho thấy mô hình có 654 bậc tự do với giá trị thống kê Chibình phương là 1424.091 ($Pvalue=0.000$); Chibình phương/df= 2,178 <3 ; do đó ta xét thêm các các chỉ tiêu đo lường độ phù hợp như CFI= 0,908; TLI = 0,902; IFI=0,909 đều lớn hơn 0,9 và RMSEA=0,055 ($<0,08$). Theo các tiêu chí trên thì mô hình nghiên cứu phù hợp với dữ liệu thực tế thu thập được. Và trọng số chuẩn hóa của mô hình SEM của mỗi quan hệ giữa PCSR PCSR_A đạt hệ số 0.678; của PCSR PCSR_B đạt hệ số 0.747; PCSRPCSR_C đạt hệ số 0.832; PCSRPCSR_D đạt hệ số 0.634; PCSR – OT đạt hệ số 0.687; PCSR – IRTP đạt hệ số 0.374; PCSR OCB_O đạt hệ số 0.606; PCSR OCB_I đạt hệ số 0.602; OT – IRTP đạt hệ số 0.229; OT OCB_I đạt hệ số 0.153; OT OCB_O đạt hệ số 0.159. Qua đó, thấy được kết quả nổi bật vai trò của từng nhân tố trong mỗi quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR), niềm tin vào tổ chức (OT) và kết quả công việc nhân viên. Kết quả ước lượng mô hình lý thuyết và Bootstrap trong phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) ở trên nhận thấy rõ các mối quan hệ được nêu

trong giả thuyết mô hình lý thuyết có mức ý nghĩa Pvalue biến thiên từ 0.000 đến 0.005 đạt mức ý nghĩa thống kê (ở độ tin cậy 95%).

Kết quả nghiên cứu cho thấy nhận thức về trách nhiệm xã hội của tổ chức (CSR perception) tạo ra ảnh hưởng mạnh hơn đối với hành vi công dân trong tổ chức (OCB) so với kết quả định hướng nhiệm vụ. Điều này đặc biệt có ý nghĩa khi đặt trong bối cảnh văn hóa Việt Nam, nhất là tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, nơi hệ giá trị cộng đồng, tinh thần nghĩa tình và lòng trung thành được xem là những chuẩn mực xã hội quan trọng. Nhân viên tại đây thường phản ứng mạnh với các tín hiệu đạo đức từ tổ chức; khi họ cảm nhận rằng tổ chức hành xử có trách nhiệm, quan tâm đến người lao động và cộng đồng, họ phát sinh mong muốn “đáp nghĩa” bằng cách tự nguyện hỗ trợ, sẵn sàng làm thêm và thể hiện sự gắn bó – những biểu hiện điển hình của OCB. Bản chất của OCB là dạng hành vi mang tính tự nguyện, dựa nhiều vào cảm xúc tích cực, niềm tin và sự đánh giá về tính chính trực của tổ chức, do đó chịu ảnh hưởng trực tiếp từ cảm nhận về CSR. Ngược lại, hiệu suất nhiệm vụ cốt lõi thường bị chi phối bởi kỹ năng, yêu cầu công việc và hệ thống kiểm soát – khen thưởng, nên các đặc tính văn hóa và cảm xúc không tác động tức thời như ở OCB. Điều này lý giải vì sao, tại môi trường văn hóa mang tính “mềm” như ĐBSCL, nơi con người đề cao sự tử tế, hào sảng và quan hệ giữa người với người, CSR trước hết trở thành chất xúc tác cho lòng trung thành tự nguyện hơn là động lực làm tăng hiệu quả nhiệm vụ ngay lập tức. Nhân viên ưu tiên “đứng về phía tổ chức”, thể hiện thái độ hợp tác và sẵn sàng giúp đỡ khi tổ chức thể hiện đạo đức, sau đó mới chuyển dần thành các cải thiện rõ rệt về kết quả công việc. Do vậy, phát hiện này phản ánh đặc trưng văn hóa sâu sắc của Việt Nam, rằng sự chính trực và trách nhiệm xã hội của tổ chức đóng vai trò nền tảng trong việc xây dựng tinh thần gắn kết và hành vi tự nguyện của người lao động, trước khi có thể lan tỏa mạnh mẽ sang hiệu suất công việc cốt lõi.

Và qua những trình bày và quá trình kiểm định trên, có thể thấy rõ mức độ tác động và thứ tự yếu tố tác động mạnh nhất đến thấp nhất là:

❖ Thứ nhất là Nhận thức trách nhiệm xã hội tác động mạnh nhất đến Niềm tin tổ chức (OT) với hệ số hồi quy là 0.687.

❖ Thứ hai là Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động thứ hai đến Hành vi công dân trong tổ chức ở cấp độ cá nhân với nhau (OCBI) (0.606)

❖ Thứ ba là Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động thứ ba đến Hành vi công dân trong tổ chức ở cấp độ tổ chức (OCBO) với hệ số hồi quy 0.602.

❖ Thứ tư là Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp có tác động thứ tư đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) với hệ số hồi quy là 0.374.

❖ Thứ năm là Niềm tin tổ chức có tác động thứ năm đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP), với hệ số hồi quy là 0.229.

❖ Thứ sáu là Danh tiếng tổ chức có tác động thứ sáu về điều tiết mối quan hệ giữa thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) và niềm tin tổ chức (OT) với hệ số hồi quy là 0.185.

❖ Thứ bảy là Niềm tin tổ chức có tác động thứ bảy đến Hành vi công dân trong tổ chức ở cấp độ tổ chức (OCBO) với hệ số hồi quy 0.159.

❖ Thứ tám là Niềm tin tổ chức (OT) có tác động thứ tám đến Hành vi công dân trong tổ chức ở cấp độ cá nhân với nhau (OCBI) với hệ số hồi quy là 0.153.

Tóm lại: Các giả thuyết được tác giả luận án đã nêu trong mô hình nghiên cứu đề xuất, qua quá trình kiểm định đã có kết quả là đều được chấp nhận và sắp xếp theo thứ tự tác động từ cao xuống thấp như bảng 4.14 sau.

Bảng 4.14: Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Stt	H	Giả thuyết	Hệ số	Kết quả
1	H1	Nhận thức CSR (PCSR) có tác động đến Niềm tin tổ chức (OT).	0.687	Chấp nhận
2	H2b	Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) có tác động đến Hành vi công dân (OCBI).	0.606	Chấp nhận
3	H2c	Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) có tác động đến Hành vi công dân (OCBO).	0.602	Chấp nhận
4	H2a	Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) có tác động đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP)	0.374	Chấp nhận

Sst	H	Giả thuyết	Hệ số	Kết quả
5	H3	Niềm tin tổ chức có tác động đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP).	0.229	Chấp nhận
6	H6	Danh tiếng tổ chức(OR) có vai trò điều tiết mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) và niềm tin tổ chức (OT).	0.185	Chấp nhận
7	H5	Niềm tin tổ chức (OT) có tác động đến Hành vi công dân (OCBO).	0.159	Chấp nhận
8	H4	Niềm tin tổ chức (OT) có tác động đến Hành vi công dân (OCBI).	0.153	Chấp nhận

Nguồn: Tác giả luận án tổng hợp từ kết quả điều tra và xử lý dữ liệu (2024)

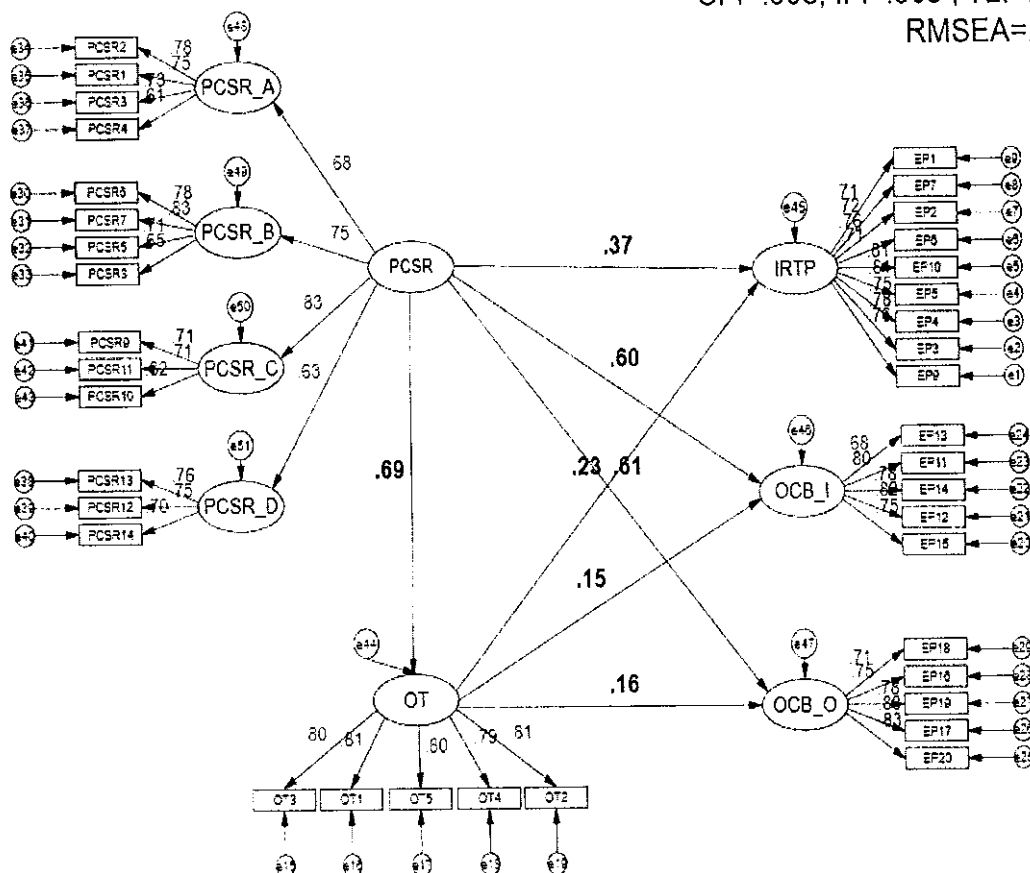
4.7 Mô hình kiểm định đầy đủ của luận án

Chi-square=1424.091 ; df=654 ; P=.000

Chi-square/df=2.178

CFI=.908; IFI=.909 ; TLI=.902

RMSEA=.055



Hình 4.5: Mô hình nghiên cứu đầy đủ của luận án

Nguồn: Tác giả luận án

4.8 So sánh kết quả với các nghiên cứu trước

Với nội dung đã được tác giả luận án trình bày về nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR), Danh tiếng của tổ chức (Organizational Reputation) (OR), Niềm tin tổ chức (Organizational trust) (OT), Kết quả công việc của nhân viên (Employee work results) (EWR); Định hướng nhiệm vụ (In-role task performance) (IRTP), Hành vi công dân trong tổ chức (quyền công dân tổ chức) (Organizational citizenship behavior) (OCB), với các nghiên cứu liên quan trước đây ở trong nước và trên thế giới như nghiên cứu của Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019); Nghiên cứu của Châu Thị Lệ Duyên (2018); Lê Hà Như Thảo và cộng sự (2023); Trần Thị Ninh (2020); Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019); Nguyễn Phạm Tuyết Anh và Châu Thị Lệ Duyên (2019); Hoàng Thị Phương Thảo và Huỳnh Long Hồ (2015). Trên thế giới, tác giả luận án tìm được một số nghiên cứu của các tác giả Nuryanto và cộng sự (2023); Yan và cộng sự (2022); Chaudhary (2020); Ahmad và cộng sự (2020); Kunda và cộng sự (2019); Tourigny và cộng sự (2019); He và cộng sự (2019); Top và cộng sự (2015); Podsakoff và cộng sự (1990); Organ (1988); Turker (2009); Agarwal và cộng sự (2018); Janssen và Van Yperen (2004) và tìm ra khoảng trống nghiên cứu, đưa ra các giả thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất. Và chương 3, tác giả tiến hành thực hiện quy trình nghiên cứu và đưa ra các kết quả, phân tích, đánh giá. Chương 4 tác giả đã tiến hành trình bày kết quả nghiên cứu với các số liệu cụ thể và mức độ tác động, yếu tố mạnh nhất là PCSR đến OT ($\beta = 0.687$). Thứ hai là PCSR đến OCB_I ($\beta = 0.606$); thứ ba là PCSR đến OCB_O ($\beta = 0.602$). Tác động thứ tư là PCSR đến IRTP ($\beta = 0.374$). Thứ năm là OT đến IRTP ($\beta = 0.229$). Yếu tố thứ sáu là vai trò điều tiết của OR trên mối quan hệ PCSR $\rightarrow$ OT ($\beta = 0.185$). Thứ bảy là OT đến OCB_O ($\beta = 0.159$). Cuối cùng, tác động thứ tám là OT đến OCB_I ($\beta = 0.153$).

Với kết quả có được đã nêu tại các chương ở trên. Tác giả luận án sẽ tiến hành so sánh chi tiết các phát hiện về mối quan hệ giữa các biến số với kết quả của các nghiên cứu trước đã trình bày trong Chương 2 và tổng hợp trong Bảng 2.1 và 2.2. Sự so sánh này không chỉ nhằm mục đích khẳng định tính hợp lệ và đáng tin cậy của mô hình nghiên cứu hiện tại của luận án mà tác giả đã trình bày, mà còn làm nổi bật những đóng góp mới và sự hoàn thiện trong việc xác định các cơ chế tác động trực tiếp và gián tiếp của Nhận thức Trách nhiệm Xã hội (PCSR) lên Hành vi Công dân

(OCB), định hướng nhiệm vụ (IRTP) và Kết quả Công việc của Nhân viên (EWR) thông qua vai trò trung gian quan trọng của Danh tiếng Tổ chức (OR) và Niềm tin Tổ chức (OT). Việc đối chiếu so sánh này sẽ khẳng định giá trị khoa học của mô hình nghiên cứu, đặc biệt trong lĩnh vực nghiên cứu về PCSR, Kết quả Công việc của Nhân viên (EWR) tại Đồng bằng sông Cửu Long và tại Việt Nam.

4.8.1. PCSR là điểm vượt trội so với các nghiên cứu trước

Trong Chương 2 và bảng tổng hợp trong Bảng 2.1 và Bảng 2.2 các nghiên cứu trước đó cho thấy, hầu như không có nghiên cứu nào quan tâm sử dụng đến yếu tố nhận thức Trách nhiệm Xã hội (PCSR) như biến độc lập trung tâm, mà chỉ quan tâm tới CSR.

Trong luận án này, mô hình nghiên cứu của luận án này với điểm nổi trội là đã chuyển trọng tâm nhận thức trách nhiệm xã hội PCSR thành yếu tố chính quan trọng tác động tạo nên hành vi của nhân viên (OCB) tác động đến kết quả công việc của nhân viên trong tổ chức (EWR). Đây là bước tiến lý luận quan trọng vì hành vi và thái độ nhân viên, hiệu quả công việc là kết quả của nhận thức của nhân viên, không phải hoạt động CSR của doanh nghiệp mang tính khách quan.

Đây là điểm mạnh vượt trội mà một số nghiên cứu trước đó chưa nghiên cứu hoặc khai thác đầy đủ.

4.8.2. Các biến OR, OT, IRTP và OCB được hệ thống hoàn chỉnh

So với các nghiên cứu trước và trong bảng tổng hợp Bảng 2.1 và Bảng 2.2 của Chương 2 cho thấy, các biến OR, OT, IRTP và OCB của các nghiên cứu trước chỉ đề cập một cách rời rạc với số lượng rất ít.

Biến OR xuất hiện ít với khoảng 3/19 nghiên cứu ngoài nước có liên quan.

Biến OT xuất hiện trung bình nhưng hiếm khi được đặt vào cơ chế chuỗi.

Biến IRTP xuất hiện rời rạc với chỉ 4/19 nghiên cứu được tổng hợp.

Biến OCB phổ biến nhưng tác giả thấy ít được tách thành OCB-I và OCB-O.

Với nội dung và mô hình nghiên cứu của luận án này, tác giả đã có kết hợp đầy đủ tất cả các biến trên gồm PCSR, OR, OT, IRTP, OCB-I, OCB-O, OCB và EWR, đồng thời tác giả luận án đã xác lập một trật tự logic giữa chúng, tạo nên một hệ sinh thái lý thuyết hoàn chỉnh trong luận án nghiên cứu này.

Mặt khác, luận án nghiên cứu này cũng đã phát hiện và đã thiết lập một cơ chế liên kết rõ ràng trong mối tương quan tác động giữ PCSR với OR với OT với IRTP

với OCB tạo nên EWR mà chưa có một công trình nào trong hai bảng tổng hợp Bảng 2.1 và Bảng 2.2 của Chương 2 đã làm. Kết quả nghiên cứu của luận án này cũng đã chỉ ra được PCSR làm tăng thêm Danh tiếng (OR). OR tạo Niềm tin tổ chức (OT). OT thúc đẩy Kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP). IRTP và OT đồng thời tạo OCB-I và OCB-O và quan trọng cuối cùng là mang lại hiệu quả cao cho doanh nghiệp thông qua kết quả công việc của nhân viên EWR.

Đây cũng là điểm độc đáo nổi bật nhất, tạo ra cơ chế giải thích thuận tiện là vì sao và bằng cách nào PCSR có thể dẫn đến hành vi tích cực của nhân viên, kết quả cao trong công việc của nhân viên EWR

4.8.3. So với các nghiên cứu trong nước và ngoài nước

Không có nghiên cứu nào kết hợp các yếu tố PCSR; OR; OT; IRTP; OCB-I; OCB-O trong cùng một mô hình. Các nghiên cứu trước đó mới chỉ dừng ở CSR tác động đến OCB hoặc CSR tác động đến OT.

Mặt khác, tác giả nghiên cứu chưa phát hiện ra nghiên cứu nào khác có thiết lập cơ chế liên kết đa biến PCSR; OR; OT; IRTP; OCB-I; OCB-O; EWR như mô hình của nghiên cứu này.

Khi nhìn nhận so với Nghiên cứu Ngoài Nước. Tác giả nhận thấy các nghiên cứu ngoài nước đa dạng hơn so với trong nước, nhưng vẫn tồn tại các hạn chế như hầu như (1) PCSR hầu như vắng bóng trong các nghiên cứu (2) không có nghiên cứu nào tách rõ OCB-I và OCB-O. (3) Không sử dụng IRTP như biến trung gian. (4) Không đặt OR như biến trung gian giữa CSR và OT. (5) Không có mô hình nào đầy đủ giống mô hình nghiên cứu của luận án này mà tác giả đã trình bày.

4.8.4. Mối quan hệ tác động của PCSR và EWR (IRTP; OCB-O; OCB-I)

Luận án đã tiến hành nghiên cứu, kiểm định và đưa ra kết quả cho thấy PCSR có tác động trực tiếp tích cực đến Kết quả công việc của nhân viên (EWR) và có ý nghĩa quan trọng lên EWR với giá trị β lớn, $p < 0.05$.

Mặt khác, yếu tố PCSR cũng tác động đến Niềm tin tổ chức (OT) làm tăng Kết quả công việc của nhân viên (EWR). Mức độ tác động mạnh hơn so với tác động ảnh hưởng gián tiếp trước đây dự đoán.

Khi xem xét so sánh với kết quả của các nghiên cứu trước, tác giả tổng hợp thành bảng sau đây để thuận tiện trong việc nhìn nhận.

Bảng 4.15: Tổng hợp so sánh luận án với nghiên cứu trước

Nghiên cứu	Kết quả chính	So sánh với nghiên cứu luận án
Aguinis & Glavas (2019)	CSR ảnh hưởng tích cực đến hiệu suất nhân viên, nhưng chủ yếu thông qua biến tâm lý (nhận dạng, tin tưởng).	Luận án phát hiện tác động trực tiếp của PCSR mạnh hơn, trong khi phân tích tổng hợp cho rằng chủ yếu là gián tiếp.
Bai (2024)	PCSR tác động tích cực lên OCB và pro-environmental behaviors; tác động gián tiếp qua fairness & identification.	Kết quả của bạn tương đồng về hướng tác động. Tuy nhiên, nghiên cứu của bạn nhấn mạnh EP (job performance) nhiều hơn OCB.
Slijepčević (2024)	PCSR tạo ảnh hưởng tích cực đến niềm tự hào (pride), sự hài lòng (satisfaction), mức độ tham gia – gắn kết (involvement) vào cải thiện hiệu suất nhiệm vụ (performance).	Nghiên cứu này tìm được tác động trực tiếp mạnh hơn; nghiên cứu 2024 cho rằng tác động trực tiếp yếu.
Lê Hà Như Thảo và cộng sự (2023); Trần Thị Ninh (2020) và Châu Thị Lệ Duyên (2019)	CSR nội bộ làm tăng cam kết, niềm tin và thái độ tích cực của nhân viên.	Kết quả nghiên cứu tương đồng, đặc biệt trong bối cảnh Việt Nam.
Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019); Nguyễn Phạm Tuyết Anh	PCSR/ESG tác động gián tiếp đến hiệu suất qua niềm tin; tác động trực tiếp không quá mạnh.	Kết quả nghiên cứu khác biệt nhẹ: tác động trực tiếp PCSR đến hiệu suất mạnh hơn

Nguồn: Tác giả luận án

Qua bảng tổng hợp trên, tác giả nhận thấy kết quả của luận án lột tả sự phù hợp rõ rệt với xu hướng chung rằng nhận thức trách nhiệm xã hội của nhân viên (PCSR) luôn có tác động tích cực đến kết quả công việc. Tuy nhiên, điểm mới nổi bật của luận án này là không chỉ xác nhận mối quan hệ tác động giữa PCSR với OR; OT; IRTP; OCB-I; OCB-O; EWR, mà còn chứng minh được mức độ tác động trực tiếp của PCSR mạnh hơn đáng kể so với nhiều nghiên cứu trước mũi chủ yếu nhấn mạnh cơ chế tác động gián tiếp thông qua các biến tâm lý trung gian. Phát hiện này có thể được lý giải bởi bối cảnh đặc thù của các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu long, nơi rủi ro môi trường và an toàn lao động cao hơn mặt bằng chung, khiến nhân viên trở nên nhạy cảm hơn với các chuẩn mực đạo đức, tính minh bạch và trách nhiệm xã hội của tổ chức. Khi nhân viên cảm nhận rằng doanh nghiệp thực sự có trách nhiệm với cộng đồng và môi trường, họ có xu hướng gia tăng sự cam kết và nỗ lực trong công việc một cách trực tiếp và mạnh mẽ hơn.

4.8.5. Xét về mối quan hệ giữa PCSR và Niềm tin tổ chức (OT)

Luận án đã tiến hành nghiên cứu, kiểm định và đưa ra kết quả cho thấy PCSR có tác động ảnh hưởng tích cực đến niềm tin tổ chức (OT). Đây là quan hệ mạnh và có ý nghĩa thống kê, tương đồng với kỳ vọng lý thuyết trao đổi xã hội (Social exchange theory) (SET) đã nêu tại mục 2.1.11 ở Chương 2.

Bảng tổng hợp so sánh sau đây của luận án với các nghiên cứu trước trong mối quan hệ giữa PCSR và OT không chỉ nhằm mục đích kiểm chứng tính nhất quán và độ tin cậy của các mối quan hệ đã được xác lập của PCSR Niềm tin Tổ chức(OT), mà còn làm nổi bật những đóng góp mở rộng và sự phù hợp ngữ cảnh của luận án.

Bảng 4.16: Tổng hợp so sánh luận án với nghiên cứu trước về OT

Nghiên cứu	Kết quả chính	So sánh với nghiên cứu luận án
Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019); Nguyễn Phạm Tuyết Anh	CSR nâng mức niềm tin tổ chức(OT); Niềm tin tổ chức đóng vai trò cầu nối giữa CSR và thái độ nhân viên.	Về OT hoàn toàn phù hợp.

Nghiên cứu	Kết quả chính	So sánh với nghiên cứu luận án
Kim và cộng sự. (2023–2024)	CSR giúp gia tăng Niềm tin tổ chức (OT) và cảm nhận về sự chính trực của doanh nghiệp.	Về OT có kết quả tương đồng.
Hameed và cộng sự. (2020–2024 replication)	CSR ảnh hưởng mạnh đến niềm tin (OT) đặc biệt trong doanh nghiệp sản xuất.	Về OT, khớp hoàn toàn với ngành đặc thù sản xuất thuốc BVTV

Nguồn: Tác giả luận án

Thông qua việc đối chiếu chi tiết và thể hiện tóm tắt trong Bảng 4.16 các kết quả chính của luận án đã hoàn toàn phù hợp và khớp tương đồng với những nghiên cứu tiên phong cả trong nước (Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự) và quốc tế (Kim và cộng sự; Hameed và cộng sự). Cụ thể, nghiên cứu đã tái khẳng định vai trò trung gian mạnh mẽ của Niềm tin Tổ chức (OT) như là cầu nối then chốt chuyển hóa Nhận thức Trách nhiệm Xã hội (PCSR) thành thái độ và hành vi tích cực của nhân viên. Đặc biệt, luận án đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm mới cho giai đoạn 2024–2025 về tầm quan trọng của PCSR như là tiền đề quan trọng nhất để xây dựng niềm tin (OT), đặc biệt trong một ngành sản xuất đặc thù như thuốc Bảo vệ Thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long, từ đó củng cố tính ứng dụng và giá trị khoa học của mô hình nghiên cứu.

4.8.6. Vai trò trung gian của Niềm tin tổ chức (OT)

Luận án đã tiến hành nghiên cứu, kiểm định thành công mô hình lý thuyết đề xuất, đặc biệt là việc xác nhận vai trò trung gian quan trọng của Niềm tin Tổ chức (OT) giữa Nhận thức Trách nhiệm Xã hội (PCSR) và Kết quả Công việc của nhân viên (EWR), tác giả luận án tiến hành đối chiếu sâu với các công trình nghiên cứu trước đó và tác giả cũng khẳng định sự so sánh này không chỉ nhằm mục đích khẳng định tính hợp lệ của cơ chế tác động với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức (OT), mà còn làm nổi bật những điểm khác biệt then chốt mà luận án đã khám phá được.

Các nghiên cứu trước thường nhấn mạnh hiệu ứng gián tiếp thông qua qua Niềm tin tổ chức (OT) chiếm ưu thế. Tuy nhiên, dữ liệu thu thập được sẽ tiết lộ một cấu trúc tác động mới với tác động trực tiếp của nhận thức trách nhiệm xã hội (PCSR) lên Kết quả Công việc của nhân viên (EWR) vẫn giữ một sức mạnh đáng kể, thách thức

giả định về vai trò trung gian toàn phần và mở ra một góc nhìn độc đáo về tâm lý nhân viên trong lĩnh vực thuốc Bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long của nghiên cứu này.

Bảng 4.17: So sánh luận án với nghiên cứu trước về vai trò trung gian của OT

Nghiên cứu	Kết luận	So sánh với nghiên cứu luận án
Trần Thị Ninh (2020) Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019); Nguyễn Phạm Tuyết Anh và Châu Thị Lệ Duyên (2019);	OT đóng vai trò trung gian mạnh, thậm chí mạnh hơn tác động trực tiếp.	Nghiên cứu này xác nhận tác động trực tiếp PCSR mạnh hơn lên OT chỉ trung gian một phần, không toàn phần.
Kim và cộng sự. (2023–2024); Hameed và cộng sự. (2020–2024 replication).	CSR tác động OT tác động Job performance (kết quả gián tiếp > trực tiếp).	Luận án đã tìm và chỉ ra PCSR tác động trực tiếp và hoặc mạnh hơn gián tiếp, là điểm khác biệt quan trọng.

Nguồn: Tác giả luận án

Tác giả luận án đã thực hiện việc đối chiếu với các công trình tiêu biểu như Trần Thị Ninh (2020), Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019), Bai (2024), cùng các nghiên cứu quốc tế mới nhất (Kim và cộng sự., Hameed và cộng sự.), kết quả luận án này đã khẳng định được cả tính nhất quán học thuật lẫn đóng góp độc đáo. Tác giả luận án nhất trí rằng Niềm tin Tổ chức (OT) là một biến trung gian có ý nghĩa, củng cố bằng chứng về PCSR chuyển hóa thành hành vi tích cực qua niềm tin. Tuy nhiên, điểm khác biệt mang tính đột phá là luận án này là đã chứng minh rằng tác động trực tiếp của PCSR vẫn duy trì sức mạnh ngang bằng hoặc vượt trội hơn so với tác động gián tiếp PCSR lên OT và đến Kết quả Công việc (EWR).

Phát hiện này khác biệt so với xu hướng chung của các nghiên cứu trước thường thấy hiệu ứng OT mang tính chất gián tiếp mạnh hơn, từ đó cho thấy PCSR có thể tạo

ra một sự động viên trực tiếp không cần qua cầu nối niềm tin tổ chức (OT). Nhờ đó cung cấp thêm góc nhìn chi tiết và mới mẻ về cơ chế tâm lý nhìn nhận của nhân viên mang yếu tố trực tiếp và OT là mức trung gian của niềm tin tổ chức chỉ ở mức một phần, thay vì hoàn toàn như một số nghiên cứu trước.

4.8.7 Các yếu tố bối cảnh ảnh hưởng đến sự khác biệt trong kết quả

Nghiên cứu đã xây dựng một chuỗi tác động logic và phức hợp từ nhận thức trách nhiệm xã hội (pcsr) dẫn đến kết quả công việc của nhân viên (EWR), đồng thời làm nổi bật sự khác biệt trong cơ chế này dưới tác động của bối cảnh ngành nghề và khu vực với cơ chế tác động cốt lõi pcsr là nền tảng và sự khác biệt dưới ảnh hưởng bối cảnh.

Kết quả nghiên cứu khẳng định Nhận thức Trách nhiệm Xã hội (PCSR) là yếu tố khởi nguồn quan trọng nhất. PCSR tác động đến EWR thông qua hai hướng chính là trực tiếp và gián tiếp

PCSR có tác động trực tiếp mạnh mẽ lên EWR. Điều này được củng cố bởi Bối cảnh Ngành thuốc BVTV với rủi ro cao và nhân viên trong ngành nhạy cảm đặc biệt với vấn đề đạo đức và trách nhiệm môi trường, xã hội của doanh nghiệp. Khi nhân viên cảm nhận rõ ràng tổ chức thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, nhân viên cảm thấy an toàn, tự hào nghề nghiệp và động lực làm việc tăng vọt, trực tiếp nâng cao hiệu suất, kết quả công việc (EWR)

PCSR thúc đẩy Niềm tin Tổ chức (OT) và OT lại là tiền đề sinh ra các Hành vi Công dân trong Tổ chức (OCB) với OCB-O và OCB-I. Những hành vi OCB này tác giả nhận thấy như sự tận tụy, giúp đỡ đồng nghiệp, bảo vệ công ty sẽ là chất xúc tác không thể thiếu để gián tiếp cải thiện kết quả công việc (EWR) và kết quả, hiệu quả công việc chung của doanh nghiệp.

Sự nổi trội của tác động trực tiếp hoặc gián tiếp được lý giải bởi các yếu tố bối cảnh như tính nhạy cảm đạo đức của ngành BVTN và giá trị cộng đồng ĐBSCL.

Trong ngành BVTV có ảnh hưởng rõ ràng đến sức khỏe và môi trường, việc doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm xã hội được nhân viên nhìn nhận PCSR, xem là một yếu tố bắt buộc tạo nên sự chính trực, từ đó tác động rất trực tiếp đến OT, sự cam kết và hiệu suất công việc (EWR).

Giá trị cộng đồng ĐBSCL: Tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long với giá trị cộng đồng cao, PCSR được diễn giải một cách thực tiễn và tích cực, doanh nghiệp

làm tốt cho cộng đồng là làm tốt cho mỗi người dân, mỗi nhân viên. Chính điều này làm cho sự chuyển đổi từ Nhận thức PCSR thành hành vi làm việc và OCB diễn ra nhanh chóng, khiến hiệu ứng tác động trực tiếp trở nên mạnh mẽ và rõ rệt hơn so với các nghiên cứu trước vốn thường thấy tác động gián tiếp qua Niềm tin (OT).

Với nguồn dữ liệu mới 2024, 2025 phản ánh xu hướng doanh nghiệp Việt Nam chú trọng CSR, PCSR nội bộ nhiều hơn.

Tóm lại: Kết quả Công việc của Nhân viên (EWR) trong mô hình này là kết tinh của một chuỗi liên kết tác động logic các giá trị với bắt nguồn từ nhận thức (PCSR) được gia cường bởi bối cảnh ngành đặc thù, chuyển hóa qua Niềm tin (OT) và các Hành vi Công dân (OCB), nhưng đặc biệt được thúc đẩy bởi tác động trực tiếp của PCSR trong một môi trường nhạy cảm về trách nhiệm xã hội. Để tối ưu EWR, doanh nghiệp không chỉ cần xây dựng lòng tin, mà quan trọng hơn, phải chủ động và công khai hóa các hoạt động CSR nhất là CSR nội bộ, biến Trách nhiệm Xã hội thành một Giá trị làm việc cốt lõi được nhân viên cảm nhận và tin tưởng.

4.9 Tiểu kết chương 4

Nghiên cứu khẳng định nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) của nhân viên tác động tích cực đến kết quả công việc (IRTP) và hành vi công dân tổ chức (OCB_I và OCB_O) của nhân viên tại các công ty thuộc bảo vệ thực vật ở Đồng bằng Sông Cửu Long. Kết quả phù hợp với lý thuyết nhận dạng xã hội, cho rằng khi nhân viên cảm nhận tổ chức có trách nhiệm với xã hội, họ sẽ gắn kết hơn và thể hiện nhiều hành vi tích cực hơn. Trong các thành phần PCSR, nhận thức về trách nhiệm với khách hàng (PCSR_C) có ảnh hưởng mạnh nhất đến niềm tin tổ chức (OT), phản ánh vai trò của sự minh bạch, công bằng và tôn trọng quyền lợi khách hàng trong việc củng cố niềm tin của nhân viên. Bên cạnh đó, trách nhiệm đối với nhân viên (PCSR_B) cũng cho thấy tác động đáng kể đến OT, thể hiện kỳ vọng của người lao động về việc tổ chức quan tâm, đối xử công bằng và hỗ trợ họ trong công việc.

Niềm tin vào tổ chức (OT) giữ vai trò trung tâm trong mô hình, có tác động mạnh nhất lên kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP), cho thấy khi tin tưởng tổ chức, nhân viên có động lực cao hơn để hoàn thành nhiệm vụ được giao. OT cũng ảnh hưởng tích cực đến hành vi công dân tổ chức, trong đó tác động đến OCB_O mạnh

hơn OCB_I, cho thấy nhân viên tin tưởng tổ chức có xu hướng ưu tiên các hành vi hướng đến lợi ích chung, thể hiện sự trung thành và cam kết.

Danh tiếng tổ chức (OR) đóng vai trò điều tiết quan trọng, làm gia tăng tác động của PCSR lên OT. Điều này có nghĩa doanh nghiệp có danh tiếng tốt sẽ chuyển hóa nhận thức CSR thành niềm tin mạnh mẽ hơn ở nhân viên.

Theo mức độ tác động, yếu tố mạnh nhất là PCSR đến OT ($\beta = 0.687$). Thứ hai là PCSR đến OCB_I ($\beta = 0.606$); thứ ba là PCSR đến OCB_O ($\beta = 0.602$). Tác động thứ tư là PCSR đến IRTP ($\beta = 0.374$). Thứ năm là OT đến IRTP ($\beta = 0.229$). Yếu tố thứ sáu là vai trò điều tiết của OR trên mối quan hệ PCSR $\rightarrow$ OT ($\beta = 0.185$). Thứ bảy là OT đến OCB_O ($\beta = 0.159$). Cuối cùng, tác động thứ tám là OT đến OCB_I ($\beta = 0.153$).

CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

5.1. KẾT LUẬN

Với quá trình nghiên cứu Luận án tiến sĩ ngành quản trị kinh doanh mà tác giả đã thực hiện với đề tài: “Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại đồng bằng sông Cửu Long” đã được thực hiện thông qua một thiết kế nghiên cứu kết hợp giữa phương pháp định tính và định lượng, nhằm mang lại kết quả toàn diện, chính xác và có giá trị thực tiễn cao.

Về phương pháp nghiên cứu, nghiên cứu đã áp dụng:

Phương pháp định tính: Với quá trình thực hiện phỏng vấn sâu và phỏng vấn nhóm chuyên gia, cung cấp cơ sở lý thuyết và định hướng cho việc xây dựng thang đo cũng như các giả thuyết nghiên cứu.

Phương pháp định lượng: Bao gồm khảo sát sơ bộ (pilot test) với 100 mẫu quan sát nhằm kiểm tra tính khả thi, độ tin cậy và tính hợp lý của thang đo, và khảo sát chính thức với 385 mẫu quan sát. Các dữ liệu thu thập được kiểm định bằng phần mềm SPSS phiên bản 4.2, với các kỹ thuật phân tích bao gồm: kiểm tra độ tin cậy thang đo thông qua hệ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), đánh giá thang đo bằng phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM).

Thông qua quá trình nghiên cứu chặt chẽ, luận án đã đạt được những kết quả quan trọng như sau:

5.1.1. Làm rõ vai trò nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Kết quả nghiên cứu đã khẳng định vai trò quan trọng của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp trong việc nâng cao kết quả công việc của nhân viên. Cụ thể, nhận thức tích cực của nhân viên về các hoạt động CSR có tác động cùng chiều và có ý nghĩa thống kê đến kết quả định hướng nhiệm vụ cũng như các hành vi công dân trong tổ chức. Điều này cho thấy CSR không chỉ là chiến lược hướng ra bên ngoài nhằm xây dựng hình ảnh doanh nghiệp, mà còn là một nguồn lực nội tại có khả năng kích thích động lực làm việc và nâng cao hiệu quả thực hiện nhiệm vụ của nhân viên.

Các hoạt động CSR như bảo vệ môi trường, hỗ trợ cộng đồng địa phương, tuân thủ quy định pháp luật, cải thiện điều kiện làm việc và chăm sóc đời sống nhân viên đã góp phần hình thành nhận thức tích cực của người lao động về tổ chức. Khi nhân viên nhận thấy doanh nghiệp hành xử có trách nhiệm và đạo đức, họ có xu hướng gia tăng mức độ gắn kết tâm lý, tinh thần làm việc và sự hăng say trong công việc, từ đó cải thiện năng suất lao động.

Về mặt lý thuyết, kết quả này củng cố các quan điểm học thuật về nhận thức CSR. Theo Endsley (1995), nhận thức là quá trình kiến tạo tri thức thông qua sự tương tác giữa cá nhân và môi trường; trong bối cảnh tổ chức, PCSR phản ánh cách nhân viên tiếp nhận và diễn giải các hoạt động CSR của doanh nghiệp. Woodcock và cộng sự (2002) cho rằng PCSR là cách các bên liên quan nhìn nhận và đánh giá những nỗ lực CSR, trong khi Dahlsrud (2006) nhấn mạnh vai trò của quá trình diễn giải thông tin trong việc hình thành nhận thức về CSR. Crane và Matten (2007) mở rộng hơn khi cho rằng PCSR là cách các bên liên quan hình thành và duy trì niềm tin về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

Kết quả nghiên cứu của luận án không chỉ xác nhận những lập luận lý thuyết trên mà còn đóng góp bằng chứng thực nghiệm trong bối cảnh doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long, một lĩnh vực có mức độ nhạy cảm cao về môi trường và cộng đồng. Qua đó, luận án làm rõ rằng chính nhận thức của nhân viên chứ không chỉ bản thân các hoạt động CSR, mới là yếu tố quyết định tác động đến hành vi và kết quả công việc. Như vậy, luận án đã góp phần làm sâu sắc thêm hiểu biết về vai trò của PCSR như một cơ chế tâm lý quan trọng liên kết chiến lược CSR với hiệu quả hoạt động ở cấp độ cá nhân trong tổ chức.

5.1.2. Xác định vai trò trung gian của niềm tin tổ chức

Một trong những đóng góp quan trọng của luận án là xác định và kiểm định vai trò trung gian của niềm tin tổ chức (OT) trong mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) và kết quả công việc của nhân viên. Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) cho thấy PCSR không chỉ tác động trực tiếp đến kết quả công việc mà còn ảnh hưởng gián tiếp thông qua việc củng cố niềm tin của nhân viên vào tổ chức.

Cụ thể, khi nhân viên nhận thức doanh nghiệp thực hiện các hoạt động CSR một cách nhất quán, minh bạch và có trách nhiệm, như tuân thủ quy định pháp luật,

bảo vệ môi trường, quan tâm đến đời sống người lao động và cộng đồng, họ hình thành niềm tin mạnh mẽ hơn vào giá trị đạo đức, định hướng phát triển và tính bền vững của tổ chức. Niềm tin này tạo ra nền tảng tâm lý tích cực, giúp nhân viên cảm thấy an toàn, được tôn trọng và được đối xử công bằng trong môi trường làm việc. Từ đó, họ có xu hướng gia tăng mức độ cam kết, nỗ lực hoàn thành nhiệm vụ và thể hiện các hành vi công dân tổ chức.

Về phương diện lý thuyết, kết quả này phù hợp với Lý thuyết trao đổi xã hội (Blau, 1964), theo đó các mối quan hệ trong tổ chức được xây dựng trên nguyên tắc có đi có lại. Khi tổ chức thể hiện trách nhiệm và đạo đức thông qua các hoạt động CSR, nhân viên sẽ “đáp lại” bằng sự tin tưởng và các hành vi tích cực, bao gồm nâng cao hiệu suất làm việc và đóng góp vượt trên vai trò chính thức. Niềm tin tổ chức vì vậy đóng vai trò như một cơ chế tâm lý trung gian, chuyển hóa các tín hiệu CSR thành kết quả hành vi cụ thể.

Kết quả này cũng góp phần mở rộng dòng nghiên cứu về CSR ở cấp độ vi mô, nhấn mạnh rằng tác động của CSR đến hiệu quả làm việc không diễn ra một cách trực tiếp và đơn giản, mà thông qua các cơ chế tâm lý nội tại như niềm tin. Điều này làm rõ rằng CSR không chỉ là công cụ xây dựng hình ảnh đối ngoại mà còn là một chiến lược quản trị nhân sự có giá trị, góp phần nâng cao sự gắn kết và hiệu suất lao động trong tổ chức. Như vậy, luận án đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm quan trọng khẳng định vai trò trung gian của niềm tin tổ chức, qua đó làm sáng tỏ cơ chế tác động của nhận thức CSR đến kết quả công việc của nhân viên trong bối cảnh doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long.

5.1.3. Đóng góp thực tiễn cho doanh nghiệp sản xuất TBVTV

Ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật (TBVTV) có đặc thù gắn chặt với môi trường tự nhiên, sức khỏe cộng đồng và sinh kế của người dân khu vực nông nghiệp. Do đó, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) trong ngành này không chỉ là yêu cầu tuân thủ pháp lý mà còn là yếu tố sống còn đối với uy tín, sự tồn tại và phát triển bền vững của doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu cho thấy nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) có tác động tích cực đến niềm tin tổ chức và kết quả công việc của nhân viên. Điều này hàm ý rằng CSR cần được triển khai như một chiến lược quản trị nội bộ, thay vì chỉ là công cụ xây dựng hình ảnh bên ngoài.

Trên cơ sở đó, luận án đề xuất một số định hướng quản trị cụ thể nhằm nâng cao PCSR, qua đó cải thiện hiệu quả làm việc và sự phát triển bền vững của doanh nghiệp tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long:

Thứ nhất, xây dựng chương trình CSR mang tính hệ thống và có sự tham gia của nhân viên. Các chương trình CSR cần được thiết kế đồng bộ, gắn với chiến lược dài hạn và phản ánh nhu cầu thực tiễn của cộng đồng địa phương cũng như của người lao động trong doanh nghiệp. Việc khuyến khích nhân viên tham gia trực tiếp vào các hoạt động như bảo vệ môi trường, hỗ trợ nông dân, tuyên truyền sử dụng thuốc an toàn... sẽ giúp họ cảm nhận rõ ràng hơn cam kết xã hội của doanh nghiệp. Sự tham gia này không chỉ nâng cao hiệu quả xã hội mà còn củng cố nhận thức CSR và tăng cường niềm tin nội bộ.

Thứ hai, tăng cường truyền thông nội bộ về các hoạt động CSR. Một trong những nguyên nhân khiến CSR không phát huy hết tác dụng là thiếu truyền thông minh bạch và nhất quán. Doanh nghiệp cần xây dựng cơ chế truyền thông nội bộ hiệu quả thông qua bản tin nội bộ, hội thảo chuyên đề, đào tạo định kỳ hoặc các nền tảng số. Việc cung cấp thông tin đầy đủ về mục tiêu, kết quả và tác động của CSR sẽ giúp nhân viên hiểu, ghi nhận và đánh giá đúng giá trị các hoạt động này. Truyền thông tốt không chỉ nâng cao PCSR mà còn góp phần củng cố niềm tin tổ chức và thúc đẩy hành vi tích cực.

Thứ ba, lồng ghép CSR vào chiến lược nhân sự và chiến lược kinh doanh. CSR cần được tích hợp vào hệ thống quản trị nguồn nhân lực thông qua các hoạt động như đào tạo đạo đức nghề nghiệp, đánh giá hiệu suất gắn với tiêu chí trách nhiệm xã hội, khen thưởng các sáng kiến vì cộng đồng. Đồng thời, các quyết định kinh doanh cũng cần cân nhắc yếu tố môi trường và lợi ích các bên liên quan. Khi nhân viên nhận thấy sự thống nhất giữa mục tiêu kinh doanh và trách nhiệm xã hội, họ sẽ hình thành nhận thức tích cực và gia tăng cam kết, từ đó nâng cao hiệu quả làm việc.

Thứ tư, xây dựng văn hóa tổ chức dựa trên trách nhiệm và minh bạch. Trong bối cảnh ngành TBVTV có mức độ nhạy cảm cao về môi trường và sức khỏe cộng đồng, việc xây dựng văn hóa đề cao trách nhiệm, tuân thủ và minh bạch sẽ tạo nền tảng cho niềm tin dài hạn. Văn hóa này cần được thể hiện nhất quán từ lãnh đạo cấp cao đến từng bộ phận chức năng.

Tóm lại, các gợi ý thực tiễn của luận án không chỉ hướng đến mục tiêu nâng cao hiệu quả kinh doanh mà còn nhấn mạnh vai trò trung tâm của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) trong chiến lược quản trị nhân sự và phát triển tổ chức. Khi PCSR được củng cố, niềm tin tổ chức được tăng cường và kết quả công việc của nhân viên được cải thiện, doanh nghiệp sẽ có nền tảng vững chắc để hướng đến tăng trưởng bền vững trong dài hạn.

5.2. HÀM Ý QUẢN TRỊ

Kết quả kiểm định mô hình cho thấy nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) là biến quan trọng nhất, có tác động mạnh, trực tiếp và gián tiếp đến gần như tất cả các thành phần trong mô hình: OT, OCBI, OCBO, IRTP. Điều này khẳng định PCSR; CSR không chỉ mang ý nghĩa đối ngoại mà đóng vai trò chiến lược trong quản trị nguồn nhân lực của các công ty thuộc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long (ĐBSCL).

Dựa trên thứ tự tác động mạnh nhất đến thấp nhất, các hàm ý quản trị được trình bày theo cấu trúc hợp lý, nhấn mạnh PCSR như nguồn lực chiến lược nội sinh thúc đẩy hiệu quả công việc của nhân viên (IRTP). Tác giả luận án trình bày các hàm ý quản trị theo mức độ thứ tự tác động như sau:

5.2.1. PCSR tác động Niềm tin tổ chức (OT) với hệ số hồi quy: 0.687 (mạnh)

Hệ số này chỉ ra PCSR là yếu tố tạo tác động mạnh nhất đến niềm tin tổ chức của nhân viên. Khi nhân viên cảm nhận rõ rằng doanh nghiệp có trách nhiệm xã hội thật sự, minh bạch, có đạo đức và quan tâm đến cộng đồng, họ hình thành sự tin cậy, an tâm và cam kết cao hơn.

Từ đó, bốn định hướng quản trị chính được đề xuất: (a) PCSR như nền tảng chiến lược nâng cao niềm tin tổ chức

- PCSR như nền tảng chiến lược nâng cao niềm tin tổ chức

PCSR, CSR không đơn thuần là trách nhiệm với xã hội bên ngoài, nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, mà là một định hướng văn hóa nội bộ, nhờ đó giúp nhân viên nhìn thấy doanh nghiệp có lý tưởng, cam kết và định hướng phát triển bền vững.

Đối với các công ty thuộc BVTV tại ĐBSCL, việc công khai minh bạch các chương trình CSR, tác động tạo nên PCSR đặc biệt tập trung như (1) Hoạt động bảo

vệ môi trường. (2) Hỗ trợ cộng đồng nông dân. (3) Phát triển bền vững ngành nông nghiệp. (4) Chương trình an toàn lao động, sức khỏe nhân viên. Qua đó sẽ giúp tăng mạnh về nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR), từ đó làm niềm tin tổ chức (OT) tăng mạnh.

- Tích hợp PCSR; CSR vào chiến lược phát triển doanh nghiệp

PCSR và CSR cần được xem như trụ cột chiến lược trong hoạch định dài hạn. Do đó, Tổ chức doanh nghiệp cần (1) Cần xây dựng bản chiến lược CSR dài hạn gắn chặt với chiến lược kinh doanh. (2) Cần triển khai CSR nội bộ để nhân viên được tham gia và trải nghiệm như chương trình hướng dẫn sử dụng thuốc BVTV an toàn cho nông dân, từ đó tác động hình thành tốt đến nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR). Khi nhân viên được trực tiếp tham gia, mức độ nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) và tự hào tăng, kéo theo OT tăng mạnh.

- Xây dựng văn hóa doanh nghiệp dựa trên trách nhiệm xã hội và PCSR

Một văn hóa CSR cần thể hiện và tác động đến nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) thông qua (1) Lãnh đạo làm gương trong đạo đức và trách nhiệm xã hội. (2) Khuyến khích lối sống bền vững và tuân thủ đạo đức nghề nghiệp và (3) Truyền thông nội bộ nhất quán, liên mạch.

Khi văn hóa CSR lan tỏa, PCSR được hình thành tốt hơn, niềm tin tổ chức (OT) sẽ được củng cố vững chắc.

- Đo lường tác động PCSR đến niềm tin tổ chức

Do nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) tác động rất mạnh đến niềm tin tổ chức (OT), doanh nghiệp cần có các công cụ đo lường định kỳ như (1) Khảo sát nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) theo quý. (2) Đánh giá mức độ tin tưởng vào lãnh đạo, hệ thống, chính sách. (3) Theo dõi sự thay đổi cảm nhận sau từng chiến dịch CSR và kết quả thu được về nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR). Nhờ đó doanh nghiệp có thể điều chỉnh kịp thời về nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) trong người lao động nhằm tăng niềm tin tổ chức (OT) trong tổ chức doanh nghiệp.

- Mở rộng sự tham gia của nhân viên trong CSR nhằm tăng PCSR

Nhân viên càng tham gia nhiều các hoạt động bổ ích của tổ chức doanh nghiệp, sẽ tác động, kéo theo tác động đến mức độ nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR), làm càng cao tác động đến niềm tin tổ chức (OT) tăng mạnh hơn. Vì

thể, tổ chức doanh nghiệp cần phải thực hiện . (1) Tổ chức các chương trình có sự tham gia của nhân viên nhằm tăng nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR). (2) Khen thưởng đóng góp xã hội. (3) Tạo không gian để nhân viên đề xuất sáng kiến nhằm tăng PCSR.

Khi người lao động nói chung cảm thấy mình là “một phần của giá trị tạo ra”, tác động tốt đến nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) sẽ kéo theo niềm tin tổ chức (OT) sẽ tăng.

5.2.2. PCSR tác động OCBI (Hành vi công dân tổ chức cấp độ cá nhân)

Với sự tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) đến OCBI (Hành vi công dân tổ chức cấp độ cá nhân) với hệ số hồi quy: 0.606 (tác động mạnh thứ hai). OCBI thể hiện sự tự nguyện giúp đỡ đồng nghiệp. Khi nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) cao, nhân viên cảm thấy môi trường làm việc nhân ái, có ý nghĩa, từ đó sẵn sàng hỗ trợ nhau nhiều hơn.

- PCSR như động lực tạo môi trường hỗ trợ lẫn nhau

Việc tích hợp PCSR vào hoạt động nội bộ tạo ra một môi trường thân thiện, giàu tinh thần cộng tác. Nhân viên cảm thấy được rằng (1) Tổ chức có trách nhiệm với xã hội, họ cũng muốn có trách nhiệm với đồng nghiệp. (2) Nhận thấy Tổ chức tử tế với xã hội, với cộng đồng, sẽ tác động nhìn nhận của người lao động và điều đó giúp họ sẵn sàng giúp đỡ nhau.

Chính những điều đó giúp cho người lao động trong tổ chức doanh nghiệp có những hành vi công dân tốt, OCBI tăng mạnh.

- Xây dựng văn hóa nhân ái và hỗ trợ

Văn hóa PCSR và CSR phải được thể hiện qua giao tiếp nội bộ tôn trọng và thân thiện. Khuyến khích chia sẻ và hỗ trợ công việc. Các chương trình cộng đồng yêu cầu làm việc nhóm. Điều này trực tiếp nâng cao OCBI.

- Chiến lược quản trị nhân sự tích hợp PCSR trong doanh nghiệp

PCSR đóng vai trò nền tảng trong việc nuôi dưỡng động lực nội tại và thúc đẩy các hành vi OCBI trong doanh nghiệp. Khi nhân viên tự hào rằng mình đang làm việc cho một tổ chức có trách nhiệm với xã hội, môi trường và cộng đồng, họ hình thành cảm xúc tích cực và động lực tự thân mạnh mẽ hơn để hỗ trợ đồng nghiệp. Doanh nghiệp có thể củng cố PCSR bằng cách lồng ghép các câu chuyện thành công về trách nhiệm xã hội vào truyền thông nội bộ, cũng như truyền cảm hứng trong các buổi đào

tạo, giúp nhân viên cảm nhận ý nghĩa và giá trị xã hội của công việc mình đang thực hiện.

Bên cạnh đó, việc thiết kế các chương trình CSR theo nhóm như Ngày xanh, Làm sạch môi trường vùng trồng lúa, không chỉ tăng mức độ tham gia tự nguyện mà còn tạo môi trường gắn kết, khuyến khích hợp tác và hình thành hành vi OCBI một cách tự nhiên. Nhân viên khi cùng nhau tham gia hoạt động mang tính cộng đồng sẽ phát triển sự thấu hiểu và hỗ trợ lẫn nhau mạnh mẽ hơn trong công việc.

Để tối ưu hóa tác động của PCSR đối với OCBI, doanh nghiệp cần thiết lập cơ chế đo lường định kỳ, bao gồm như (1) đánh giá mức độ hợp tác nội bộ, (2) theo dõi sự tự nguyện hỗ trợ đồng nghiệp, và (3) quan sát sự thay đổi hành vi sau các hoạt động CSR. Việc đo lường liên tục giúp doanh nghiệp kịp thời điều chỉnh chiến lược nhằm duy trì và mở rộng tác động tích cực của PCSR đến OCBI trong tổ chức.

5.2.3. PCSR tác động OCBO (Hành vi công dân tổ chức cấp tổ chức) Hệ số 0.602

Từ tác động của PCSR đến OCBO với gệ số 0.602 cho thấy OCBO là hành vi hướng về mục tiêu chung của tổ chức. PCSR mạnh giúp nhân viên hiểu rằng doanh nghiệp đang đóng góp cho xã hội, do đó họ sẵn sàng làm việc vì lợi ích chung nhiều hơn. Chính vì thế, tác giả luận án đưa ra một số hàm ý quản trị như:

- Tăng cường truyền thông nội bộ về PCSR

Với hoạt động của truyền thông nội bộ hiệu quả, điều này tác động lớn giúp làm cho nhân viên tin rằng tổ chức có trách nhiệm thật sự. Tạo niềm tự hào trong nhân viên đồng thời làm tăng OCBO.

Các hoạt động trong ngành thuốc BVTV như truyền thông về việc giảm tác động môi trường. Hướng dẫn sử dụng thuốc an toàn. Hỗ trợ nông dân chuyển đổi canh tác tốt hơn. Tất cả những điều đó đóng vai trò quan trọng và tạo tích cực nhằm tăng PCSR, mang lại giá trị lớn cho doanh nghiệp

- Kết nối PCSR với sứ mệnh và tầm nhìn doanh nghiệp

Khi PCSR được gắn với định hướng chiến lược, nhân viên hiểu rõ hơn về doanh nghiệp và mỗi hoạt động của nhân viên đều góp phần vào mục tiêu cao hơn. Công việc của họ có giá trị vượt ra ngoài doanh nghiệp. Tác động lớn tới kết quả của OCBO, này nâng cao OCBO trong tổ chức.

- Tăng Cường OCBO Thông Qua PCSR nhằm xây Dựng Văn Hóa Trách Nhiệm và Gắn Kết Nhân Viên

Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) sẽ đóng vai trò trung tâm trong việc hình thành hành vi công dân tổ chức (OCBO), yếu tố trực tiếp nâng cao hiệu quả công việc của nhân viên. PCSR không chỉ dừng lại ở các chương trình trách nhiệm xã hội, mà còn định hướng toàn bộ văn hóa nội bộ dựa trên tinh thần trách nhiệm, sự đồng thuận và ý thức tự giác của mỗi nhân viên.

PCSR tạo nền tảng cho văn hóa trách nhiệm đồng thuận khi doanh nghiệp chú trọng vào lợi ích chung, tinh thần tập thể và sự tôn trọng quy tắc. Khi nhân viên nhận thấy doanh nghiệp hành xử có trách nhiệm, họ sẽ chủ động đáp lại bằng thái độ làm việc tự giác, tuân thủ và hỗ trợ lẫn nhau hững biểu hiện rõ nét của OCBO.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần khuyến khích sự tham gia toàn tổ chức trong các hoạt động về trách nhiệm xã hội như ngày hội cộng đồng, chương trình hỗ trợ nông dân hoặc các hoạt động xã hội khác. Những sự kiện này giúp nhân viên cảm nhận sâu sắc hơn sự gắn kết với tổ chức, giúp cho PCSR từ đó tăng mức độ cam kết và thúc đẩy sự phát triển của hành vi OCBO.

Cuối cùng, việc đo lường tác động của PCSR đến OCBO là cần thiết để tối ưu hóa chiến lược. Các chỉ số như mức độ tuân thủ nội quy, tinh thần cải tiến và sự tự nguyện tham gia hoạt động chung phản ánh trực tiếp hiệu quả của PCSR trong việc thay đổi hành vi nhân viên. Theo dõi dữ liệu theo thời gian giúp doanh nghiệp điều chỉnh chính sách phù hợp, từ đó nâng cao hiệu suất làm việc.

PCSR không chỉ là một thành phần phụ trợ mà chính là biển chủ đạo định hình văn hóa trách nhiệm, củng cố sự đồng thuận và tăng cường OCBO yếu tố then chốt dẫn đến hiệu quả công việc bền vững trong doanh nghiệp.

- PCSR như động lực nâng cao kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP)

Từ kết quả nghiên cứu cho thấy PCSR có tác động trung bình nhưng ổn định đến IRTP với $\beta = 0.37$. Điều này khẳng định rằng PCSR không phải là yếu tố trực tiếp mạnh nhất quyết định hiệu suất cá nhân, nhưng lại là yếu tố nền tảng, đóng vai trò kích hoạt, củng cố, nâng cao tinh thần trách nhiệm, từ đó cải thiện đáng kể mức độ hoàn thành nhiệm vụ của nhân viên.

Với nhận thức mạnh mẽ về PCSR khiến nhân viên cảm thấy công việc của họ mang ý nghĩa xã hội, vượt khỏi phạm vi nhiệm vụ hàng ngày. Khi hiểu rằng nỗ lực

của mình đóng góp vào những giá trị lớn hơn cho cộng đồng, người lao động có xu hướng làm việc tập trung hơn, nghiêm túc hơn và có trách nhiệm hơn, góp phần nâng cao IRTP một cách tự nhiên.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp có thể lồng ghép PCSR vào mục tiêu công việc cá nhân, chẳng hạn như giao các nhiệm vụ liên quan đến sản phẩm bền vững, khuyến khích sáng kiến giảm tác động môi trường hoặc triển khai các dự án cải tiến theo hướng CSR. Khi nhân viên thấy rõ vai trò và đóng góp của mình trong các mục tiêu PCSR, họ gia tăng động lực nội tại, từ đó kết quả định hướng nhiệm vụ cũng được cải thiện.

PCSR còn thúc đẩy ý thức trách nhiệm cá nhân: một tổ chức hành xử có trách nhiệm với cộng đồng thường tạo ra hiệu ứng lan tỏa, giúp nhân viên tự điều chỉnh thái độ làm việc, tăng tính kỷ luật, tăng sự cam kết và giảm sai sót.

Đặc biệt, môi trường làm việc dựa trên PCSR công bằng, minh bạch, quan tâm đến con người, giúp hạn chế xung đột, giảm căng thẳng và nâng cao mức độ tập trung vào nhiệm vụ. Đây là nền tảng giúp nhân viên làm việc hiệu quả hơn và duy trì IRTP bền vững.

Cuối cùng, để tối ưu vai trò của PCSR đối với IRTP, doanh nghiệp cần đo lường thường xuyên thông qua: sự thay đổi trong KPI cá nhân, thái độ với nhiệm vụ, và tác động sau các chương trình PCSR. Việc theo dõi liên tục cho phép điều chỉnh chiến lược PCSR nhằm tối đa hóa hiệu quả đối với hiệu suất công việc.

5.2.4. Tác động Niềm tin tổ chức (OT) đến Kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP)

Với kết quả nghiên cứu cho thấy tác động của Niềm tin tổ chức (OT) đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) với hệ số hồi quy là 0.229, mức tác động cho thấy thấp nhất trong mô hình. Tuy nhiên, dù sức ảnh hưởng không mạnh bằng PCSR hay các biến khác, niềm tin tổ chức (OT) vẫn là nền tảng ổn định, giữ vai trò duy trì sự an tâm, gắn kết và tập trung của nhân viên những yếu tố cốt lõi giúp hiệu quả công việc không bị suy giảm.

Trong môi trường mà nhân viên tin tưởng vào sự công bằng, minh bạch và định hướng đúng đắn của tổ chức, họ có xu hướng yên tâm hơn khi thực hiện nhiệm vụ, giảm xung đột tâm lý và tăng mức độ cam kết. Niềm tin tổ chức vì vậy vẫn góp phần tích cực vào việc nâng cao IRTP, dù mức độ khiêm tốn hơn. Các hàm ý quản trị được

tác giả luận án đề xuất như (1) Tăng minh bạch công bằng để củng cố niềm tin tổ chức (OT). (2) Tăng mức độ gắn kết nhân viên với tổ chức. (3) Tạo môi trường làm việc ổn định, hỗ trợ lẫn nhau. (4) Liên kết niềm tin tổ chức với mục tiêu cá nhân.

- Tăng minh bạch, công bằng để củng cố niềm tin tổ chức (OT)

Niềm tin tổ chức (OT) chỉ được gia tăng khi nhân viên cảm nhận rõ ràng rằng tổ chức vận hành trên các nguyên tắc nhất quán, đặc biệt trong Chính sách lương thưởng công bằng. Minh bạch trong đánh giá hiệu suất. Quy định quy trình rõ ràng và nhất quán. Vì thế, Khi OT tăng sẽ tác động làm cho IRTP tăng, vì nhân viên làm việc với tâm thế an tâm, không phải lo lắng về sự thiên vị hay bất ổn.

- Tăng mức độ gắn kết nhân viên tổ chức tạo ổn định.

Một tổ chức mà niềm tin nội bộ được xây dựng tốt sẽ giúp nhân viên cảm thấy thêm Gắn bó hơn, Tự hào hơn và sẵn sàng nỗ lực hơn. Sự gắn kết tích cực này khiến nhân viên yêu thích công việc, từ đó IRTP được nâng cao. Với niềm tin tổ chức (OT) cao, sẽ thường xuất hiện trong môi trường Ít thay đổi đột ngột, Ít mâu thuẫn nội bộ và nội bộ nhân viên sẽ thân thiện và hỗ trợ nhau. Đây là một bối cảnh ổn định giúp nhân viên yên tâm thực hiện nhiệm vụ và IRTP cao hơn, ít biến động.

- Liên kết niềm tin tổ chức với mục tiêu kết quả cá nhân

Khi nhân viên tin rằng tổ chức có định hướng đúng, nhân viên sẽ tự giác hoàn thành nhiệm vụ không cần giám sát nhiều. Sẽ chủ động cải tiến để đạt chất lượng công việc tốt hơn và Cam kết hơn với mục tiêu dài hạn của tổ chức.

Qua đó, niềm tin tổ chức (OT) dù tác động không lớn vẫn góp phần duy trì và cải thiện IRTP một cách ổn định.

Tóm lại: Kết quả nghiên cứu cho thấy nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) là biến tác động mạnh và ổn định nhất đến toàn bộ hệ thống kết quả công việc của nhân viên. PCSR không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến IRTP, OCBI, OCBO, mà còn gián tiếp thông qua niềm tin tổ chức (OT) một biến trung gian quan trọng.

Các phát hiện này củng cố những luận điểm cốt lõi của lý thuyết hiệu suất công việc, lý thuyết trao đổi xã hội và lý thuyết các bên liên quan, cho thấy PCSR không chỉ mang giá trị đạo đức xã hội mà còn tạo ra giá trị kinh tế và giá trị nội tại cho doanh nghiệp. Khi nhân viên cảm nhận doanh nghiệp hành xử có trách nhiệm, họ

phát triển niềm tin, sự tôn trọng, và sự tự nguyện cống hiến, từ đó hình thành động lực làm việc bền vững.

Đặc biệt, nghiên cứu nhấn mạnh PCSR_C (trách nhiệm với khách hàng) là thành phần tác động mạnh nhất đến OT. Điều này chứng tỏ rằng sự minh bạch, công bằng và tôn trọng khách hàng không chỉ củng cố danh tiếng mà còn làm nhân viên tin tưởng hơn vào tổ chức của mình. Bên cạnh đó, PCSR_B (trách nhiệm với nhân viên) cũng có ảnh hưởng đáng kể, thể hiện kỳ vọng của người lao động về một môi trường công bằng, an toàn và nhân văn.

Niềm tin tổ chức (OT) tiếp tục được chứng minh là yếu tố trung gian có sức nặng: OT thúc đẩy mạnh mẽ kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) và hành vi công dân tổ chức (OCB). Đáng chú ý, OT ảnh hưởng nhiều hơn đến OCBO (hướng về tổ chức) so với OCBI (hướng về cá nhân), phản ánh xu hướng nhân viên ưu tiên cống hiến cho tập thể khi họ tin vào định hướng và bản sắc của doanh nghiệp.

Ngoài ra, danh tiếng tổ chức (OR) đóng vai trò điều tiết tích cực, khuếch đại mối liên hệ giữa PCSR và OT. Doanh nghiệp có danh tiếng tốt sẽ khiến tác động của PCSR càng trở nên mạnh mẽ, tạo hiệu ứng cộng hưởng đối với niềm tin và hành vi nhân viên. Tổng hợp sức mạnh tác động theo thứ tự từ cao đến thấp cho thấy: PCSR tác động đến OT (mạnh nhất) và tiếp theo là PCSR → OCBI; PCSR → OCBO; PCSR → IRTP; OT → IRTP; OT → OCBO; OT → OCBI.

Trật tự này khẳng định PCSR là nền tảng cốt lõi nuôi dưỡng niềm tin, nâng cao hiệu suất và khuyến khích hành vi công dân tích cực, đặc biệt trong bối cảnh các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh thuộc bảo vệ thực vật, nơi yếu tố đạo đức và an toàn càng được chú trọng.

Cuối cùng, các kết quả này mở ra hướng nghiên cứu tiếp theo về ảnh hưởng của những yếu tố kinh tế xã hội, đặc điểm tổ chức, điều kiện làm việc và đặc điểm hành vi cá nhân trong việc điều tiết mối quan hệ giữa PCSR và các kết quả công việc. Điều này góp phần mở rộng nền tảng lý thuyết và thực tiễn của PCSR trong quản trị nhân sự hiện đại.

5.3. HẠN CHẾ VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO

5.3.1. Hạn chế

Mặc dù nghiên cứu đã đạt được các kết quả đáng tin cậy thông qua quy trình phân tích, kiểm định và mô hình hóa nghiêm ngặt, vẫn tồn tại một số hạn chế cần được thừa nhận nhằm định hướng cho các nghiên cứu tiếp theo.

Thứ nhất, phạm vi khảo sát được thực hiện tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật thuộc khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Đây là khu vực có đặc thù kinh tế nông nghiệp riêng, do đó kết quả có thể phản ánh đặc điểm văn hóa tổ chức, cấu trúc quản trị và môi trường hoạt động của vùng này nhiều hơn so với toàn ngành trên phạm vi quốc gia, thế giới. Vì vậy, nghiên cứu không đặt vấn đề số lượng mẫu chưa đủ, mà nhấn mạnh rằng phạm vi không gian và đặc tính khu vực có thể ảnh hưởng tới mức độ khái quát hóa.

Thứ hai, mặc dù bộ dữ liệu khảo sát với 385 quan sát đáp ứng đầy đủ yêu cầu, là phù hợp theo chuẩn mực thống kê quốc tế. Các phương pháp nghiên cứu định lượng (SEM, CFA, hồi quy) đều đáp ứng theo (Hair và cộng sự, 2010) rằng số mẫu > 200 mẫu: đạt mức khá tốt (Hair và cộng sự, 2010); số mẫu > 300 mẫu: đạt mức tốt (Hair và cộng sự, 2010); số mẫu > 350 mẫu: đạt mức rất tốt, đảm bảo độ tin cậy mô hình.

Do đó, số lượng mẫu của nghiên cứu là 385 mẫu là hoàn toàn đáp ứng yêu cầu của phân tích, đảm bảo độ mạnh thống kê và cho phép kiểm định mô hình phức tạp với nhiều biến trung gian điều tiết. 385 mẫu không những đủ mà còn vượt chuẩn để phân tích mô hình của luận án.

Tuy nhiên, về cỡ mẫu trong các nghiên cứu định lượng, đặc biệt là phân tích SEM, nhưng việc mở rộng khảo sát ra nhiều vùng địa lý khác, nhiều doanh nghiệp có quy mô, cơ cấu sở hữu và mức độ trưởng thành PCSR khác nhau sẽ giúp kết quả có tính bao quát và so sánh cao hơn. Điều này không nhằm phủ nhận giá trị của mẫu hiện tại, mà đề xuất phát triển nghiên cứu theo hướng rộng khắp vùng địa lý khác nhau để tăng sức mạnh khái quát và tăng đối sánh giữa các nhóm doanh nghiệp.

Thứ ba, nghiên cứu sử dụng bộ thang đo hiện tại để đo lường các khái niệm như PCSR, OT, IRTP, OCBO, OCBI và OR. Tuy bộ thang đo phù hợp và đạt yêu cầu về độ tin cậy giá trị, nhưng các nghiên cứu trong tương lai có thể bổ sung thêm các biến quan sát, thuộc tính hoặc chiều cạnh mới, nhằm phản ánh đầy đủ hơn thực tiễn thị trường thuốc bảo vệ thực vật một ngành đặc thù, liên quan đến an toàn môi trường,

niềm tin cộng đồng và yêu cầu tuân thủ pháp lý. Việc mở rộng thang đo sẽ giúp gia tăng tính tinh vi của mô hình và độ sâu của phân tích.

Cuối cùng, nghiên cứu chỉ xem xét danh tiếng tổ chức (OR) như một biến điều tiết của mối quan hệ giữa PCSR và OT. Trong thực tiễn quản trị hiện nay, còn nhiều yếu tố có khả năng đóng vai trò điều tiết quan trọng như tầm nhìn sứ mạng của doanh nghiệp, mức độ tuân thủ pháp luật, hiệu quả CSR, phong cách lãnh đạo, hoặc nhận thức của nhân viên về minh bạch thông tin. Các nghiên cứu tiếp theo nên xem xét mở rộng thêm các biến điều tiết này để hiểu rõ hơn cơ chế mà PCSR tác động đến kết quả công việc và hành vi công dân tổ chức.

Nhìn chung, các hạn chế này không làm giảm giá trị khoa học của nghiên cứu, mà chỉ phản ánh phạm vi ứng dụng còn có thể tiếp tục mở rộng, tạo nền tảng quan trọng cho các nghiên cứu tiếp theo nhằm phát triển sâu hơn mô hình PCSR tác động đến OT tác động đến IRTP; OCB và EWR trong toàn ngành và nhiều lĩnh vực khác.

5.3.2. Hướng nghiên cứu tiếp theo

Kết quả nghiên cứu đã xác lập một cách rõ ràng và có cơ sở khoa học các mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR), niềm tin tổ chức (OT), định hướng nhiệm vụ công việc (IRTP), hành vi công dân trong tổ chức (OCB) ở cả hai cấp độ cá nhân (OCBI) và tổ chức (OCBO), cũng như kết quả công việc của nhân viên (EWR). Những kết quả này không chỉ củng cố luận điểm của các lý thuyết nền tảng như lý thuyết các bên liên quan, lý thuyết trao đổi xã hội, lý thuyết nhận dạng xã hội, mà còn mở rộng hiểu biết học thuật về cách PCSR vận hành trong thực tế các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt trong ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long.

Một đóng góp quan trọng của luận án là phát triển bộ thang đo hoàn chỉnh, dựa trên sự kế thừa và điều chỉnh từ các thang đo kinh điển của Turker (2009), Agarwal và cộng sự. (2018), Top và cộng sự. (2015), Pearce và cộng sự. (1994), Williams và Anderson (1991), Podsakoff và cộng sự. (1990), Chaudhary (2020), Janssen và Van Yperen (2004), Goodman và Svyantek (1999). Thông qua quá trình thảo luận chuyên gia, pilot test với 100 mẫu và khảo sát chính thức với 385 mẫu, tác giả đã kiểm định độ tin cậy và giá trị của thang đo bằng Cronbach's Alpha, EFA, CFA và SEM. Toàn bộ các kiểm định đều cho thấy thang đo và mô hình nghiên cứu có độ phù hợp cao,

đáp ứng yêu cầu về mặt khoa học và phương pháp luận của một công trình nghiên cứu cấp độ luận án tiến sĩ.

Đặc biệt, việc bổ sung các thuộc tính mới trong thang đo PCSR, OT, OCB và IRTP đã góp phần tinh chỉnh các khái niệm này phù hợp với thực tiễn doanh nghiệp Việt Nam. Điều này không chỉ nâng cao giá trị học thuật mà còn mang lại đóng góp thực tiễn quan trọng giúp các doanh nghiệp hiểu rõ hơn cách PCSR ảnh hưởng đến niềm tin, hành vi và hiệu quả làm việc của nhân viên.

Hơn nữa, mô hình nghiên cứu còn xác lập vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức (OR) trong mối quan hệ của PCSR và OT. Phát hiện này mở ra hướng nghiên cứu mới, gợi ý rằng hiệu quả của PCSR phụ thuộc đáng kể vào mức độ uy tín mà tổ chức xây dựng được trong mắt nhân viên. Đây là một đóng góp đáng kể cho bối cảnh nghiên cứu PCSR tại Việt Nam, khi khái niệm danh tiếng tổ chức trước đây chưa được phân tích đầy đủ như một biến điều tiết.

Trên nền tảng các kết quả nghiên cứu và thang đo được phát triển, các nghiên cứu tương lai có thể tiếp tục mở rộng mô hình bằng cách khảo sát ở nhiều nhóm doanh nghiệp khác nhau hoặc các khu vực địa lý khác nhằm tăng mức độ khái quát hóa. Các nghiên cứu sau có thể bổ sung thêm các biến điều tiết khác như tầm nhìn và sứ mạng doanh nghiệp, mức độ thực thi pháp luật, văn hóa tổ chức, hoặc phong cách lãnh đạo, để giải thích sâu hơn cơ chế tác động của PCSR đến niềm tin, hành vi và hiệu suất công việc.

Như vậy, luận án không chỉ chứng minh được các mối quan hệ quan trọng trong mô hình mà còn đặt nền móng cho một hướng nghiên cứu tiếp nối, có khả năng phát triển thành các công trình lớn hơn ở phạm vi ngành hoặc liên ngành. Đây là đóng góp học thuật và thực tiễn quan trọng, khẳng định giá trị ứng dụng của mô hình trong quản trị nhân sự, quản trị phát triển và hoạch định chiến lược PCSR trong doanh nghiệp Việt Nam hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Abbas, J. (2020b) 'Impact of total quality management on corporate green performance through the mediating role of corporate social responsibility', *Journal of Cleaner Production*, 242, p. 118458. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.118458>.
- Abdullah, M. H., và Rashid, N. R. N. A. (2012). The implementation of corporate social responsibility (CSR) programs and its impact on employee organizational citizenship behavior. *International Journal of Business and Commerce*, 2(1), 6775.
- Adeosun, L. P. K., và Ganiyu, R. A. (2013). Corporate reputation as a strategic asset. *International Journal of Business and Social Science*, 4(2).
- Agarwal, J., Stackhouse, M., & Osiyevskyy, O. (2018). I love that company: Look how ethical, prominent, and efficacious it is A triadic organizational reputation (TOR) Scale. *Journal of Business Ethics*, 153, 889910.
- Ahmad, Rashid; Ahmad, Saima; Islam, Talat; Kaleem, Ahmad (2020). *The nexus of corporate social responsibility (CSR), affective commitment and organisational citizenship behaviour in academia. Employee Relations: The International Journal*, 42(1), 232–247. doi:10.1108/ER0420180105
- Ahsan, M.U., Nasir, M. and Abbas, J. (2020) 'Examining the Causes of Plastic Bags Usages and Public Perception about its Effects on the Natural Environment', *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(10), pp. 80–96. doi:<http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v10i10/7919>.
- Akdere, M., Gider, Ö., & Top, M. (2012). Examining the role of employee focus in the Turkish healthcare industry. *Total Quality Management & Business Excellence*, 23(1112), 12411256.
- Albdour, A. A., Nasruddin, E., & Lin, S. K. (2010). The relationship between internal corporate social responsibility and organizational commitment within the ban
- Aldiabat, K. M., & Le Navenec, C. L. (2018). Data saturation: The mysterious step in grounded theory methodology. *The qualitative report*, 23(1), 245261. <http://nsuworks.nova.edu/tqr/vol23/iss1/18>
- Analysis for Little Respondents: Comparing of Lisrel, Tetrad, GSCA, Amos, SmartPLS, WarpPLS, and

- Analysis for Social and Management Research: A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114123.
- Aryee, S., Budhwar, P. and Chen, Z. (2002), "Trust as a mediator of the relationship between organizational justice and work outcomes: test of a social exchange model", *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 23 No. 3, pp. 267285.
- Aryee, S., Budhwar, P. S., & Chen, Z. X. (2002). Trust as a mediator of the relationship between organizational justice and work outcomes: Test of a social exchange model. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 23(3), 267285.
- Ashforth, B. E., & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of management review*, 14(1), 2039.
- Ahmed, R., Khan, M. J., & Rasheed, F. (2024). Linking job performance dimensions with organizational outcomes: A multilevel analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 44(2), 245–263.
- Bagozzi, R. P. (2011). Measurement and meaning in information systems and organizational research: Methodological and philosophical foundations. *MIS Quarterly*, 35(2), 261–292..
- Barnard, Chester. 1938. *The Functions of the Executive*. Cambridge, MA: Harvard University Press
- Barnett, M. L., Jermier, J. M., & Lafferty, B. A. (2006). Corporate reputation: The definitional landscape. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 26–38
- Bauman, C. W., & Skitka, L. J. (2012). Corporate social responsibility as a source of employee satisfaction. *Research in organizational Behavior*, 32, 6386.
- Bello, S. M. (2012). Impact of ethical leadership on employee job performance. *International Journal of Business and Social Science*, 3(11), 228236.
- Borman, W. C., & Motowidlo, S. J. (1997). Task performance and contextual performance: The meaning for personnel selection research. *Human performance*, 10(2), 99-109.
- Bland, J. M. (1997). Altman DG Cronbach's alpha. *BMJ*, 314(7080), 572. doi: <https://doi.org/10.1136/bmj.314.7080.572>

- Bhattacharya, C. B., Korschun, D., & Sen, S. (2009). Strengthening stakeholder–company relationships through mutually beneficial corporate social responsibility initiatives. *Journal of Business ethics*, 85, 257–272.
- Bouckennooghe, D., Raja, U., & Butt, A. N. (2013). Combined Effects of Positive and Negative Affectivity and Job Satisfaction on Job Performance and Turnover Intentions. *The Journal of Psychology*, 147(2), 105–123. doi:10.1080/00223980.2012.678411
- Bowen, Z. (1953). Bowen. *HR*, (1953), *Social Responsibilities of the Businessman*: New York: Harper & Row.
- Bridoux, F., Stofberg, N., & Den Hartog, D. (2016). Stakeholders' responses to CSR tradeoffs: When other orientation and trust trump material self-interest. *Frontiers in Psychology*, 6, 1992.
- Brooks, M. E., Highhouse, S., Russell, S. S., & Mohr, D. C. (2003). Familiarity, ambivalence, and firm reputation: Is corporate fame a double-edged sword? *Journal of Applied Psychology*, 88, 904–914.
- Brown, T. J., Dacin, P. A., Pratt, M. G., & Whetten, D. A. (2006). Identity, intended image, construed image, and reputation: An interdisciplinary framework and suggested terminology. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34, 99–106
- Button, S.B., Mathieu, J.E. and Zajac, D.M. (1996), “Goal orientation in organizational research: a conceptual and empirical foundation”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 67 No. 1, pp. 26–48
- Belle, G. (2002). 4.11 Do not dichotomize unless absolutely necessary. *Statistical rules of thumb*.
- Bouckennooghe, D., Raja, U., & Butt, A. N. (2013). Combined effects of positive and negative affectivity and job satisfaction on job performance and turnover intentions. *The Journal of psychology*, 147(2), 105–123.
- Barnett, J. M. (2002). Focus groups tips for beginners. *Texas Centre for adult literacy & learning*. <http://www.wtcall.tamu.edu/orp/orp1.htm>
- Cable, D. M., & Graham, M. E. (2000). The determinants of job seekers' reputation perceptions. *Journal of Organizational Behavior*, 21, 929–947.

- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 3948.
- Carroll, A. B.: 1979, 'A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance', *Academy of Management Review* 4(4), 497–505. doi:10.2307/257850
- Carroll, A. B.: 1999, 'Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct', *Business & Society* 38(3), 268–295. doi:10.1177/000765039903800303
- Chaudhary, R. (2020). Corporate social responsibility and employee performance: a study among indian business executives. *The International Journal of Human Resource Management*, 31(21), 27612784. doi:10.1080/09585192.2018.1469159
- Carroll, A. B. (2015). Corporate social responsibility. *Organizational dynamics*, 44(2), 8796.
- Chen, s., he, q., & ma, j. (2015). The influence of thirdparty punishment on cooperation: An explanation of social norm activation. *Acta Psychologica Sinica*, 47(3), 389.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of applied psychology*, 78(1), 98.
- Clarkson, M. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of management review*, 20(1), 92117.
- Collier, J., & Esteban, R. (2007). Corporate social responsibility and employee commitment. *Business ethics: A European review*, 16(1), 1933.
- Commitment to Job Satisfaction. *International Journal of Social and Management Studies*, 2(1), 8692.
- Cornelius, N., Todres, M., JanjuhaJivraj, S., Woods, A., & Wallace, J. (2008). Corporate social responsibility and the social enterprise. *Journal of business ethics*, 81, 355370.
- Cochran, S., & Banner, D. (1977). Spall studies in uranium. *Journal of Applied Physics*, 48(7), 27292737.

- Cummings, LL, & Bromiley, P. (1996). Kiểm kê niềm tin tổ chức (OTI). *Niềm tin vào tổ chức: Biên giới của lý thuyết và nghiên cứu*, 302 (330), 3952.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. sage.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing among Five Approaches (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Collins, J. W., & O'brien, N. P. (2011). The Greenwood dictionary of education. ABCCLIO.<https://www.researchgate.net/file.PostFileLoader.html?id=55ffddfd5f7f71517a8b45ae&assetKey=AS:276071023116289@1442831869307>
- Collins, J. W., & O'Brien, N. P. (2003). *The greenwood dictionary of education*. Westport, Connecticut. London:
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Gundumogula, M. (2020). Importance of focus groups in qualitative research. *The International Journal of Humanities & Social Studies*, 8(11).
- Connelly, L. M. (2008). Pilot studies. *Medsurg nursing*, 17(6), 411.
- Danish, r., shahid, a., humayon, a., & nawaz, m. (2015). Association of affective commitment with organizational citizenship behaviour and task performance of employees in banking sector. *Yaşar Üniversitesi EDergisi*, 10(39), 5667.
- Devers, C. E., Dewett, T., Mishina, Y., & Belsito, C. A. (2009). A general theory of organizational stigma. *Organization Science*, 20, 154–171.
- Douglas, S., Merritt, D., Roberts, R., & Watkins, D. (2022). Systemic leadership development: impact on organizational effectiveness. *International Journal of Organizational Analysis*, 30(2), 568588.
- Du, S., Bhattacharya, C. B., & Sen, S. (2011). Corporate social responsibility and competitive advantage: Overcoming the trust barrier. *Management Science*, 57(9), 15281545.
- Duyên, C. T. L. (2018). *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp: mối quan hệ với hiệu quả hoạt động-trường hợp doanh nghiệp Đồng bằng Sông Cửu Long-Việt Nam* (Doctoral dissertation, Trường Đại học Kinh tế Tp. Hồ Chí Minh).

- Dweck, C. S. (2013). *Selftheories: Their role in motivation, personality, and development*. Psychology press.
- Dewa, A. (2023). The Influence of Work Ability, Work Discipline and Work Environment on Employee Performance. *Economic and Business Horizon*, 2(3), 110.
- Dewi, S. P. (2012). Pengaruh pengendalian internal dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan SPBU Yogyakarta (studi kasus pada spbu anak cabang perusahaan RB. Group). *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 1(1).
- DeVellis, R. F. (2016). *Scale Development: Theory and Applications*.
- Dweck, C. S., & Leggett, E. L. 1988. A social cognitive approach to motivation and personality. *Psychological Review*, 95: 256–273.
- DeVellis, R. F., & Thorpe, C. T. (2021). *Scale development: Theory and applications*. Sage publications.
- DeVellis, R. F., & Thorpe, C. T. (2021). *Scale development: Theory and applications*. Sage publications. ISBN: 9781544379333
- El Akremi, A., Gond, J. P., Swaen, V., De Roeck, K., & Igalens, J. (2018). How do employees perceive corporate responsibility? Development and validation of a multidimensional corporate stakeholder responsibility scale. *Journal of management*, 44(2), 619657.
- Elliot, A. J., & Church, M. A. 1997. A hierarchical model of approach and avoidance achievement motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73: 218–232.
- Elliot, A.J. (2005), “A conceptual history of the achievement goal construct”, in Elliot, A.J. and Dweck, C.S. (Eds), *Handbook of Competence and Motivation*, Guilford Press, New York, NY, pp. 5272.
- Emerson, R. M. (1972). Exchange theory, part I: A psychological basis for social exchange. *Sociological theories in progress*, 2, 3857.
- Endsley, M. R. (1995). Measurement of situation awareness in dynamic systems. *Human factors*, 37(1), 6584.

- Farh, j. L., Dobbins, g. H., & Cheng, b. S. (1991). Cultural relativity in action: A comparison of self-ratings made by Chinese and US workers. *Personnel psychology*, 44(1), 129147.
- Farr, J.L., Hofmann, D.A. and Rigenbach, K.L. (1993), "Goal orientation and action control theory: implications for industrial and organizational psychology", *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, Vol. 8, pp. 193232.
- Fischer, E., & Reuber, R. (2007). The good, the bad, and the unfamiliar: The challenges of reputation formation facing new firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 53–75
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.
- Freeman, I., & Hasnaoui, A. (2011). The meaning of corporate social responsibility: The vision of four nations. *Journal of business Ethics*, 100, 419443.
- Freeman, R. B., & Medoff, J. L. (1984). What do unions do. *Indus. & Lab. Rel. Rev.*, 38, 244.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2010). Stakeholder theory: The state of the art.
- GainesRoss, L. (2008). *Corporate reputation: 12 steps to safeguarding and recovering reputation*. John Wiley & Sons.
- Garbarino, E., & Johnson, M. S. (1999). The different roles of satisfaction, trust, and commitment in customer relationships. *Journal of marketing*, 63(2), 7087.
- George, N. A., Aboobaker, N., & Edward, M. (2020). Corporate social responsibility and organizational commitment: effects of CSR attitude, organizational trust and identification. *Society and Business Review*, 15(3), 255272.
- Giao, H. N. K., & Nhu, N. N. (2020). Hệ thống đánh giá kết quả thực hiện công việc của nhân viên Vietinbank Bình Dương.
- Glaveli, N. (2020). Corporate social responsibility toward stakeholders and customer loyalty: Investigating the roles of trust and customer identification with the company. *Social Responsibility Journal*, 17(3), 367383.
- Gomes, F. C. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Goodman, S. A., & Svyantek, D. J. (1999). Person–organization fit and contextual performance: Do shared values matter. *Journal of vocational behavior*, 55(2), 254-275.
- Gond, J. P., ElAkremi, A., Igalens, J., & Swaen, V. (2010). Corporate social responsibility influence on employees. *International Center for Corporate Social Responsibility*, 54, 147.
- Goodman, S. A., & Svyantek, D. J. (1999). Person–Organization Fit and Contextual Performance: Do Shared Values Matter. *Journal of Vocational Behavior*, 55(2), 254-275. doi:<https://doi.org/10.1006/jvbe.1998.1682>
- Goodman, S. A., & Svyantek, D. J. (1999). Person–organization fit and contextual performance: Do shared values matter. *Journal of vocational behavior*, 55(2), 254-275.:<https://doi.org/10.1006/jvbe.1998.1682>
- Green F. 2008. “Leeway for the loyal: A model of employee discretion” *British Journal of Industrial Relationship* 46(1): 132.
- Hadj, T. B. (2020). Effects of corporate social responsibility towards stakeholders and environmental management on responsible innovation and competitiveness. *Journal of Cleaner Production*, 250, 119490.
- Hansen, S. D., Dunford, B. B., Boss, A. D., Boss, R. W., & Angermeier, I. (2011). Corporate social responsibility and the benefits of employee trust: A crossdisciplinary perspective. *Journal of business ethics*, 102, 2945.
- Hansen, S.D., Dunford, B.B., Boss, A.D., Boss, R.W. and Angermeier, I. (2011), “Corporate social responsibility and the benefits of employee trust: a crossdisciplinary perspective”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 102 No. 1, pp. 2945.
- Hao, X., Fu, W., & Albitar, K. (2023). Innovation with ecological sustainability: does corporate environmental responsibility matter in green innovation?. *Journal of Economic Analysis*, 2(3), 2142.
- Harris, F & de Chernatony, L.,. (2000). Developing corporate brands through considering internal and external stakeholders. *Corporate Reputation Review*, 3, 268-274.
- Harris, L. C., & Ogbonna, E. (2006). Service sabotage: A study of antecedents and consequences. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34, 543-558.

Hair et al. (2010). *Multivariate Data Analysis*

He, J., Zhang, H., & Morrison, A. M. (2019). The impacts of corporate social responsibility on organization citizenship behavior and task performance in hospitality: A sequential mediation model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(6), 25822598.

Helm, S. (2013), "A matter of reputation and pride: associations between perceived external reputation, pride in membership, job satisfaction and turnover intentions", *British Journal of Management*, Vol. 24 No. 4, pp. 542556, doi: 10.1111/j.14678551.2012.00827.

Highhouse, S., Broadfoot, A., Yugo, J. E., & Devendorf, S. A. (2009). Examining corporate reputation judgments with generalizability theory. *Journal of Applied Psychology*, 94(3), 782. doi:10.1037/a0013934

Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E. F. (2003). Measuring Attraction to Organizations. *Educational and Psychological Measurement*, 63(6), 9861001. doi:10.1177/0013164403258403

Hiriyappa, B. (2009). *Organizational behavior*. New Age International.

Hoffman, B. J., Blair, C. A., Meriac, J. P., & Woehr, D. J. (2007). Expanding the criterion domain? A quantitative review of the OCB literature. *Journal of Applied psychology*, 92(2), 555.

Homans, G. C. (1961). The humanities and the social sciences. *American Behavioral Scientist*, 4(8), 36.

Hakim, A. A. (2020). The influence of work ability and workload on the effectiveness of employee in the East Cempaka Putih village central Jakarta. *International Journal of Business and Applied Social Science*, 3039.

Hosmani, A. P., & Shambhushankar, B. R. (2014). Study on impact of quality of work life on job performance amongst employees of Secunderabad Division of South Central Railway. *Research Journal of Management Sciences*, 3(11), 811.

Hill, R. (1998). What sample size is "enough" in internet survey research. *Interpersonal Computing and Technology: An electronic journal for the 21st century*, 6(34), 112. ISSN: 10644326

Hair jr, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis* (Fifth Eds. ed.). Englewood Cliffs, N.: Prentice Hall.

- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). Modelagem de Equações Estruturais: uma introdução. *Análise multivariada de dados*, 6.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). Multivariate data analysis (Vol. 6).
- Janssen, O., & Van Yperen, N. W. (2004). Employees' goal orientations, the quality of leader-member exchange, and the outcomes of job performance and job satisfaction. *Academy of management journal*, 47(3), 368384.
- Ji, H., & Miao, Z. (2020). Corporate social responsibility and collaborative innovation: The role of government support. *Journal of Cleaner Production*, 260, 121028.
- Ji, H., & Miao, Z. (2020). Corporate social responsibility and collaborative innovation: The role of government support. *Journal of Cleaner Production*, 260, 121028.
- Johnson, D. E & LePine, J. A., Erez, A., (2002). The nature and dimensionality of organizational citizenship behavior: a critical review and metaanalysis. *Journal of applied psychology*, 87(1), 52.
- Jones, G. R. 2001. *Organizational theory: Text and cases*. Reading, MA: AddisonWesley.
- Kanter, R. 1988. When a thousand flowers bloom: Structural, collective, and social conditions for innovation in organizations. In B. M. Staw & L. L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior*, vol. 10: 169–211. Greenwich, CT: JAI Press.
- Katz, D. 1964. The motivational basis of organizational behavior. *Behavioral Science*, 9: 131– 133.
- Katz, Daniel. 1964. The Motivational Basis of Organisational Behaviour. *Behavioural Science* 9(2): 131–46.
- Krueger, R. A. & Casey, M. A., (1994). Focus group interviewing. In *Measurement of food preferences* (pp. 7796). Boston, MA: Springer US.
- Krueger, R. A. (2014). *Focus groups: A practical guide for applied research*. Sage publications.
- Khan, M. R., Jam, F. A., & Ramay, M. 2010. “The Impacts of Organizational Commitment on Employee Job Performance” *Europeon Journal of Social Sciences*, 15(3): 292298.

- Knudsen, J. S., & Moon, J. (2022). Corporate social responsibility and government: The role of discretion for engagement with public policy. *Business Ethics Quarterly*, 32(2), 243-271.
- Kraatz, M & Love, E. G. (2009). Character, conformity, or the bottom line? How and why downsizing affected corporate reputation. *Academy of Management Journal*, 52(2), 314–335.
- Krot, K., & Lewicka, D. (2012). The Importance Of Trust In Manager-Employee Relationships. *International Journal of Electronic Business Management*, 10(3).
- Kucharska, W. (2020). Employee commitment matters for CSR practice, reputation and corporate brand performance European model. *Sustainability*, 12(3), 940.
- Kumari, K., Abbas, J., & Rashid, S. (2021). Role of corporate social responsibility in corporate reputation via organizational trust and commitment. *Reviews of Management Sciences*, 3(2), 4263.
- Kunda, M. M., Ataman, G., & Kartaltepe Behram, N. (2019). Corporate social responsibility and organizational citizenship behavior: The mediating role of job satisfaction. *Journal of Global Responsibility*, 10(1), 4768.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22 140, 55. https://legacy.voteview.com/pdf/Likert_1932.pdf
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of psychology*.
- Leadership Style toward Food Safety Management System ISO 22000: 2018 Performance of Food Industry in Pati Central Java. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 180-185.
- LePine, J. A., Erez, A., & Johnson, D. E. (2002). The nature and dimensionality of organizational citizenship behavior: a critical review and metaanalysis. *Journal of applied psychology*, 87(1), 52.
- Lewis, S. (2001). Measuring corporate reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(1), 31-35.
- Li, Y., Liu, Z., Qin, K., Cui, J., Zeng, X., Ji, M., et al. (2021). Organizational trust and safety operation behavior in airline pilots: the mediating effects of

- organizational identification and organizational commitment. *J. Air Transp. Manag.* 92:102018. doi: 10.1016/j.jairtraman.2021.102018.
- Lichtenstein, D.R., Drumwright, M.E., and Braig, B.M. (2004). The effect of corporate social responsibility on customer donations to corporatesupported nonprofits. *Journal of Marketing*, 68(4), 1632.
- Lindgreen, A. and Swaen, V. (2009), "Corporate social responsibility", *International Journal of Management Reviews*, Vol. 12, No. 1, pp. 17. (ISSN 14608545).
- Lourenc,o, I. C., Callen, J. L., Branco, M. C., & Curto, J. D. (2014). The value relevance of reputation for sustainability leadership. *Journal of Business Ethics*, 119(1), 17–28.
- Love, E. G., & Kraatz, M. (2009). Character, conformity, or the bottom line? How and why downsizing affected corporate reputation. *Academy of Management Journal*, 52(2), 314–335.
- Maignan, I., Ferrell, O. C., & Ferrell, L. (2005). A stakeholder model for implementing social responsibility in marketing. *European journal of marketing*, 39(9/10), 956977.
- Mangkunegara, A. A. P. (2009). Perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological review*, 50(4), 370.
- Mathis, R. L & Jackson, J. H. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jilid 3, Jakarta: Salemba Empat.
- Mayer, R. C., & Gavin, M. B. (2005). Trust in management and performance: Who minds the shop while the employees watch the boss?. *Academy of management journal*, 48(5), 874888.
- Mensah, H.K., Agyapong, A. and Nuerthey, D. (2017), "The effect of corporate social responsibility on organizational commitment of employees of rural and community banks in Ghana", *Cogent Business & Management*, Vol. 4 No. 1, pp. 119, doi: 10.1080/23311975.2017.1280895.
- Nisar, Q. A., Marwa, A., Ahmad, U., & Ahmad, S. (2014). Impact of perceived organizational support on organizational citizenship behavior: Empirical evidence from Pakistan. *International Journal of Research*, 1(5), 231240.

- Nunnally (1978), *Psychometric Theory*, 2d ed., New York: McGrawHill <http://hdl.handle.net/123456789/11061>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York: McGraw.
- Nhân Văn, N., Thúy Vân, T. T., & Văn Lực, N. (2023, April). *Building a scale to measure customer satisfaction about service quality at Loc Lam Furniture Trading Service Co., Ltd.* *Industry and Trade Magazine*. <https://tapchicongthuong.vn> (10), 277287.
- Morse, J. M. (1995). The significance of saturation. *Qualitative health research*, 5(2), 147149. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/104973239500500201>
- Morse, J. M. (2000). Determining sample size. *Qualitative health research*, 10(1), 35.
- Organ, D. W. (1988). *Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*. Lexington books/DC heath and com.
- Organ, D. W., & Konovsky, M. (1989). Cognitive versus affective determinants of organizational citizenship behavior. *Journal of Applied Psychology*, 74(1), 157–164. <https://doi.org/10.1037/00219010.74.1.157>.
- Organ, Dennis W. 1988. *Organisational Citizenship Behaviour: The Good Soldier Syndrome*. Lexington, KY: Lexington Books.
- Organizational Citizenship Behaviour, Innovative Work Behaviour, Quality Work Life, Digital.
- Park, S. M., Miao, Q., & Kim, M. Y. (2015). The role of leadership behaviors for enhancing organizational effectiveness in the Chinese public sector. *International Review of Public Administration*, 20(2), 153176.
- Pearce, J. L., Branyiczki, I., & Bakacsi, G. (1994). Person-based reward systems: A theory of organizational reward practices in reform-communist organizations. *Journal of Organizational Behavior*, 15(3), 261282. DOI 10.1002/job.4030150307.
- Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*.
- Pellet, J., & GainesRoss, L. (2008). Do Intangibles Matter?. *Chief Executive*, 5662.
- Pérez, A., & Rodríguez del Bosque, I. (2014). Customer CSR expectations in the banking industry. *International Journal of Bank Marketing*, 32(3), 223244.

- Peterson, D. K. (2004). The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment. *Business & society*, 43(3), 296-319.
- Phạm, V. T., & Nghiêm, T. T. (2015). Đánh giá giảng viên theo năng lực làm việc và kết quả thực hiện nhiệm vụ phù hợp với vị trí việc làm trong các trường đại học công lập Việt Nam. *VNU Journal of Science: Education Research*, 31(2).
- Phillips, R. A., Berman, S. L., Elms, H., & Johnson-Cramer, M. E. (2010). Strategy, stakeholders and managerial discretion. *Strategic organization*, 8(2), 176-183.
- Phuong, N. T. N., Dũng, V. H., & Hương, N. T. (2019). Phân tích tác động của trách nhiệm xã hội đến giá trị thương hiệu và sự gắn kết tổ chức thông qua cảm nhận của người lao động tại các doanh nghiệp thủy sản vùng Đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ*, 55(6), 89-100.
- Pinkston, T.S. and Carroll, A.B. (1994). Corporate citizenship perspectives and foreign direct investment in the U.S. *Journal of Business Ethics*, 13(3), 157-169.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Moorman, R. H., & Fetter, R. (1990). Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust in leader, satisfaction, and organizational citizenship behaviors. *The leadership quarterly*, 1(2), 107-142. doi: 10.1016/10489843(90)900097.
- Podsakoff, P., MacKenzie, S., Moorman, R. and Fetter, R. (1990), "Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust in leader, satisfaction, and organizational citizenship behaviors", *Leadership Quarterly*, Vol. 1 No. 2, pp. 107-142.
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLSSEM).
- Purwanto, A., Asbari, M., & budi Santoso, P. (2019). Influence of Transformational and Transactional.
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil antara Amos, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS Untuk Jumlah Sampel Besar. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 216-227.
- Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, T. I., Sunarsi, D., & Ilham, D. (2021). Education Research Quantitative.

- Purwanto, A., Hidayat, D., & Asbari, M. (2021). WorkFamily Conflict Disaster: From Organizational.
- Purwanto, A., Purba, J. T., Bernarto, I., & Sijabat, R. (2021). The Role of Transformational Leadership,
- Purwanto, A., Wijayanti, L. M., Hyun, C. C., & Asbari, M. (2019). the Effect of Tansformational,
- Ridwan, M., Mulyani, S. R., & Ali, H. (2020). Improving employee performance through perceived organizational support, organizational commitment and organizational citizenship behavior. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(12).
- Rindova, V. P., Williamson, I. O., Petkova, A. P., & Sever, J. M. (2005). Being good or being known: An empirical examination of the dimensions, antecedents, and consequences of organizational reputation. *Academy of Management Journal*, 48(6), 1033–1049.
- Rivera-Camino, J. (2007). Re-evaluating green marketing strategy: a stakeholder perspective. *European journal of marketing*, 41(11/12), 13281358.
- Robinson, S. L. (1996). Trust and breach of the psychological contract. *Administrative science quarterly*, 574599.
- Rodríguez-Fernández, M., Gaspar-González, A. I., & Sánchez-Teba, E. M. (2020). Sustainable social responsibility through stakeholders engagement. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(6), 24252436.
- Rupp, D. E., & Spencer, S. (2006). When customers lash out: the effects of customer interactional injustice on emotional labor and the mediating role of discrete emotions. *Journal of applied psychology*, 91(4), 971.
- Rupp, D. E., Ganapathi, J., Aguilera, R. V., & Williams, C. A. (2006). Employee reactions to corporate social responsibility: An organizational justice framework. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 27(4), 537543.
- Rupp, D. E., Shao, R., Thornton, M. A., & Skarlicki, D. P. (2013). Applicants' and employees' reactions to corporate social responsibility: The moderating effects of first-party justice perceptions and moral identity. *Personnel Psychology*, 66(4), 895933.

- Saeidi, S. P., Sofian, S., Saeidi, P., Saeidi, S. P., & Saeidi, S. A. (2015). How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction. *Journal of Business Research*, 68(2), 341–350.
- Simamora, H. (2014). *Membuat Karyawan Lebih Produktif Dalam Jangka panjang (Manajemen SDM)*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sonnentag, S., & Frese, M. (2002). Performance concepts and performance theory. *Psychological management of individual performance*, 23(1), 325. SPSS. *Jurnal Studi Guru Dan Pembelajaran*, 4(2).
- Sumarsi, S., & Rizal, A. (2022). The effect of competence and quality of work life on organizational citizenship behavior (OCB) with organizational commitment mediation. *International Journal of Social and Management Studies (IJOSMAS) Volume*, 2.
- Sutrisno, E. (2010). *Budaya Organisasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta. *Umam*,
- Story, J. S., & Castanheira, F. (2019). Corporate social responsibility and employee performance: Mediation role of job satisfaction and affective commitment. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(6), 13611370.
- Svyantek, D. J., Goodman, S. A., Benz, L. L., & Gard, J. A. (1999). The relationship between organizational characteristics and team building success. *Journal of Business and Psychology*, 14, 265283.
- Soetopo, H., & Kamsyach, A. (2012). *Perilaku organisasi: teori dan praktik di bidang pendidikan*.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The social identity theory of intergroup behavior. In *Political psychology* (pp. 276293). Psychology Press.
- Thúy Vân Trần Thị, Văn Nhân Nguyễn, Văn Lực Nguyễn. (2023). Job Stress and Turnover Intention through Employees Job Attitude: Finding Out at District Hospital, Ho Chi Minh City. *International Journal of Science, Engineering and Technology*.
- Top, M., Akdere, M., & Tarcın, M. (2015). Examining transformational leadership, job satisfaction, organizational commitment and organizational trust in Turkish

- hospitals: public servants versus private sector employees. *The International Journal of Human Resource Management*, 26(9), 12591282. doi:10.1080/09585192.2014.939987.
- Tourigny, L., Han, J., Baba, V. V., & Pan, P. (2019). Ethical leadership and corporate social responsibility in China: A multilevel study of their effects on trust and organizational citizenship behavior. *Journal of Business Ethics*, 158, 427440.
- Transactional, Authentic and Authoritarian Leadership Style Toward Lecture Performance of Private.
- Transformation and Leader Member Exchange on Universities Performance. *Linguistica Antverpiensia*, 29082932.
- Turker, D. (2009). Measuring Corporate Social Responsibility: A Scale Development Study. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 411427. doi:10.1007/s1055100897806.
- Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of business ethics*, 85, 411427.
- Twinn, D. S. (1998). An analysis of the effectiveness of focus groups as a method of qualitative data collection with Chinese populations in nursing research. *Journal of advanced nursing*, 28(3), 654661.
- Van Knippenberg, D., & Van Schie, E. C. (2000). Foci and correlates of organizational identification. *Journal of occupational and organizational psychology*, 73(2), 137147.
- VandeWalle, D. 1997. Development and validation of a work domain goal orientation instrument. *Educational & Psychological Measurement*, 57: 995– 1015.
- Veithzal, R., & Basri, A. F. M. (2005). Performance Appraisal. *Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada*.
- Vineburgh, J. H. (2010). *A study of organizational trust and related variables among faculty members at HBCUs* (Doctoral dissertation, University of Iowa).
- Vlachos, P. A., Theotokis, A., & Panagopoulos, N. G. (2010). Sales force reactions to corporate social responsibility: Attributions, outcomes, and the mediating role of organizational trust. *Industrial Marketing Management*, 39(7), 12071218.
- Võ, K. S. (2023). Phân công và cơ chế trách nhiệm trong phân công thực thi nhiệm vụ, quyền hạn. *Quản lý Nhà nước*, (325), 3439.

- Wagner, U., Van Dick, R., Christ, O., Stellmacher, J., Ahlswede, O., Grubba, C., ... & Tissington, P. A. (2004). Should I stay or should I go? Explaining turnover intentions with organizational identification and job satisfaction. *British journal of management*, 15(4), 351360.
- West, M. A., & Farr, J. L. 1989. Innovation at work: Psychological perspectives. *Social Behavior*, 4: 15– 30.
- Williams, L. J. & Anderson, S. E. 1991. “Job satisfaction and organizational commitment as predictors of organizational citizenship and inrole behaviors” *Journal of Management* 17(3): 601617.
- Winters, D., & Latham, G. P. (1996). The effect of learning versus outcome goals on a simple versus a complex task. *Group & Organization Management*, 21(2), 236250.
- Yadav, A., Pandita, D., & Singh, S. (2022). Worklife integration, job contentment, employee engagement and its impact on organizational effectiveness: a systematic literature review. *Industrial and Commercial Training*, 54(3), 509527.
- Yan, X., EspinosaCristia, J. F., Kumari, K., & Cioca, L. I. (2022). Relationship between corporate social responsibility, organizational trust, and corporate reputation for sustainable performance. *Sustainability*, 14(14), 8737.
- Yandi, A., & Havidz, H. B. H. (2022). Employee performance model: Work engagement through job satisfaction and organizational commitment (A study of human resource management literature study). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(3), 547565.
- Yang, J. S., & Tsai, L. C. (2023). The moderating effects of trustor characteristics and the cost of being trusted on the relationship between felt trust and OCB intention. *Review of Managerial Science*, 17(7), 24172441. doi: 10.1007/s1184602200584y.
- Yamane Taro. (1967). Statistics, an introductory analysis, Determining sample size. *New York: University of Florida*.
- Yoon, D., Jang, J., & Lee, J. (2016). Environmental management strategy and organizational citizenship behaviors in the hotel industry: The mediating role

- of organizational trust and commitment. *International journal of Contemporary hospitality Management*, 28(8), 15771597.
- Zhang, M., Di Fan, D., & Zhu, C. J. (2014). Highperformance work systems, corporate social performance and employee outcomes: Exploring the missing links. *Journal of business ethics*, 120, 423435.
- Zhang, S & Chen, L.,. (2025). The Dual Effects of Work Connectivity Behavior After-Hours on Employee Behaviors: Balancing Psychological Job Control and ICT Anxiety. *Behavioral Sciences*, 15(6), 796.
- Zweig, D., & Webster, J. (2004). Validation of a Multidimensional Measure of Goal Orientation. *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement*, 36(3), 232.
- Isaac, S., & Michael, W. B. (1995). *Handbook in research and evaluation: A collection of principles, methods, and strategies useful in the planning, design, and evaluation of studies in education and the behavioral sciences*. Edits publishers.

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



NGUYỄN TẤN PHƯỚC

DANH MỤC BÀI BÁO

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ
QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
PGS TS ĐÀO DUY HUÂN
PGS TS NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO**

Cần Thơ, năm 2026

MỤC LỤC

1.	Tạp chí CôngThương.....	3
2.	Q4 Scopus: Tạp chí Edelweiss Applied Science and Technology.....	3
3.	Báo quốc tế: Tạp chí International Journal of Religion	3
4.	Trình bày bằng tiếng Anh tại Hội thảo quốc tế.....	4

Tác giả Nguyễn Tấn Phước với đề tài “*Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long*” và sự hướng dẫn của PGS TS Đào Duy Huân và PGS TS Nguyễn Thị Phương Thảo. Các bài báo khoa học đã được công bố trên các tạp chí quốc tế và Hội thảo khoa học quốc tế, tạp chí hội đồng khoa học gồm có:

1. Tạp chí CôngThương

Thử nghiệm định lượng (pilot test) tác động nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến kết quả công việc nhân viên: Nghiên cứu tại các DN sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long

- Số 20 T9/2024;
- ISSN 0866 - 7756
- Trích dẫn APA

Tấn Phước, N., Huân Duy.D., Thảo Phương.T. N. (2024). Thử nghiệm định lượng (pilot test) tác động PCSR đến EWR: Nghiên cứu tại các DN sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng SCL. Tạp chí Công Thương website: <https://tapchicongthuong.vn/thu-nghiem-dinh-luong--pilot-test--tac-dong-nhan-thuc-trach-nhiem-xa-hoi-cua-doanh-nghiep-den-ket-qua-cong-viec-nhan-vien--nghien-cuu-tai-cac-dn-san-xuat-thuoc-bao-ve-thuc-vat-tai-dong-bang-scl-128565.htm>

2. Q4 Scopus: Tạp chí Edelweiss Applied Science and Technology

Quantitative study on the impact of perceived corporate social responsibility on employee performance at plant protection companies in the Mekong Delta, Vietnam

- Vol. 8, No. 6, 2354-2368
- ISSN-E: 2576-8484
- DOI: <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2481>
- Trích dẫn APA

Phước, N. T., Huân, Đ. D., & Thảo, N. T. P. (2024). Quantitative study on the impact of perceived corporate social responsibility on employee performance at plant protection companies in the Mekong Delta, Vietnam. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 2354-2368. [Doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2481](https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2481)

3. Báo quốc tế: Tạp chí International Journal of Religion

Impact Of Corporate Social Responsibility Awareness, The Intermediate Role of Organizational Trust on Employee Work Performance: A Study at Pesticide Production Enterprises in The Mekong Delta

- Vol. 5 No. 12 (2024)
- ISSN-E: 2633-3538
- DOI: <https://doi.org/10.61707/kdhtf773>
- Trích dẫn APA

Phước, N. T., Huân, Đ. D., & Thảo, N. T. P. (2024). Impact Of Corporate Social Responsibility Awareness, The Intermediate Role of Organizational Trust on Employee Work Performance: A Study at Pesticide Production Enterprises in The Mekong Delta. *International Journal of Religion*, 5(12), 619-642. DOI: <https://doi.org/10.61707/kdhtf773>

4. Trình bày bằng tiếng Anh tại Hội thảo quốc tế

The Impact of Corporate Social Responsibility on Citizenship Behavior Through the Mediating Effect of Organizational Trust: Research at Mekong Delta Enterprises – Vietnam

- Trích dẫn APA

Phuoc, N. T., & Huan, D. D. (2024.). 7.1 ICDI 2024-SSDG - The 7.1 International Conference on Digital Innovation - Sustainability Through the Lens of SDG. Retrieved November 25, 2024, from Confbay.com website: <https://submit.confbay.com/conf/icdi2024sesg>

Cần Thơ, ngày tháng năm 2026

TÁC GIẢ BÀI BÁO

NGUYỄN TẤN PHƯỚC

PHỤ LỤC 1: PHÒNG VẤN SÂU

Người phỏng vấn:

Người được phỏng vấn: (File đính kèm)

Mã số khách hàng: PVS24001

..., Ngày... tháng năm 2024

=====

Phần 1: Giới thiệu

Chào buổi sáng tới anh/ chị !

Tôi tên là:

Cuộc phỏng vấn này được thực hiện để lấy ý kiến đóng góp của anh/ chị về “Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại đồng bằng Sông Cửu Long”. Tôi đặc biệt quan tâm đến bất kỳ vấn đề nào mà anh chị đã gặp phải hoặc nghe biết cũng như các ý kiến đề xuất của anh chị.

Anh/ chị có thể đồng ý để tôi ghi âm cuộc trò chuyện của chúng ta. Tôi đảm bảo với anh chị về bảo mật thông tin phản hồi của anh chị.

Đồng ý ghi âm;

Không đồng ý ghi âm

Đồng ý ghi chép;

Phần 2: Nội dung

1. Anh/ Chị có đang làm việc tại các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh, sản xuất thuốc bảo vệ thực vật ? ☐ Đang làm việc; ☐ Không làm việc;

2. Anh/chị nhìn nhận trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp sẽ gồm những điều gì?

.....

3. Trong các yếu tố sau đây, yếu tố nào tạo là trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp?

☐ Các bên liên quan

☐ Đối với nhân viên

☐ Đối với khách hàng

☐ Đối với chính phủ

☐ Tất cả điều trên

☐ Ý kiến khác

Vì sao?

.....

4. Theo Anh/chị, điều gì tạo nên danh tiếng tổ chức?

.....

5. Anh chị nhìn nhận những điều nào sau đây đã tạo nên kết quả công việc ?

PHỤ LỤC 2: DANH SÁCH THAM GIA PHÒNG VẤN SÂU

STT	KÝ HIỆU	TÊN THAM GIA PVS	GHI CHÚ
1	PVS2301	Nguyễn Văn Bằng	
2	PVS2302	Nguyễn Linh Chi	
3	PVS2303	Lê Thị Khánh Linh	
4	PVS2304	Nguyễn Thanh Hải	
5	PVS2305	Phạm Thị Kiều Diễm	
6	PVS2306	Nguyễn Tiến Lâm	
7	PVS2307	Vũ Thị Phương	
8	PVS2308	Nguyễn Văn Thành	
9	PVS2309	Huỳnh Việt Thắng	
10	PVS23010	Nguyễn Vinh Nguyên	
11	PVS23011	Lê Hồng Khoa	
12	PVS23012	Phạm Thị Loan	
13	PVS23013	Đặng Minh Thiện	
14	PVS23014	Hoàng Quang Trung	
15	PVS23015	Trần Văn Chu	
16	PVS23016	Phạm Thanh Long	
17	PVS23017	Đỗ Xuân Bình	
18	PVS23018	Thị Cẩm Loan	

STT	KÝ HIỆU	TÊN THAM GIA PVS	GHI CHÚ
19	PVS23019	Thái Hải Đăng	
20	PVS23020	Nguyễn Thị Thủy Tiên	
21	PVS23021	Huỳnh Xuân Nhân	
22	PVS23022	Lộc Há Múi	
23	PVS23023	Võ Nhân Hậu	
24	PVS23024	Đào Chí Hải	
25	PVS23025	Trần Diệp Thanh Trúc	Phòng văn đủ
26	PVS23026	Lê Mỹ Ngọc	Dừng phòng văn
27	PVS23027	Phạm Hữu Trí	Dừng phòng văn
28	PVS23028	Lê Thị Kim Thoa	Dừng phòng văn
29	PVS23029	Trần Thanh Trúc	Dừng phòng văn
30	PVS23030	Lê Mỹ Ngọc	Dừng phòng văn

Nguồn: Tác giả tổng hợp

PHỤ LỤC 3: SẮP XẾP KẾT QUẢ PHỎNG VẤN SÂU

STT	PVS2401	PVS2402	PVS2403	PVS2404	PVS2405	PVS2406	PVS2407	PVS2408	PVS2409	PVS24010
1	Bảo vệ tài nguyên môi trường;	Quan tâm đến thể hệ tương lai;	Đóng góp thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội	Cân bằng cuộc sống	Hoạt động doanh nghiệp	Cung cấp giá tiên	Tin tưởng nhân viên	Hoạt động doanh nghiệp	Khuyến khách hợp tác
2	Hoạt động tình nguyện	Quan tâm mong muốn của viên	Cân bằng công việc	cuộc sống	Cân bằng cuộc sống	Hoạt động tình nguyện	Quan tâm mong muốn của viên	Cân bằng cuộc sống	Cân bằng công việc	Chính sách linh hoạt cho nhân viên
3	Bảo vệ	Quyền lợi	Người tiêu dùng	Sản phẩm	khách hàng	Hoạt động tình nguyện	Cân bằng cuộc sống	Cân bằng cuộc sống	Cân bằng cuộc sống	
4	Tuân thủ pháp luật	Chính sách	Thông tư	Nghị định	Hoạt động doanh nghiệp	Đóng góp xã hội	Người lao động	Tuân thủ pháp luật	Chính sách	Thông tư
5	Cung cấp sản phẩm	Cung cấp giá tiên	Lịch sử với khách hàng	Có trách nhiệm	Trách nhiệm môi trường	Triển vọng	Uy tín	Ngưỡng mộ	Đáng giá tiên	Không hoàn thành nhiệm vụ
6	Chân thật trong đàm	Tuân thủ	Đảm phán	Tuân thủ trong đàm	Không lừa gạt	Chính sách tạo hợp tác	Tin tưởng nhân viên	Khuyến khách hợp		Đóng góp thúc đẩy sự

	phán		phán			tác		thịnh vượng của xã hội		
7	Hoàn thành nhiệm vụ	Đáp ứng yêu cầu công việc	Trách nhiệm trong công việc	Không hoàn thành nhiệm vụ	Hoàn thành nhiệm vụ	Cung cấp giá tiền	Lịch sự với khách hàng	Có trách nhiệm	Luôn hoàn thành trách nhiệm	Mô tả công việc
8	Giúp đỡ người vắng mặt	Giú đỡ người nặng nhọc	Lắng nghe	Lắng nghe đồng nghị	Giúp nhân viên mới	Quan tâm người khác	Làm việc vượt định mức	Nghĩ có phép	Bảo vệ tổ chc]s	Quan tâm hình ảnh tổ chức
9	Luôn hoàn thành nhiệm vụ	Luôn hoàn thành trách nhiệm	Mô tả công việc	Thực hiện tốt nhiệm vụ	Hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao	Hoàn thành nhiệm vụ cấp trên giao phó	Phản nản về điều nhỏ	Trách nhiệm trong công việc	Không hoàn thành nhiệm vụ	Đóng góp thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội
STT	PVS24011	PVS24012	PVS24013	PVS24014	PVS24015	PVS24016	PVS24017	PVS24018	PVS24019	PVS24020
1	Bảo vệ	Quan tâm mong muốn của viên	Cung cấp sản phẩm	Cung cấp giá tiền	Lịch sự với khách hàng	Có trách nhiệm	Trách nhiệm môi trường	Triển vọng	Uy tín	Ngưỡng mộ
2	Hỗ trợ nhân viên học thêm	Quan tâm mong muốn của viên	cuộc sống	Hoạt động tình nguyện	Quan tâm mong muốn của viên	Cân bằng công việc	Chính sách linh hoạt cho nhân viên	Quan tâm đến thể hệ tương lai;	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội	Cân bằng công việc

3	Đóng góp thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội	Thông tư	Nghị định	Hoạt động doanh nghiệp	Đóng góp xã hội		Trách nhiệm công việc	Cung cấp giá tiền	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội
4	Quan tâm mong muốn của viên	Cân bằng công việc		Có trách nhiệm	Trách nhiệm công việc		Bảo vệ	Hoạt động doanh nghiệp	Bảo vệ	Thông tư
5		Trách nhiệm trong công việc	Cung cấp sản phẩm	Cung cấp giá tiền	Lịch sự với khách hàng	Có trách nhiệm	Trách nhiệm môi trường	Triển vọng	Uy tín	Ngưỡng mộ
6	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội		Hoạt động doanh nghiệp		Có trách nhiệm	Cung cấp giá tiền		Hoạt động doanh nghiệp	Bảo vệ	Không hoàn thành nhiệm vụ
7	Thực hiện tốt nhiệm vụ	Chân thật trong đàm phán	Không hoàn thành nhiệm vụ	Hoàn thành nhiệm vụ	Cung cấp giá tiền	Lịch sự với khách hàng	Có trách nhiệm	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội		Trách nhiệm trong công việc
8	Tuân thủ nội quy	Tận tâm với Công ty	Phản nản về điều nhỏ	Có trách nhiệm	Có trách nhiệm	Có trách nhiệm	Bảo vệ		Có trách nhiệm	Trách nhiệm trong công việc

9	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội	Trách nhiệm trong công việc	Không hoàn thành nhiệm vụ	Trách nhiệm trong công việc	Không hoàn thành nhiệm vụ	Hoàn thành nhiệm vụ	Cung cấp giá trị	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội	Trách nhiệm trong công việc	Có trách nhiệm
STT	PVS2401	PVS2402	PVS2403	PVS2404	PVS2405	PVS2401	PVS2402	PVS2403	PVS2404	PVS2405
1	Bảo vệ tài nguyên môi trường;	Quan tâm đến thể hệ tương lai;	Đóng góp thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội	Cân bằng cuộc sống	Hoạt động doanh nghiệp	Cung cấp giá trị	Tin tưởng nhân viên	Hoạt động doanh nghiệp	Khuyến khích hợp tác
2	Hoạt động tình nguyện	Quan tâm mong muốn của viên	Cân bằng công việc	cuộc sống	Cân bằng cuộc sống	Hoạt động tình nguyện	Quan tâm mong muốn của viên	Cân bằng cuộc sống	Cân bằng công việc	Chính sách linh hoạt cho nhân viên
3	Bảo vệ	Quyền lợi	Người tiêu dùng	Sản phẩm	khách hàng	Hoạt động tình nguyện	Cân bằng cuộc sống	Cân bằng cuộc sống	Cân bằng cuộc sống	
4	Tuân thủ pháp luật	Chính sách	Thông tư	Nghị định	Hoạt động doanh nghiệp	Đóng góp xã hội	Người lao động	Tuân thủ pháp luật	Chính sách	Thông tư

5	Cung cấp sản phẩm	Cung cấp giá tiền	Lịch sự với khách hàng	Có trách nhiệm	Trách nhiệm môi trường	Triển vọng	Uy tín	Ngưỡng mộ	Đáng giá tiền	Không hoàn thành nhiệm vụ
6	Chân thật trong đàm phán	Tuân thủ	Đàm phán	Tuân thủ trong đàm phán	Không lừa gạt	Chính sách tạo hợp tác	Tin tưởng nhân viên	Khuyến khách hợp tác		Đóng góp thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội
7	Hoàn thành nhiệm vụ	Đáp ứng yêu cầu công việc	Trách nhiệm trong công việc	Không hoàn thành nhiệm vụ	Hoàn thành nhiệm vụ	Cung cấp giá tiền	Lịch sự với khách hàng	Có trách nhiệm	Luôn hoàn thành trách nhiệm	Mô tả công việc
8	Giúp đỡ người vắng mặt	Giữ đỡ người nặng nhọc	Lắng nghe	Lắng nghe đồng nghiệp	Giúp nhân viên mới	Quan tâm người khác	Làm việc vượt định mức	Nghỉ có phép	Bảo vệ chấp	Quan tâm hình ảnh tổ chức
9	Luôn hoàn thành nhiệm vụ	Luôn hoàn thành trách nhiệm	Mô tả công việc	Thực hiện tốt nhiệm vụ	Hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao	Hoàn thành nhiệm vụ cấp trên giao phó	Phản nản về điều nhỏ	Trách nhiệm trong công việc	Không hoàn thành nhiệm vụ	Đóng góp thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội
STT	PVS24011	PVS24012	PVS24013	PVS24014	PVS24015	PVS24016	PVS24017	PVS24018	PVS24019	PVS24020
1	Bảo vệ	Quan tâm mong muốn	Cung cấp sản phẩm	Cung cấp giá tiền	Lịch sự với khách hàng	Có trách nhiệm	Trách nhiệm môi	Triển vọng	Uy tín	Ngưỡng mộ

		của viên						trường				
2	Hỗ trợ nhân viên học thêm	Quan tâm mong muốn của viên	cuộc sống		Hoạt động tình nguyện	Quan tâm mong muốn của viên	Cân bằng công việc	Chính sách linh hoạt cho nhân viên	Quan tâm đến thể hệ tương lai;	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội	Cân bằng công việc	
3	Đóng góp thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội	Thông tư		Nghị định	Hoạt động doanh nghiệp	Đóng góp xã hội		Trách nhiệm trong công việc	Cung cấp giá tiền	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội	
4	Quan tâm mong muốn của viên	Cân bằng công việc			Có trách nhiệm	Trách nhiệm trong công việc		Bảo vệ	Hoạt động doanh nghiệp	Bảo vệ	Thông tư	
5		Trách nhiệm trong công việc	Cung cấp sản phẩm	Cung cấp giá tiền	Cung cấp giá tiền	Lịch sự với khách hàng	Có trách nhiệm	Trách nhiệm môi trường	Triển vọng	Uy tín	Ngưỡng mộ	
6	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội		Hoạt động doanh nghiệp			Có trách nhiệm	Cung cấp giá tiền		Hoạt động doanh nghiệp	Bảo vệ	Không hoàn thành nhiệm vụ	
7	Thực hiện tốt nhiệm vụ	Chân thật trong đàm phán	Không hoàn thành nhiệm vụ	Hoàn thành nhiệm vụ	Cung cấp giá tiền	Lịch sự với khách hàng	Có trách nhiệm	Có trách nhiệm	Đóng góp vào thịnh vượng của		Trách nhiệm trong công việc	

4	Nghị định	Hoạt động doanh nghiệp	Đóng góp xã hội		Chính sách	Thông tư	Thông tư	Quan tâm mong muốn của viên	
5	Đáng giá tiền	Không hoàn thành nhiệm vụ		Trách nhiệm trong công việc	Cung cấp giá tiền	Lịch sự với khách hàng		Hoạt động doanh nghiệp	
6	Hoàn thành nhiệm vụ	Cung cấp giá tiền	Lịch sự với khách hàng	Có trách nhiệm	Tuân thủ	Đảm phán	Cung cấp sản phẩm	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội	Hoạt động doanh nghiệp
7	Đáng giá tiền	Không hoàn thành nhiệm vụ		Trách nhiệm trong công việc	Đáp ứng yêu cầu công việc	Trách nhiệm trong công việc	Hoạt động doanh nghiệp	Thực hiện tốt nhiệm vụ	
8	Hỗ trợ nhân viên học thêm	Cân bằng cuộc sống	Quan tâm đến thế hệ tương lai;	Bảo vệ tài nguyên môi trường;	Giữ đờ người nặng nhọc	Lắng nghe	Không hoàn thành nhiệm vụ	Tuân thủ nội quy	Cung cấp giá tiền
9	Không hoàn thành nhiệm vụ		Hoạt động doanh nghiệp		Luôn hoàn thành trách nhiệm	Mô tả công việc	Phản nản về điều nhỏ	Đóng góp vào thịnh vượng của xã hội	Đáng giá tiền

Nguồn: Tác giả luận án (2024)

Các ý kiến của chuyên gia xác nhận độ phù hợp và sự điều chỉnh thuộc tính, từ ngữ của thang đo như sau

Bảng 3.15: Bảng kết quả đề xuất điều chỉnh thang đo

CÁC PHÁT BIỂU			TÁC GIẢ	KHÍA CẠNH	Ý KIẾN CỦA CHUYÊN GIA	TỶ LỆ
STT						
1	Các bên liên quan xã hội và phi xã hội		Tác giả	Khía cạnh	Các bên liên quan	Tỷ lệ
1	Our company participates to the activities which aim to protect and improve the quality of the natural environment		(Turker, 2009)	Bảo vệ môi trường	Công ty tôi tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ tài nguyên môi trường	Đồng ý 100%
	Công ty chúng tôi tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ và nâng cao chất lượng tài nguyên thiên nhiên môi trường					
2	Our company participates to the activities which aim to protect and improve the quality of the natural environment		(Turker, 2009)	Nâng cao môi trường	Công ty tôi tham gia vào các hoạt động nhằm nâng cao chất lượng môi trường	Đồng ý 100%
	Công ty chúng tôi tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ và nâng cao chất lượng tài nguyên thiên nhiên môi trường					
3	Our company targets a sustainable growth which considers to the future generations		(Turker, 2009)	Thế hệ tương lai	Công ty tôi đặt mục tiêu quan tâm đến thế hệ tương lai	Đồng ý 100%
	Công ty chúng tôi đặt mục tiêu tăng trưởng bền vững, quan tâm đến thế hệ tương lai					
4	Our company contributes to the campaigns and projects that promote the wellbeing of the society		(Turker, 2009)	Thịnh vượng xã hội	Công ty tôi đóng góp vào các chiến dịch thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội	Đồng ý 100%
	Công ty chúng tôi đóng góp vào các chiến dịch và dự án thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội					
1.2	Đối với nhân viên		Tác giả	Khía cạnh	Đối với nhân viên	
1	Our company encourages its employees to participate to the voluntarily activities /Công ty chúng tôi khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động tình nguyện		(Turker, 2009)	Tình nguyện	Công ty tôi khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động tình nguyện	Đồng ý 100%

viên tham gia các hoạt động tình nguyện

	The management of our company primarily concerns with employees' needs and wants./	(Turker, 2009)	Quan tâm nhân viên	Lãnh đạo công ty tôi quan tâm đến nhu cầu và mong muốn của nhân viên	Đồng ý 100%
2	Ban quản lý công ty chúng tôi chú ý quan tâm đến nhu cầu và mong muốn của nhân viên				
3	Our company implements flexible policies to provide a good work and life balance for its employees Công ty chúng tôi thực hiện các chính sách linh hoạt để mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên	(Turker, 2009)	Chính sách linh hoạt cho nhân viên	Công ty tôi thực hiện các chính sách linh hoạt mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên	Đồng ý 100%
4	Our company supports employees who want to acquire additional education. Công ty chúng tôi hỗ trợ những nhân viên muốn học thêm.	(Turker, 2009)	Năng cao kiến thức	Công ty tôi hỗ trợ nhân viên muốn học thêm.	Đồng ý 100%

1.3 Đối với khách hàng	Tác giả	Khía cạnh	Đối với khách hàng	Tỷ lệ
1	Our company protects consumer rights beyond the legal requirements Công ty chúng tôi bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng ngoài các yêu cầu pháp lý	(Turker, 2009) Quyền lợi người tiêu dùng	Công ty tôi bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vượt các yêu cầu pháp lý.	Đồng ý 100%
2	Our company provides full and accurate information about its products to its customers Công ty chúng tôi cung cấp thông tin đầy đủ và chính xác về sản phẩm cho khách hàng	(Turker, 2009) Thông tin sản phẩm	Công ty tôi cung cấp thông tin đầy đủ về sản phẩm cho khách hàng	Đồng ý 100%

	Our company provides full and accurate information about its products to its customers	(Turker, 2009)	Thông tin chính xác	Công ty tôi cung cấp thông tin chính xác về sản phẩm cho khách hàng	Đồng ý 100%
3	Công ty chúng tôi cung cấp thông tin đầy đủ và chính xác về sản phẩm cho khách hàng				

I.4	Đối với Chính phủ	Tỷ lệ	Khía cạnh	Đối với Chính phủ	Tỷ lệ
	Our company complies with the legal regulations completely and promptly	(Turker, 2009)	Tuân thủ pháp luật	Công ty tôi tuân thủ đầy đủ các quy định pháp luật	Đồng ý 100%
1	Công ty chúng tôi tuân thủ đầy đủ và kịp thời các quy định pháp luật				
	Our company complies with the legal regulations completely and promptly	(Turker, 2009)	Kịp thời về pháp lý	Công ty tôi thực hiện kịp thời các quy định pháp luật	Đồng ý 100%
2	Công ty chúng tôi tuân thủ đầy đủ và kịp thời các quy định pháp luật				
	Our company complies with the legal regulations completely and promptly	(Turker, 2009)	Thông tin hướng dẫn	Công ty tôi tuân thủ thực hiện theo các thông tin hướng dẫn.	Đồng ý 100%
3	Công ty chúng tôi tuân thủ đầy đủ và kịp thời các quy định pháp luật				

II	Danh tiếng Doanh nghiệp	Tỷ lệ	Khía cạnh	Danh tiếng Doanh nghiệp	Tỷ lệ
1	This company offers products and services that are a good value for the money. Công ty này cung cấp các sản phẩm và dịch vụ đáng giá tiền.	Agarwal và cộng sự (2018)	Sản phẩm	Công ty này cung cấp sản phẩm đáng giá tiền.	Đồng ý 100%
2	This company has employees who treat customers courteously. Công ty này có những nhân viên đối xử lịch sự với khách hàng.	Agarwal và cộng sự (2018)	Dịch vụ	Công ty này cung cấp dịch vụ đáng giá tiền.	Đồng ý 100%
3	This company is an environmentally responsible company. Công ty này là một công ty có trách nhiệm với môi trường	Agarwal và cộng sự (2018)	Trách nhiệm	Công ty này có trách nhiệm với môi trường	Đồng ý 100%
4	This company looks like a company with strong prospects for future growth. Công ty này trông giống như một công ty có triển vọng phát triển mạnh mẽ trong tương lai.	Agarwal và cộng sự (2018)	Triển vọng	Công ty này có triển vọng phát triển mạnh trong tương lai.	Đồng ý 100%
5	This is a reputable company to work for Công ty là một nơi có uy tín để làm việc	Agarwal và cộng sự (2018)	Nơi làm việc tốt	Công ty này là một nơi có uy tín để tham gia làm việc	Đồng ý 100%
6	It is a company that I admire and respect Đó là một công ty mà Anh/Chị ngưỡng mộ và tôn trọng	Agarwal và cộng sự (2018)	Ngưỡng mộ	Công ty này rất được ngưỡng mộ	Đồng ý 100%
					222

	It is a company that I admire and respect	Agarwal	Tôn trọng	Công ty này rất được tôn trọng	Đồng ý
6	Đó là một công ty mà Anh/Chị ngưỡng mộ và tôn trọng	và cộng sự (2018)			100%

III	Niềm tin tổ chức	Tỷ lệ	Khía cạnh	Niềm tin tổ chức	Tỷ lệ
	We think the people in this organization tell the truth in negotiations.	Top và cộng sự (2015)	Sự thật trong đàm phán	Công ty này nói sự thật trong các cuộc đàm phán	Đồng ý 100%
1	Tôi nghĩ rằng những người trong tổ chức này nói sự thật trong các cuộc đàm phán				
	We think that this organization meets its negotiated obligations to our department.	Top và cộng sự (2015)	Thực hiện thỏa thuận	Công ty này luôn đáp ứng các nghĩa vụ đã đàm phán.	Đồng ý 100%
2	Tôi nghĩ rằng tổ chức này luôn đáp ứng các nghĩa vụ đã đàm phán				
	In our opinion, this organization is reliable.	Top và cộng sự (2015)	Tin cậy	Công ty này đáng tin cậy	Đồng ý 100%
3	Theo tôi, tổ chức này đáng tin cậy				
	In general, the personnel policies seem to encourage cooperation among employees.	Pearce và cộng sự (1994)	Chính sách nhân sự	Công ty này có các chính sách nhân sự khuyến khích sự hợp tác giữa các nhân viên.	Đồng ý 100%
4	Nhìn chung, các chính sách nhân sự có vẻ khuyến khích sự hợp tác giữa các nhân viên.				
	The performance appraisal system shows that this organization trusts its employees.	Pearce và cộng sự (1994)	Tin tưởng nhân viên	Hệ thống đánh giá hiệu suất của công ty này cho thấy công ty tin tưởng nhân viên của họ	Đồng ý 100%
5	Hệ thống đánh giá hiệu suất cho thấy tổ chức này tin tưởng				

nhân viên của mình.

IV	Hành vi công dân trong tổ chức Cá nhân (OCBI)	Tỷ lệ	Khía cạnh	Hành vi công dân Cá nhân (OCBI)	Tỷ lệ
1	Helps others who have been absent.	Williams	Giúp đỡ	Nhân viên trong công ty này giúp đỡ	Đồng ý
	Giúp đỡ những người vắng mặt.	và Anderson (1991)		những nhân viên vắng mặt.	100%
2	Helps others who have heavy work loads.	Williams	Hỗ trợ công	Nhân viên trong công ty này giúp đỡ	Đồng ý
	Giúp đỡ người khác khi có khối lượng công việc nặng nhọc.	và Anderson (1991)	việc	người khác khi có khối lượng công việc nặng nhọc.	100%
3	Goes out of way to help new employees.	Williams	Giúp nhân	Nhân viên trong công ty này luôn nỗ	Đồng ý
	Luôn nỗ lực giúp đỡ nhân viên mới.	và Anderson (1991)	sự mới	lực giúp đỡ nhân viên mới.	100%
4	Is mindful of how his/her behavior affects other people's jobs.	Podsakoff	Ý thức	Nhân viên công ty này có ý thức về	Đồng ý
	Có ý thức về việc hành vi của mình ảnh hưởng như thế nào đến công việc của người khác.	và cộng sự (1990)	trong hành vi	hành vi của mình ảnh hưởng thế nào đến công việc của người khác.	100%
5	Tries to avoid creating problems for coworkers.	Podsakoff	Tránh gây	Nhân viên tổng công ty này luôn cố	Đồng ý
	Có gắng tránh gây rắc rối cho đồng nghiệp.	và cộng sự (1990)	rắc rối	gắng tránh gây rắc rối cho đồng nghiệp.	100%
V	Hành vi công dân trong tổ chức Tổ chức (OCBO)	Tỷ lệ	Khía cạnh	Hành vi công dân –Tổ chức(OCBO)	Tỷ lệ

Attendance at work is above the norm.		Williams	Vượt định	Nhân viên trong công ty này tham gia	Đồng ý
1	Sự tham gia làm việc vượt quá định mức.	vàAnders on (1991)	mức	làm việc vượt quá định mức.	100%

2	Take action to protect the organization from potential problems Thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn	Chaudhar y (2020)	Hành động bảo vệ	Nhân viên trong công ty này thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn	Đồng ý 100%
3	Demonstrate concern about the image of the organization Thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức	Chaudhar y (2020)	Quan tâm thương hiệu	Nhân viên trong công ty này thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức	Đồng ý 100%
4	Obeys company rules and regulations even when no one is watching. Tuân thủ nội quy, quy định của công ty ngay cả khi không có người giám sát.	Podsakoff và cộng sự (1990)	Tuân thủ nội quy	Nhân viên trong công ty này tuân thủ nội quy của công ty ngay cả khi không có người giám sát.	Đồng ý 100%
5	Attends functions that are not required, but help the company image. Tham gia các chức năng không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh công ty.	Podsakoff và cộng sự (1990)	Tự nguyện tham gia	Nhân viên trong công ty này tham gia các chức năng không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh công ty.	Đồng ý 100%

VI	Định hướng nhiệm vụ	Tỷ lệ	Khía cạnh	Định hướng nhiệm vụ	Tỷ lệ
1	This worker meets all the formal performance requirements of the job. Người lao động này đáp ứng tất cả các yêu cầu thực hiện	Janssen và Van Yperen (2004)	Đáp ứng yêu cầu	Nhân viên công ty đáp ứng các yêu cầu thực hiện chính thức của công việc.	Đồng ý 100%

chính thức của công việc.

	This worker fulfills all responsibilities required by his/her job.	Janssen và Van Yperen (2004)	Trách nhiệm	Nhân viên công ty hoàn thành trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu.	Đồng ý 100%
2	Người lao động này hoàn thành mọi trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu.				
	This worker often fails to perform essential duties	Janssen và Van Yperen (2004)	Không thực hiện công việc thiết yếu	Nhân viên công ty này không thực hiện được những nhiệm vụ thiết yếu	Đồng ý 100%
3	Người lao động này thường không thực hiện được những nhiệm vụ thiết yếu				
	Meets criteria for performance	Janssen và Van Yperen (2004)	Đáp ứng	Nhân viên công ty này đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc	Đồng ý 100%
4	Đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc		tiêu chí công việc		

VII	Kết quả công việc	Tỷ lệ	Khía cạnh	Kết quả công việc	Tỷ lệ
	Achieves the objectives of the job	Goodman và Svyantek (1999).	Đạt mục tiêu công việc	Nhân viên công ty đạt được các mục tiêu của công việc	Đồng ý 100%
1	Đạt được các mục tiêu của công việc				
	Demonstrates expertise in all jobrelated tasks	Goodman và Svyantek (1999).	Chuyên môn tốt	Nhân viên công ty này thể hiện chuyên môn trong các nhiệm vụ liên quan đến công việc	Đồng ý 100%
3	Thể hiện chuyên môn trong tất cả các nhiệm vụ liên quan đến công việc				

Fulfills all the requirements of the job					
4	Đáp ứng mọi yêu cầu của công việc	Goodman và Svyantek (1999).	Đáp ứng yêu cầu công việc	Nhân viên công ty này đáp ứng mọi yêu cầu của công việc	Đồng ý 100%
5	Is competent in all areas of the job, handles tasks with proficiency Có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc, xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo	Goodman và Svyantek (1999).	Có năng lực	Nhân viên trong công ty này có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc.	Đồng ý 100%
6	Is competent in all areas of the job, handles tasks with proficiency Có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc, xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo	Goodman và Svyantek (1999).	Xử lý công việc	Nhân viên trong công ty này xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo	Đồng ý 100%
7	Adequately completes assigned duties Luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao	Goodman và Svyantek (1999).	Hoàn thành công việc	Nhân viên trong công ty này luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao	Đồng ý 100%
<i>Nguồn: Tác giả luận án.</i>					

PHỤ LỤC 4: THUỘC TÍNH PHÙ HỢP YẾU TỐ

STT	NHÓM	CÁC CỤM TỪ NGỮ, Ý NGHĨA
1	Nhóm 1	Bảo vệ tài nguyên môi trường; Quan tâm đến thế hệ tương lai; Đóng góp vào sự thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội
2	Nhóm 2	Hoạt động tình nguyện; Quan tâm mong muốn của viên; Cân bằng công việc, cuộc sống; Chính sách linh hoạt cho nhân viên; Hỗ trợ nhân viên học thêm
3	Nhóm 3	Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; thông tin chính xác của sản phẩm tới khách hàng
4	Nhóm 4	Tuân thủ pháp luật; Chính sách, thông tư nghị định chính phủ đối với hoạt động của các doanh nghiệp, đối với cộng đồng, xã hội, người lao động
5	Nhóm 5	Cung cấp sp đáng giá tiền; Lịch sự với khách hàng; Có trách nhiệm môi trường; Triển vọng phát triển; Uy tín; Ngưỡng mộ công ty
6	Nhóm 6	Chân thật trong đàm phán; Tuân thủ lời đàm phán; Tin cậy tổ chức; Không lừa gạt; Chính sách tạo hợp tác; Tin tưởng nhân viên; Khuyến khích hợp tác
7	Nhóm 7	Hoàn thành nhiệm vụ; Đáp ứng yêu cầu của công việc; Trách nhiệm trong công việc; Không hoàn thành nhiệm vụ
8	Nhóm 8	Giúp đỡ người vắng mặt; Giúp đỡ người nặng nhọc; Lắng nghe lo lắng của đồng nghiệp; Giúp nhân viên mới; Quan tâm người khác; Làm việc vượt định mức; Nghỉ có phép; Bảo vệ tổ chức; Quan tâm hình ảnh tổ chức; Làm việc vượt mức; Tuân thủ nội quy; Tận tâm với công ty; Phàn nàn về điều nhỏ nhặt; Tham gia vì công ty; Tham gia vì công ty; Quan tâm các thông báo; Ý thức hành vi cá nhân; Tránh gây rắc rối
9	Nhóm 9	Luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao; Luôn hoàn thành trách nhiệm quy định trong mô tả công việc; Luôn thực hiện tốt các nhiệm vụ được cấp trên mong đợi; Luôn đáp ứng yêu cầu thực hiện công việc

PHỤ LỤC 5: DANH SÁCH NHÓM CHUYÊN GIA

STT	HỌ TÊN CHUYÊN GIA	CHỨC VỤ	KINH NGHIỆM	ĐƠN VỊ
1	Nguyễn Tiến Lộc	V.CEO	05 năm	CT001
2	Nguyễn Tiến Lâm	V.CEO	03 năm	CT002
3	Trần Thị Thúy Vân	V.CEO	09 năm	CT003
4	Huỳnh Việt Thắng	CFO	06 năm	CT004
5	Nguyễn Duy Minh	V.CEO	03 năm	CT005
6	Nguyễn Văn Nhân	CPO	03 năm	CT006
7	Bùi Thị Cẩm Thoa	CHR	06 năm	CT007
8	Phạm Ngọc Phúc	VCPO	02 năm	CT008
9	Lê Trần Khánh Trúc	CCO	06 năm	CT009
10	Kiều Lê Thiên Trang	VCPO	03 năm	CT009

PHỤ LỤC 6: THIẾT KẾ THẢO LUẬN KẾT QUẢ

I. Phần giới thiệu

Kính chào Quý anh chị !

Tôi tên là:

Số điện thoại:

Email của tôi:

Hiện nay, tôi đang nghiên cứu đề tài “Tác động của Nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật Tại đồng bằng Sông Cửu Long”

Trong buổi gặp gỡ hôm nay, xin được giới thiệu có các anh chị sau đây.

1	Điều hành thảo luận		NCS	
2	Thư ký thảo luận	Nguyễn Linh Chi	ThS	
3	Chuyên gia	Nguyễn Tiến Lộc	V.CEO	CT001
4	Chuyên gia	Nguyễn Tiến Lâm	V.CEO	CT002
5	Chuyên gia	Trần Thị Thúy Vân	V.CEO	CT003
6	Chuyên gia	Huỳnh Việt Thắng	CFO	CT004
7	Chuyên gia	Nguyễn Duy Minh	V.CEO	CT005
8	Chuyên gia	Nguyễn Văn Nhân	CPO	CT006
9	Chuyên gia	Bùi Thị Cẩm Thoa	CHR	CT007
10	Chuyên gia	Phạm Ngọc Phúc	VCPO	CT008
11	Chuyên gia	Lê Trần Khánh Trúc	CCO	CT009
12	Chuyên gia	Kiều Lê Thiên Trang	VCPO	CT009

Tôi đã tiến hành phỏng vấn sâu, khi phỏng vấn tới anh chị thứ 25, thông tin đã đạt tới mức bão hòa, nghĩa là đã có sự trùng lặp về thông tin và không có ghi nhận mới. Tôi

đã tiến hành sắp xếp, phân tích và đã đưa ra được bảng tổng hợp với các từ ngữ trùng lặp có trọng số cao nhất. Trong lần gặp gỡ này với quý anh chị, tôi có mục đích lắng nghe ý kiến đóng góp của quý anh chị, để từ đó tôi tiến hành bổ sung các yếu tố, từ ngữ, thuộc tính mới nhằm xây dựng các yếu tố của nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, kết quả công việc, niềm tin tổ chức, danh tiếng tổ chức. Tiếp đến là điều chỉnh từ ngữ, thang đo, bảng câu hỏi cho đúng trong chuyên môn và bối cảnh ngành thuốc bảo vệ thực vật.

Mọi ý kiến đóng góp của anh chị trong buổi thảo luận hôm nay, là thông tin hữu ích cho tôi để hoàn thành đề tài nghiên cứu. Tôi cam kết: Các ý kiến đóng góp của anh chị sẽ duy nhất dùng cho mục đích nghiên cứu, phân tích dữ liệu:

II. Nội dung thảo luận

II.1 Xác nhận lại sự đồng ý các cụm từ và thêm bớt các cụm từ trong nhóm

STT	NHÓM	CÁC CỤM TỪ NGỮ, Ý NGHĨA	CHUYÊN GIA
1	Nhóm 1	Bảo vệ tài nguyên môi trường; Quan tâm đến thế hệ tương lai; Đóng góp vào sự thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội	Đồng ý 100%
2	Nhóm 2	Hoạt động tình nguyện; Quan tâm mong muốn của viên; Cân bằng công việc, cuộc sống; Chính sách linh hoạt cho nhân viên; Hỗ trợ nhân viên học thêm	Đồng ý 100%
3	Nhóm 3	Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; thông tin chính xác của sản phẩm tới khách hàng	Đồng ý 100%
4	Nhóm 4	Tuân thủ pháp luật; Chính sách, thông tư nghị định chính phủ đối với hoạt động của các doanh nghiệp, đối với cộng đồng, xã hội, người lao động	Đồng ý 100%
5	Nhóm 5	Cung cấp sp đáng giá tiền; Lịch sự với khách hàng; Có trách nhiệm môi trường; Triền vọng phát triển; Uy tín; Ngưỡng mộ công ty	Đồng ý 100%

STT	NHÓM	CÁC CỤM TỪ NGỮ, Ý NGHĨA	CHUYÊN GIA
6	Nhóm 6	Chân thật trong đàm phán; Tuân thủ lời đàm phán; Tin cậy tổ chức; Không lừa gạt; Chính sách tạo hợp tác; Tin tưởng nhân viên; Khuyến khích hợp tác	Đồng ý 100%
7	Nhóm 7	Hoàn thành nhiệm vụ; Đáp ứng yêu cầu của công việc; Trách nhiệm trong công việc; Không hoàn thành nhiệm vụ	Đồng ý 100%
8	Nhóm 8	Giúp đỡ người vắng mặt; Giúp đỡ người năng nhọc; Lắng nghe lo lắng của đồng nghiệp; Giúp nhân viên mới; Quan tâm người khác; Làm việc vượt định mức; Nghỉ có phép; Bảo vệ tổ chức; Quan tâm hình ảnh tổ chức; Làm việc vượt mức; Tuân thủ nội quy; Tận tâm với công ty; Phàn nàn về điều nhỏ nhặt; Tham gia vì công ty; Tham gia vì công ty; Quan tâm các thông báo; Ý thức hành vi cá nhân; Tránh gây rắc rối	Đồng ý 100%
9	Nhóm 9	Luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao; Luôn hoàn thành trách nhiệm quy định trong mô tả công việc; Luôn thực hiện tốt các nhiệm vụ được cấp trên mong đợi; Luôn đáp ứng yêu cầu thực hiện công việc	Đồng ý 100%

II.2 Đề xuất nhóm phù hợp với tác giả thang đo

STT	CÁC CỤM TỪ NGỮ, Ý NGHĨA	TÁC GIẢ	CHUYÊN GIA
1	Bảo vệ tài nguyên môi trường; Quan tâm đến thế hệ tương lai; Đóng góp vào sự thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội	(Turker, 2009)	Đồng ý 100%
2	Hoạt động tình nguyện; Quan tâm mong muốn của viên; Cân bằng công việc, cuộc sống; Chính sách linh hoạt cho nhân viên; Hỗ trợ nhân viên học thêm	(Turker, 2009)	Đồng ý 100%

STT	CÁC CỤM TỪ NGỮ, Ý NGHĨA	TÁC GIẢ	CHUYÊN GIA
3	Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng; thông tin chính xác của sản phẩm tới khách hàng	(Turker, 2009)	Đồng ý 100%
4	Tuân thủ pháp luật; Chính sách, thông tư nghị định chính phủ với hoạt động của các doanh nghiệp, cộng đồng, xã hội, lao động	(Turker, 2009)	Đồng ý 100%
5	Cung cấp sp đáng giá tiền; Lịch sự với khách hàng; Có trách nhiệm môi trường; Triển vọng phát triển; Uy tín; Ngưỡng mộ công ty	Agarwal và cộng sự (2018)	Đồng ý 100%
6	Chân thật trong đàm phán; Tuân thủ lời đàm phán; Tin cậy tổ chức; Không lừa gạt; Chính sách tạo hợp tác; Tin tưởng nhân viên; Khuyến khích hợp tác	(Highhouse và cộng sự, 2003)	Đồng ý 100%
7	Hoàn thành nhiệm vụ; Đáp ứng yêu cầu của công việc; Trách nhiệm trong công việc; Không hoàn thành nhiệm vụ	Top và cộng sự (2015)	Đồng ý 100%
8	Giúp đỡ người vắng mặt; Giúp đỡ người nặng nhọc; Lắng nghe lo lắng của đồng nghiệp; Giúp nhân viên mới; Quan tâm người khác; Làm việc vượt định mức; Nghỉ có phép; Bảo vệ tổ chức; Quan tâm hình ảnh tổ chức; Làm việc vượt mức; Tuân thủ nội quy; Tận tâm với công ty; Phàn nàn về điều nhỏ nhất; Tham gia vì công ty; Tham gia vì công ty; Quan tâm các thông báo; Ý thức hành vi cá nhân; Tránh gây rắc rối	Williams và Anderson (1991); Podsakoff và cộng sự (1990)	Đồng ý 100%
9	Luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao; Luôn hoàn thành trách nhiệm quy định trong mô tả công việc; Luôn thực hiện tốt các nhiệm vụ được cấp trên mong đợi; Luôn đáp ứng yêu cầu thực	Goodman và Svyantek (1999).	Đồng ý 100%

STT	CÁC CỤM TỪ NGŨ, Ý NGHĨA	TÁC GIẢ	CHUYÊN GIA
	hiện công việc		

II.3 Đề xuất thang đo phù hợp nhóm và tác giả thang đo

❖ THANG ĐO TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
I	Các bên liên quan xã hội và phi xã hội	Tác giả	Đồng ý
1	Our company participates to the activities which aim to protect and improve the quality of the natural environment Công ty chúng tôi tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ và nâng cao chất lượng tài nguyên thiên nhiên môi trường	(Turker, 2009)	10/10 (100%)
2	Our company targets a sustainable growth which considers to the future generations Công ty chúng tôi đặt mục tiêu tăng trưởng bền vững, quan tâm đến thế hệ tương lai		
3	Our company contributes to the campaigns and projects that promote the wellbeing of the society Công ty chúng tôi đóng góp vào các chiến dịch và dự án thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội		
II	Đối với nhân viên	Tác giả	Đồng ý
	Our company encourages its employees to participate to the voluntarily activities Công ty chúng tôi khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động tình nguyện	(Turker, 2009)	10/10 (100%)

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
	The management of our company primarily concerns with employees' needs and wants Ban quản lý công ty chúng tôi chủ yếu quan tâm đến nhu cầu và mong muốn của nhân viên		
	Our company implements flexible policies to provide a good work and life balance for its employees Công ty chúng tôi thực hiện các chính sách linh hoạt để mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên		
	Our company implements flexible policies to provide a good work and life balance for its employees. Công ty chúng tôi thực hiện các chính sách linh hoạt nhằm mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên của mình.		
	Our company supports employees who want to acquire additional education. Công ty chúng tôi hỗ trợ những nhân viên muốn học thêm.		
III	Đối với khách hàng	Tác giả	Đồng ý
	Our company protects consumer rights beyond the legal requirements Công ty chúng tôi bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng ngoài các yêu cầu pháp lý	(Turker, 2009)	10/10 (100%)
	Our company provides full and accurate information about its products to its customers		

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
	Công ty chúng tôi cung cấp thông tin đầy đủ và chính xác về sản phẩm cho khách hàng		
IV	Đối với Chính phủ	Tác giả	Đồng ý
	Our company complies with the legal regulations completely and promptly Công ty chúng tôi tuân thủ đầy đủ và kịp thời các quy định pháp luật	(Turker, 2009)	10/10 (100%)

❖ **DANH TIẾNG CÔNG TY**

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
1	This company offers products and services that are a good value for the money. Công ty này cung cấp các sản phẩm và dịch vụ đáng giá tiền.	Agarwal và cộng sự (2018)	10/10 (100%)
2	This company has employees who treat customers courteously. Công ty này có những nhân viên đối xử lịch sự với khách hàng.		
3	This company is an environmentally responsible company. Công ty này là một công ty có trách nhiệm với môi trường.		
4	This company looks like a company with strong prospects for future growth. Công ty này trông giống như một công ty có triển vọng phát triển mạnh mẽ trong tương lai.		
5	This is a reputable company to work for Công ty là một nơi có uy tín để làm việc	(Highhouse và	10/10

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
6	It is a company that I admire and Đó là một công ty mà Anh/Chị ngưỡng mộ và tôn trọng	cộng sự, 2003) (Highhouse và cộng sự, 2003)	(100%)

❖ NIỀM TIN TỔ CHỨC

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
1	We think the people in this organization tell the truth in negotiations Tôi nghĩ rằng những người trong tổ chức này nói sự thật trong các cuộc đàm phán	Top và cộng sự (2015)	10/10 (100%)
2	We think that this organization meets its negotiated obligations to our department. Tôi nghĩ rằng tổ chức này luôn đáp ứng các nghĩa vụ đã đàm phán		
3	In our opinion, this organization is reliable. Theo tôi, tổ chức này đáng tin cậy		
4	In general, the personnel policies seem to encourage cooperation among employees. Nhìn chung, các chính sách nhân sự có vẻ khuyến khích sự hợp tác giữa các nhân viên.	Pearce và cộng sự (1994)	10/10 (100%)
5	The performance appraisal system shows that this organization trusts its employees. Hệ thống đánh giá hiệu suất cho thấy tổ chức này tin tưởng nhân viên của mình.		

❖ HÀNH VI CÔNG DÂN TRONG TỔ CHỨC

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
4.1	Hành vi Cá nhân (OCBI)	Tác giả	Đồng ý
	Helps others who have been absent.		

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
4.1	Hành vi Cá nhân (OCBI)	Tác giả	Đồng ý
1	Giúp đỡ những người vắng mặt.	Williams và Anderson (1991)	10/10 (100%)
2	Helps others who have heavy work loads. Giúp đỡ người khác khi có khối lượng công việc nặng nhọc.		
3	Goes out of way to help new employees. Luôn nỗ lực giúp đỡ nhân viên mới.		
4	Is mindful of how his/her behavior affects other people's jobs. Có ý thức về việc hành vi của mình ảnh hưởng như thế nào đến công việc của người khác.	Podsakoff và cộng sự (1990)	10/10 (100%)
5	Tries to avoid creating problems for coworkers. Cố gắng tránh gây rắc rối cho đồng nghiệp.		
4.2	Hành vi Tổ chức (OCBO)	Tác giả	Đồng ý
1	Attendance at work is above the norm. Sự tham gia làm việc vượt quá định mức.	Williams và Anderson (1991)	10/10 (100%)
2	Take action to protect the organization from potential problems Thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn	Chaudhary (2020)	10/10 (100%)
3	Demonstrate concern about the image of the organization Thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức		
4	Obeys company rules and regulations even when no one is watching. Tuân thủ nội quy, quy định của công ty ngay cả khi không có người giám sát.	Podsakoff và cộng sự (1990)	10/10 (100%)
5	Attends functions that are not required, but help the company image. Tham gia các chức năng không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh công ty.		

❖ **THANG ĐO ĐỊNH HƯỚNG NHIỆM VỤ**

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
2	This worker meets all the formal performance requirements of the job. Người lao động này đáp ứng tất cả các yêu cầu thực hiện chính thức của công việc.	Janssen và Van Yperen (2004)	10/10 (100%)
3	This worker fulfills all responsibilities required by his/her job. Người lao động này hoàn thành mọi trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu.		
4	This worker often fails to perform essential duties Người lao động này thường không thực hiện được những nhiệm vụ thiết yếu		
5	Achieves the objectives of the job Đạt được các mục tiêu của công việc		
6	Meets criteria for performance Đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc		

❖ **KẾT QUẢ CÔNG VIỆC**

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
1	Achieves the objectives of the job Đạt được các mục tiêu của công việc	Goodman và Svyantek (1999).	10/10 (100%)
2	Meets criteria for performance Đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc		
3	Demonstrates expertise in all jobrelated tasks Thể hiện chuyên môn trong tất cả các nhiệm vụ liên quan đến công việc		

4	Fulfills all the requirements of the job Đáp ứng mọi yêu cầu của công việc		
5	Could manage more responsibility than typically assigned Quản lý nhiều trách nhiệm hơn mức thường được giao		
6	Is competent in all areas of the job, handles tasks with proficiency Có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc, xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo		
7	Adequately completes assigned duties Luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao		

Nguồn: Tác giả luận án tổng hợp (2024)

II.4 Mã hóa thang đo

Tác giả tiến hành mã hóa thang đo như sau:

Stt	Thang đo	Mã hóa	Tác giả	Chuyên gia
I	NHẬN THỨC TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI	I		
I.1	Các bên liên quan	I.1		
1	Công ty tôi tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ tài nguyên môi trường	PCSR1		Đồng ý 100%
2	Công ty tôi tham gia vào các hoạt động nhằm nâng cao chất lượng môi trường	PCSR2		
3	Công ty tôi đặt mục tiêu quan tâm đến thế hệ tương lai	PCSR3		
4	Công ty tôi đóng góp vào các chiến dịch thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội	PCSR4		
I.2	Đối với nhân viên	I.2		
5	Công ty tôi khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động tình nguyện	PCSR5		Đồng ý 100%
6	Lãnh đạo công ty tôi quan tâm đến nhu cầu của nhân viên	PCSR6		

7	Công ty tôi thực hiện các chính sách linh hoạt mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên	PCSR7		
8	Công ty tôi hỗ trợ nhân viên muốn học thêm.	PCSR8		
I.3	Đối với khách hàng	I.3		
9	Công ty tôi bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vượt các yêu cầu pháp lý.	PCSR9		Đồng ý 100%
10	Công ty tôi cung cấp thông tin đầy đủ về sản phẩm cho khách hàng	PCSR10		
11	Công ty tôi cung cấp thông tin chính xác về sản phẩm cho khách hàng	PCSR11		
I.4	Đối với Chính phủ	I.4		
12	Công ty tôi tuân thủ đầy đủ các quy định pháp luật	PCSR12		
13	Công ty tôi thực hiện kịp thời các quy định pháp luật	PCSR13		Đồng ý 100%
14	Công ty tôi tuân thủ thực hiện theo các thông tư hướng dẫn.	PCSR14		
II	DANH TIẾNG TỔ CHỨC (OR)	II	1	4
1	Công ty cung cấp sản phẩm đáng giá tiền.	OR1		Đồng ý 100%
2	Công ty này có trách nhiệm với môi trường	OR2		
3	Công ty này là nơi có uy tín để tham gia	OR3		
4	Công ty này rất được ngưỡng mộ	OR4		
5	Công ty này rất được tôn trọng	OR5		
III	NIỀM TIN TỔ CHỨC (OT)	III	1	4
1	Công ty này nói sự thật trong các cuộc đàm phán	OT1		Đồng ý 100%
2	Công ty này luôn đáp ứng các nghĩa vụ đã đàm phán.	OT2		
3	Công ty này đáng tin cậy	OT3		

4	Công ty này có các chính sách nhân sự khuyến khích sự hợp tác giữa các nhân viên.	OT4		
5	Hệ thống đánh giá hiệu suất của công ty này cho thấy công ty tin tưởng nhân viên của họ	OT5		
V	KẾT QUẢ CÔNG VIỆC (EWR)	V	1	4
V.1	Định hướng nhiệm vụ	V.1		
1	Nhân viên công ty đáp ứng các yêu cầu thực hiện chính thức của công việc.	EWR1		Đồng ý 100%
2	Nhân viên công ty hoàn thành trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu.	EWR2		
3	Nhân viên công ty này không thực hiện được những nhiệm vụ thiết yếu	EWR3		
4	Nhân viên công ty này đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc	EWR4		
5	Nhân viên công ty đạt được các mục tiêu của công việc	EWR5		
6	Nhân viên công ty này thể hiện chuyên môn trong các nhiệm vụ liên quan đến công việc	EWR6		
7	Nhân viên công ty này đáp ứng mọi yêu cầu của công việc	EWR7		
8	Nhân viên trong công ty này có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc.	EWR8		
9	Nhân viên trong công ty này xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo	EWR9		
10	Nhân viên trong công ty này luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao	EWR10		
V.2	Hành vi công dân trong tổ chức(OCBI)	V.2	1	4
11	Nhân viên trong công ty này giúp đỡ những nhân viên vắng mặt.	EWR11		
12	Nhân viên trong công ty này giúp đỡ người khác khi có khối lượng công việc nặng nhọc.	EWR12		
13	Nhân viên trong công ty này luôn nỗ lực giúp đỡ nhân viên mới.	EWR13		

14	Nhân viên công ty này có ý thức về hành vi của mình ảnh hưởng thế nào đến công việc của người khác.	EWR14		
15	Nhân viên tổng công ty này luôn cố gắng tránh gây rắc rối cho đồng nghiệp.	EWR15		
V.3	Hành vi công dân trong tổ chức(OCBO)	V.3	1	4
16	Nhân viên trong công ty này tham gia làm việc vượt quá định mức.	EWR16		
17	Nhân viên trong công ty này thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn	EWR17		
18	Nhân viên trong công ty này thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức	EWR18		
19	Nhân viên trong công ty này tuân thủ nội quy của công ty ngay cả khi không có người giám sát.	EWR19		
20	Nhân viên trong công ty này tham gia các chức năng không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh công ty.	EWR20		

PHỤ LỤC 7: THANG ĐO ĐIỀU CHỈNH

STT	CÁC PHÁT BIỂU	TÁC GIẢ	KHÓA CẠNH	Ý KIẾN CỦA CHUYÊN GIA	TỶ LỆ
1	Các bên liên quan xã hội và phi xã hội	Tác giả	Khía cạnh	Các bên liên quan	Tỷ lệ
1	Our company participates to the activities which aim to protect and improve the quality of the natural environment Công ty chúng tôi tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ và nâng cao chất lượng tài nguyên thiên nhiên môi trường	(Turker, 2009)	Bảo vệ môi trường	Công ty tôi tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ tài nguyên môi trường	Đồng ý 100%
2	Our company participates to the activities which aim to protect and improve the quality of the natural environment Công ty chúng tôi tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ và nâng cao chất lượng tài nguyên thiên nhiên môi trường	(Turker, 2009)	Nâng cao môi trường	Công ty tôi tham gia vào các hoạt động nhằm nâng cao chất lượng môi trường	Đồng ý 100%
3	Our company targets a sustainable growth which considers to the future generations Công ty chúng tôi đặt mục tiêu tăng trưởng bền vững, quan tâm đến thế hệ tương lai	(Turker, 2009)	Thế hệ tương lai	Công ty tôi đặt mục tiêu quan tâm đến thế hệ tương lai	Đồng ý 100%
4	Our company contributes to the campaigns and projects that promote the wellbeing of the society Công ty chúng tôi đóng góp vào các chiến dịch và dự án thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội	(Turker, 2009)	Thịnh vượng xã hội	Công ty tôi đóng góp vào các chiến dịch thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội	Đồng ý 100%

		Tác giả	Khía cạnh	Đối với nhân viên	
I.2	Đối với nhân viên				
1	Our company encourages its employees to participate to the voluntarily activities /Công ty chúng tôi khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động tình nguyện	(Turker, 2009)	Tình nguyện	Công ty tôi khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động tình nguyện	Đồng ý 100%
2	The management of our company primarily concerns with employees' needs and wants./ Ban quản lý công ty chúng tôi chủ yếu quan tâm đến nhu cầu và mong muốn của nhân viên	(Turker, 2009)	Quan tâm nhân viên	Lãnh đạo công ty tôi quan tâm đến nhu cầu và mong muốn của nhân viên	Đồng ý 100%
3	Our company implements flexible policies to provide a good work and life balance for its employees Công ty chúng tôi thực hiện các chính sách linh hoạt để mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên	(Turker, 2009)	Chính sách linh hoạt cho nhân viên	Công ty tôi thực hiện các chính sách linh hoạt mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên	Đồng ý 100%
4	Our company supports employees who want to acquire additional education. Công ty chúng tôi hỗ trợ những nhân viên muốn học thêm.	(Turker, 2009)	Nâng cao kiến thức	Công ty tôi hỗ trợ nhân viên muốn học thêm.	Đồng ý 100%

I.3	Đối với khách hàng	Tác giả	Khía cạnh	Đối với khách hàng	Tỷ lệ
1	Our company protects consumer rights beyond the legal requirements Công ty chúng tôi bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng ngoài các yêu cầu pháp lý	(Turker, 2009)	Quyền lợi người tiêu dùng	Công ty tôi bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vượt các yêu cầu pháp lý.	Đồng ý 100%
2	Our company provides full and accurate information about its products to its customers Công ty chúng tôi cung cấp thông tin đầy đủ và chính xác về sản phẩm cho khách hàng	(Turker, 2009)	Thông tin sản phẩm	Công ty tôi cung cấp thông tin đầy đủ về sản phẩm cho khách hàng	Đồng ý 100%
3	Our company provides full and accurate information about its products to its customers Công ty chúng tôi cung cấp thông tin đầy đủ và chính xác về sản phẩm cho khách hàng	(Turker, 2009)	Thông tin chính xác	Công ty tôi cung cấp thông tin chính xác về sản phẩm cho khách hàng	Đồng ý 100%
I.4	Đối với Chính phủ	Tỷ lệ	Khía cạnh	Đối với Chính phủ	Tỷ lệ
1	Our company complies with the legal regulations completely and promptly Công ty chúng tôi tuân thủ đầy đủ và kịp thời các quy định pháp luật	(Turker, 2009)	Tuân thủ pháp luật	Công ty tôi tuân thủ đầy đủ các quy định pháp luật	Đồng ý 100%

2	Our company complies with the legal regulations completely and promptly Công ty chúng tôi tuân thủ đầy đủ và kịp thời các quy định pháp luật	(Turker, 2009)	Kịp thời về pháp lý	Công ty tôi thực hiện kịp thời các quy định pháp luật		Đồng ý 100%
3	Our company complies with the legal regulations completely and promptly Công ty chúng tôi tuân thủ đầy đủ và kịp thời các quy định pháp luật	(Turker, 2009)	Thông tư hướng dẫn	Công ty tôi tuân thủ thực hiện theo các thông tư hướng dẫn.		Đồng ý 100%
II	Danh tiếng Doanh nghiệp	Tỷ lệ	Khía cạnh	Danh tiếng Doanh nghiệp	Tỷ lệ	
1	This company offers products and services that are a good value for the money. Công ty này cung cấp các sản phẩm và dịch vụ đáng giá tiền.	Agarwal và cộng sự (2018)	Sản phẩm	Công ty này cung cấp sản phẩm đáng giá tiền.		Đồng ý 100%
2	This company has employees who treat customers courteously. Công ty này có những nhân viên đối xử lịch sự với khách	Agarwal và cộng sự (2018)	Dịch vụ	Công ty này cung cấp dịch vụ đáng giá tiền.		Đồng ý 100%

	hàng.					
3	This company is an environmentally responsible company. Công ty này là một công ty có trách nhiệm với môi trường	Agarwal và cộng sự (2018)	Trách nhiệm	Công ty này có trách nhiệm với môi trường	Đồng ý 100%	
4	This company looks like a company with strong prospects for future growth. Công ty này trông giống như một công ty có triển vọng phát triển mạnh mẽ trong tương lai.	Agarwal và cộng sự (2018)	Triển vọng	Công ty này có triển vọng phát triển mạnh trong tương lai.	Đồng ý 100%	
5	This is a reputable company to work for Công ty là một nơi có uy tín để làm việc	Agarwal và cộng sự (2018)	Nơi làm việc tốt	Công ty này là một nơi có uy tín để tham gia làm việc	Đồng ý 100%	
6	It is a company that I admire and respect Đó là một công ty mà Anh/Chị ngưỡng mộ và tôn trọng	Agarwal và cộng sự (2018)	Ngưỡng mộ	Công ty này rất được ngưỡng mộ	Đồng ý 100%	
6	It is a company that I admire and respect Đó là một công ty mà Anh/Chị ngưỡng mộ và tôn trọng	Agarwal và cộng sự (2018)	Tôn trọng	Công ty này rất được tôn trọng	Đồng ý 100%	
III	Niềm tin tổ chức	Tỷ lệ	Khía cạnh	Niềm tin tổ chức	Tỷ lệ	

1	We think the people in this organization tell the truth in negotiations. Tôi nghĩ rằng những người trong tổ chức này nói sự thật trong các cuộc đàm phán	Top và cộng sự (2015)	Sự thật trong đàm phán	Công ty này nói sự thật trong các cuộc đàm phán	Đồng ý 100%
2	We think that this organization meets its negotiated obligations to our department. Tôi nghĩ rằng tổ chức này luôn đáp ứng các nghĩa vụ đã đàm phán	Top và cộng sự (2015)	Thực hiện thỏa thuận	Công ty này luôn đáp ứng các nghĩa vụ đã đàm phán.	Đồng ý 100%
3	In our opinion, this organization is reliable. Theo tôi, tổ chức này đáng tin cậy	Top và cộng sự (2015)	Tin cậy	Công ty này đáng tin cậy	Đồng ý 100%
4	In general, the personnel policies seem to encourage cooperation among employees. Nhìn chung, các chính sách nhân sự có vẻ khuyến khích sự hợp tác giữa các nhân viên.	Pearce và cộng sự (1994)	Chính sách nhân sự	Công ty này có các chính sách nhân sự khuyến khích sự hợp tác giữa các nhân viên.	Đồng ý 100%
5	The performance appraisal system shows that this organization trusts its employees. Hệ thống đánh giá hiệu suất cho thấy tổ chức này tin tưởng nhân viên của mình.	Pearce và cộng sự (1994)	Tin tưởng nhân viên	Hệ thống đánh giá hiệu suất của công ty này cho thấy công ty tin tưởng nhân viên của họ	Đồng ý 100%

IV	Hành vi công dân trong tổ chức Cá nhân (OCBD)	Tỷ lệ	Khía cạnh	Hành vi công dân Cá nhân (OCBD)	Tỷ lệ
1	Helps others who have been absent. Giúp đỡ những người vắng mặt.	Williams và Anderson (1991)	Giúp đỡ	Nhân viên trong công ty này giúp đỡ những nhân viên vắng mặt.	Đồng ý 100%
2	Helps others who have heavy work loads. Giúp đỡ người khác khi có khối lượng công việc nặng nhọc.	Williams và Anderson (1991)	Hỗ trợ công việc	Nhân viên trong công ty này giúp đỡ người khác khi có khối lượng công việc nặng nhọc.	Đồng ý 100%
3	Goes out of way to help new employees. Luôn nỗ lực giúp đỡ nhân viên mới.	Williams và Anderson (1991)	Giúp nhân sự mới	Nhân viên trong công ty này luôn nỗ lực giúp đỡ nhân viên mới.	Đồng ý 100%
4	Is mindful of how his/her behavior affects other people's jobs. Có ý thức về việc hành vi của mình ảnh hưởng như thế nào đến công việc của người khác.	Podsakoff và cộng sự (1990)	Ý thức trong hành vi	Nhân viên công ty này có ý thức về hành vi của mình ảnh hưởng thế nào đến công việc của người khác.	Đồng ý 100%
5	Tries to avoid creating problems for coworkers. Có gắng tránh gây rắc rối cho đồng nghiệp.	Podsakoff và cộng sự (1990)	Tránh gây rắc rối	Nhân viên tổng công ty này luôn cố gắng tránh gây rắc rối cho đồng nghiệp.	Đồng ý 100%

V	Hành vi công dân trong tổ chức Tổ chức (OCBO)	Tỷ lệ	Khía cạnh	Hành vi công dân –Tổ chức(OCBO)	Tỷ lệ
1	Attendance at work is above the norm. Sự tham gia làm việc vượt quá định mức.	Williams và Anders on (1991)	Vượt định mức	Nhân viên trong công ty này tham gia làm việc vượt quá định mức.	Đồng ý 100%
2	Take action to protect the organization from potential problems Thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn	Chaudhar y (2020)	Hành động bảo vệ	Nhân viên trong công ty này thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn	Đồng ý 100%
3	Demonstrate concern about the image of the organization Thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức	Chaudhar y (2020)	Quan tâm thương hiệu	Nhân viên trong công ty này thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức	Đồng ý 100%
4	Obeys company rules and regulations even when no one is watching. Tuân thủ nội quy, quy định của công ty ngay cả khi không có người giám sát.	Podsakoff và cộng sự (1990)	Tuân thủ nội quy	Nhân viên trong công ty này tuân thủ nội quy của công ty ngay cả khi không có người giám sát.	Đồng ý 100%
5	Attends functions that are not required, but help the company image. Tham gia các chức năng không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh công ty.	Podsakoff và cộng sự (1990)	Tự nguyện tham gia	Nhân viên trong công ty này tham gia các chức năng không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh công ty.	Đồng ý 100%
VI	Định hướng nhiệm vụ	Tỷ lệ	Khía cạnh	Định hướng nhiệm vụ	Tỷ lệ

1	This worker meets all the formal performance requirements of the job. Người lao động này đáp ứng tất cả các yêu cầu thực hiện chính thức của công việc.	Janssen và Van Yperen (2004)	Đáp ứng yêu cầu	Nhân viên công ty đáp ứng các yêu cầu thực hiện chính thức của công việc.	Đồng ý 100%
2	This worker fulfills all responsibilities required by his/her job. Người lao động này hoàn thành mọi trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu.	Janssen và Van Yperen (2004)	Trách nhiệm	Nhân viên công ty hoàn thành trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu.	Đồng ý 100%
3	This worker often fails to perform essential duties Người lao động này thường không thực hiện được những nhiệm vụ thiết yếu	Janssen và Van Yperen (2004)	Không thực hiện công việc thiết yếu	Nhân viên công ty này không thực hiện được những nhiệm vụ thiết yếu	Đồng ý 100%
4	Meets criteria for performance Đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc	Janssen và Van Yperen (2004)	Đáp ứng tiêu chí công việc	Nhân viên công ty này đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc	Đồng ý 100%
VII	Kết quả công việc	Tỷ lệ	Khía cạnh	Kết quả công việc	Tỷ lệ
1	Achieves the objectives of the job Đạt được các mục tiêu của công việc	Goodman và Svyantek (1999).	Đạt mục tiêu công việc	Nhân viên công ty đạt được các mục tiêu của công việc	Đồng ý 100%

3	Demonstrates expertise in all jobrelated tasks Thể hiện chuyên môn trong tất cả các nhiệm vụ liên quan đến công việc	Goodman và Svyantek (1999).	Chuyên môn tốt	Nhân viên công ty này thể hiện chuyên môn trong các nhiệm vụ liên quan đến công việc	Đồng ý 100%
4	Fulfills all the requirements of the job Đáp ứng mọi yêu cầu của công việc	Goodman và Svyantek (1999).	Đáp ứng yêu cầu công việc	Nhân viên công ty này đáp ứng mọi yêu cầu của công việc	Đồng ý 100%
5	Is competent in all areas of the job, handles tasks with proficiency Có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc, xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo	Goodman và Svyantek (1999).	Có năng lực	Nhân viên trong công ty này có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc.	Đồng ý 100%
6	Is competent in all areas of the job, handles tasks with proficiency Có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc, xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo	Goodman và Svyantek (1999).	Xử lý công việc	Nhân viên trong công ty này xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo	Đồng ý 100%
7	Adequately completes assigned duties Luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao	Goodman và Svyantek (1999).	Hoàn thành công việc	Nhân viên trong công ty này luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao	Đồng ý 100%

1. THANG ĐO TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
I	Các bên liên quan xã hội và phi xã hội	Tác giả	Đồng ý
1	Our company participates to the activities which aim to protect and improve the quality of the natural environment Công ty chúng tôi tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ và nâng cao chất lượng tài nguyên thiên nhiên môi trường	(Turker, 2009)	10/10 (100%)
2	Our company targets a sustainable growth which considers to the future generations Công ty chúng tôi đặt mục tiêu tăng trưởng bền vững, quan tâm đến thế hệ tương lai		
3	Our company contributes to the campaigns and projects that promote the wellbeing of the society Công ty chúng tôi đóng góp vào các chiến dịch và dự án thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội		
II	Đối với nhân viên	Tác giả	Đồng ý
	Our company encourages its employees to participate to the voluntarily activities Công ty chúng tôi khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động tình nguyện	(Turker, 2009)	10/10 (100%)
	The management of our company primarily concerns with employees' needs and wants Ban quản lý công ty chúng tôi chủ yếu quan tâm đến nhu cầu và mong muốn của nhân viên		
	Our company implements flexible policies to provide a good work and life balance for its employees Công ty chúng tôi thực hiện các chính sách linh		

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
	hoạt để mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên		
	Our company implements flexible policies to provide a good work and life balance for its employees. Công ty chúng tôi thực hiện các chính sách linh hoạt nhằm mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên của mình.		
	Our company supports employees who want to acquire additional education. Công ty chúng tôi hỗ trợ những nhân viên muốn học thêm.		
III	Đối với khách hàng	Tác giả	Đồng ý
	Our company protects consumer rights beyond the legal requirements Công ty chúng tôi bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng ngoài các yêu cầu pháp lý	(Turker, 2009)	10/10 (100%)
	Our company provides full and accurate information about its products to its customers Công ty chúng tôi cung cấp thông tin đầy đủ và chính xác về sản phẩm cho khách hàng		
IV	Đối với Chính phủ	Tác giả	Đồng ý
	Our company complies with the legal regulations completely and promptly Công ty chúng tôi tuân thủ đầy đủ và kịp thời các quy định pháp luật	(Turker, 2009)	10/10 (100%)

2. DANH TIẾNG CÔNG TY

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
1	This company offers products and services that are a good value for the money. Công ty này cung cấp các sản phẩm và dịch vụ đáng giá tiền.	Agarwal và cộng sự (2018)	10/10 (100%)
2	This company has employees who treat customers courteously. Công ty này có những nhân viên đối xử lịch sự với khách hàng.		
3	This company is an environmentally responsible company. Công ty này là một công ty có trách nhiệm với môi trường.		
4	This company looks like a company with strong prospects for future growth. Công ty này trông giống như một công ty có triển vọng phát triển mạnh mẽ trong tương lai.		
5	This is a reputable company to work for Công ty là một nơi có uy tín để làm việc	(Highhouse và cộng sự, 2003)	10/10 (100%)
6	It is a company that I admire and Đó là một công ty mà Anh/Chị ngưỡng mộ và tôn trọng		

3. NIỀM TIN TỔ CHỨC

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
1	We think the people in this organization tell the truth in negotiations Tôi nghĩ rằng những người trong tổ chức này	Top và cộng sự (2015)	10/10 (100%)

	nói sự thật trong các cuộc đàm phán		
2	We think that this organization meets its negotiated obligations to our department. Tôi nghĩ rằng tổ chức này luôn đáp ứng các nghĩa vụ đã đàm phán		
3	In our opinion, this organization is reliable. Theo tôi, tổ chức này đáng tin cậy		
4	In general, the personnel policies seem to encourage cooperation among employees. Nhìn chung, các chính sách nhân sự có vẻ khuyến khích sự hợp tác giữa các nhân viên.	Pearce và cộng sự (1994)	10/10 (100%)
5	The performance appraisal system shows that this organization trusts its employees. Hệ thống đánh giá hiệu suất cho thấy tổ chức này tin tưởng nhân viên của mình.		

4. HÀNH VI CÔNG DÂN TRONG TỔ CHỨC

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
4.1	Hành vi Cá nhân (OCBI)	Tác giả	Đồng ý
1	Helps others who have been absent. Giúp đỡ những người vắng mặt.	Williams và Anderson (1991)	10/10 (100%)
2	Helps others who have heavy work loads. Giúp đỡ người khác khi có khối lượng công việc nặng nhọc.		
3	Goes out of way to help new employees. Luôn nỗ lực giúp đỡ nhân viên mới.		
4	Is mindful of how his/her behavior affects other people's jobs. Có ý thức về việc hành vi của mình ảnh hưởng như thế nào đến công việc của người khác.	Podsakoff và cộng sự (1990)	10/10 (100%)
5	Tries to avoid creating problems for coworkers. Cố gắng tránh gây rắc rối cho đồng nghiệp.		

4.2	Hành vi Tổ chức (OCBO)	Tác giả	Đồng ý
1	Attendance at work is above the norm. Sự tham gia làm việc vượt quá định mức.	Williams và Anderson (1991)	10/10 (100%)
2	Take action to protect the organization from potential problems Thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn	Chaudhary (2020)	10/10 (100%)
3	Demonstrate concern about the image of the organization Thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức		
4	Obeys company rules and regulations even when no one is watching. Tuân thủ nội quy, quy định của công ty ngay cả khi không có người giám sát.	Podsakoff và cộng sự (1990)	10/10 (100%)
5	Attends functions that are not required, but help the company image. Tham gia các chức năng không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh công ty.		

5. THANG ĐO ĐỊNH HƯỚNG NHIỆM VỤ

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
2	This worker meets all the formal performance requirements of the job. Người lao động này đáp ứng tất cả các yêu cầu thực hiện chính thức của công việc.	Janssen và Van Yperen (2004)	10/10 (100%)
3	This worker fulfills all responsibilities required by his/her job. Người lao động này hoàn thành mọi trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu.		
4	This worker often fails to perform essential duties Người lao động này thường không thực hiện		

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
	được những nhiệm vụ thiết yếu		
5	Achieves the objectives of the job Đạt được các mục tiêu của công việc		
6	Meets criteria for performance Đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc		

6. KẾT QUẢ CÔNG VIỆC

STT	NỘI DUNG	TÁC GIẢ	ĐỒNG Ý
1	Achieves the objectives of the job Đạt được các mục tiêu của công việc	Goodman và Svyantek (1999).	10/10 (100%)
2	Meets criteria for performance Đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc		
3	Demonstrates expertise in all jobrelated tasks Thể hiện chuyên môn trong tất cả các nhiệm vụ liên quan đến công việc		
4	Fulfills all the requirements of the job Đáp ứng mọi yêu cầu của công việc		
5	Could manage more responsibility than typically assigned Quản lý nhiều trách nhiệm hơn mức thường được giao		
6	Is competent in all areas of the job, handles tasks with proficiency Có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc, xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo		
7	Adequately completes assigned duties Luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao		

Nguồn: Tác giả luận án tổng hợp(2024)

PHỤ LỤC 8: THANG ĐO

Mã hóa	Thang đo	Thang Đo Likert Với 5				
		Mức Độ				
I	NHẬN THỨC TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI	1	2	3	4	5
I.1	Các bên liên quan					
PCSR1	Công ty tôi tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ tài nguyên môi trường					
PCSR2	Công ty tôi tham gia vào các hoạt động nhằm nâng cao chất lượng môi trường					
PCSR3	Công ty tôi đặt mục tiêu quan tâm đến thế hệ tương lai					
PCSR4	Công ty tôi đóng góp vào các chiến dịch thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội					
I.2	Đối với nhân viên					
PCSR5	Công ty tôi khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động tình nguyện					
PCSR6	Lãnh đạo công ty tôi quan tâm đến nhu cầu của nhân viên					
PCSR7	Công ty tôi thực hiện các chính sách linh hoạt mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên					
PCSR8	Công ty tôi hỗ trợ nhân viên muốn học thêm					
I.3	Đối với khách hàng					
PCSR9	Công ty tôi bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vượt các yêu cầu pháp lý.					
PCSR10	Công ty tôi cung cấp thông tin đầy đủ về sản phẩm cho khách hàng					
PCSR11	Công ty tôi cung cấp thông tin chính xác về sản phẩm cho khách hàng					
I.4	Đối với Chính phủ					
PCSR12	Công ty tôi tuân thủ đầy đủ các quy định pháp luật					
PCSR13	Công ty tôi thực hiện kịp thời các quy định pháp luật					
PCSR14	Công ty tôi tuân thủ thực hiện theo các thông tư hướng					

	dẫn.					
II	DANH TIẾNG TỔ CHỨC (OR)	1	2	3	4	5
OR1	Công ty cung cấp sản phẩm đáng giá tiền.					
OR2	Công ty này có trách nhiệm với môi trường					
OR3	Công ty này là một nơi có uy tín để tham gia làm việc					
OR4	Công ty này rất được ngưỡng mộ					
OR5	Công ty này rất được tôn trọng					
III	NIỀM TIN TỔ CHỨC (OT)	1	2	3	4	5
OT1	Công ty này nói sự thật trong các cuộc đàm phán					
OT2	Công ty này luôn đáp ứng các nghĩa vụ đã đàm phán.					
OT3	Công ty này đáng tin cậy					
OT4	Công ty này có các chính sách nhân sự khuyến khích sự hợp tác giữa các nhân viên.					
OT5	Hệ thống đánh giá hiệu suất của công ty này cho thấy công ty tin tưởng nhân viên của họ					
V	KẾT QUẢ CÔNG VIỆC (EWR)	1	2	3	4	5
V.1	Định hướng nhiệm vụ	1	2	3	4	5
EWR1	Nhân viên công ty đáp ứng các yêu cầu thực hiện chính thức của công việc.					
EWR2	Nhân viên công ty hoàn thành trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu.					
EWR3	Nhân viên công ty này không thực hiện được những nhiệm vụ thiết yếu					
EWR4	Nhân viên công ty này đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc					
EWR5	Nhân viên công ty đạt được các mục tiêu của công việc					
EWR6	Nhân viên công ty này thể hiện chuyên môn trong các nhiệm vụ liên quan đến công việc					

EWR7	Nhân viên công ty này đáp ứng mọi yêu cầu của công việc					
EWR8	Nhân viên trong công ty này có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc.					
EWR9	Nhân viên trong công ty này xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo					
EWR10	Nhân viên trong công ty này luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao					
V.2	Hành vi công dân trong tổ chức(OCBI)	1	2	3	4	5
EWR11	Nhân viên trong công ty này giúp đỡ những nhân viên vắng mặt.					
EWR12	Nhân viên trong công ty này giúp đỡ người khác khi có khối lượng công việc nặng nhọc.					
EWR13	Nhân viên trong công ty này luôn nỗ lực giúp đỡ nhân viên mới.					
EWR14	Nhân viên công ty này có ý thức về hành vi của mình ảnh hưởng thế nào đến công việc của người khác.					
EWR15	Nhân viên tổng công ty này luôn cố gắng tránh gây rắc rối cho đồng nghiệp.					
V.3	Hành vi công dân trong tổ chức(OCBO)	1	2	3	4	5
EWR16	Nhân viên trong công ty này tham gia làm việc vượt quá định mức.					
EWR17	Nhân viên trong công ty này thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn					
EWR18	Nhân viên trong công ty này thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức					
EWR19	Nhân viên trong công ty này tuân thủ nội quy của công ty ngay cả khi không có người giám sát.					
EWR20	Nhân viên trong công ty này tham gia các chức năng không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh công ty.					

PHỤ LỤC 9: PHIẾU KHẢO SÁT SƠ BỘ (100)

Số phiếu:

Kính chào quý Anh/ Chị !

Mục đích khám phá tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng Bằng Sông Cửu Long. Tác giả Nguyễn Tấn Phước thực hiện cuộc khảo sát sơ bộ này, để hoàn thành Luận án Tiến sĩ Quản trị kinh doanh tại Đại học Tây Đô.

Tất cả câu trả lời của anh/chị đều được ghi nhận, sẽ không có câu trả lời nào là đúng hay sai, vì đó là sự lựa chọn riêng của anh/ chị về vấn đề mà tác giả đang nghiên cứu. Rất mong nhận được sự cộng tác của anh/ chị. Xin chân thành cảm ơn!

Phần 1: Câu hỏi gạn lọc.

Anh/ Chị đang làm việc tại các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh, sản xuất thuốc bảo vệ thực vật ☐ Đang làm việc; ☐ Không làm việc;

Phần 2: Anh/chị vui lòng cho biết mức độ đồng ý về các phát biểu dưới đây.

(1=Hoàn toàn không đồng ý; 2= Không đồng ý; 3=Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý).

Mã hóa	Các phát biểu	Thang đo likert với 5 mức độ				
I	Nhận thức trách nhiệm xã hội	1	2	3	4	5
I.1	Các bên liên quan					
PCSR1	Công ty tôi tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ tài nguyên môi trường					
PCSR2	Công ty tôi tham gia vào các hoạt động nhằm nâng cao chất lượng môi trường					
PCSR3	Công ty tôi đặt mục tiêu quan tâm đến thế hệ tương lai					
PCSR4	Công ty tôi đóng góp vào các chiến dịch thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội					
I.2	Đối với nhân viên					
PCSR5	Công ty tôi khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động tình nguyện					
PCSR6	Lãnh đạo công ty tôi quan tâm đến nhu cầu					

	của nhân viên					
PCSR7	Công ty tôi thực hiện các chính sách linh hoạt mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên					
PCSR8	Công ty tôi hỗ trợ nhân viên muốn học thêm.					
I.3	Đối với khách hàng					
PCSR9	Công ty tôi bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vượt các yêu cầu pháp lý.					
PCSR10	Công ty tôi cung cấp thông tin đầy đủ về sản phẩm cho khách hàng					
PCSR11	Công ty tôi cung cấp thông tin chính xác về sản phẩm cho khách hàng					
I.4	Đối với Chính phủ					
PCSR12	Công ty tôi tuân thủ đầy đủ các quy định pháp luật					
PCSR13	Công ty tôi thực hiện kịp thời các quy định pháp luật					
PCSR14	Công ty tôi tuân thủ thực hiện theo các thông tư hướng dẫn.					
II	DANH TIẾNG TỔ CHỨC (OR)	1	2	3	4	5
OR1	Công ty cung cấp sản phẩm đáng giá tiền.					
OR2	Công ty này có trách nhiệm với môi trường					
OR3	Công ty này là một nơi có uy tín để tham gia làm việc					
OR4	Công ty này rất được ngưỡng mộ					
OR5	Công ty này rất được tôn trọng					
III	NIỀM TIN TỔ CHỨC (OT)	1	2	3	4	5
OT1	Công ty này nói sự thật trong các cuộc đàm phán					
OT2	Công ty này luôn đáp ứng các nghĩa vụ đã đàm phán.					

OT3	Công ty này đáng tin cậy					
OT4	Công ty này có các chính sách nhân sự khuyến khích sự hợp tác giữa các nhân viên.					
OT5	Hệ thống đánh giá hiệu suất của công ty này cho thấy công ty tin tưởng nhân viên của họ					
V	KẾT QUẢ CÔNG VIỆC (EWR)	1	2	3	4	5
V.1	Định hướng nhiệm vụ					
EWR1	Nhân viên công ty đáp ứng các yêu cầu thực hiện chính thức của công việc.					
EWR2	Nhân viên công ty hoàn thành trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu.					
EWR3	Nhân viên công ty này không thực hiện được những nhiệm vụ thiết yếu					
EWR4	Nhân viên công ty này đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc					
EWR5	Nhân viên công ty đạt được các mục tiêu của công việc					
EWR6	Nhân viên công ty này thể hiện chuyên môn trong các nhiệm vụ liên quan đến công việc					
EWR7	Nhân viên công ty này đáp ứng mọi yêu cầu của công việc					
EWR8	Nhân viên trong công ty này có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc.					
EWR9	Nhân viên trong công ty này xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo					
EWR10	Nhân viên trong công ty này luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao					
V.2	Hành vi công dân trong tổ chức(OCBI)	1	2	3	4	5
EWR11	Nhân viên trong công ty này giúp đỡ những nhân viên vắng mặt.					
EWR12	Nhân viên trong công ty này giúp đỡ người khác khi có khối lượng công việc nặng					

	nhọc.					
EWR13	Nhân viên trong công ty này luôn nỗ lực giúp đỡ nhân viên mới.					
EWR14	Nhân viên công ty này có ý thức về hành vi của mình ảnh hưởng thế nào đến công việc của người khác.					
EWR15	Nhân viên tổng công ty này luôn cố gắng tránh gây rắc rối cho đồng nghiệp.					
V.3	Hành vi công dân trong tổ chức(OCBO)	1	2	3	4	5
EWR16	Nhân viên trong công ty này tham gia làm việc vượt quá định mức.					
EWR17	Nhân viên trong công ty này thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn					
EWR18	Nhân viên trong công ty này thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức					
EWR19	Nhân viên trong công ty này tuân thủ nội quy của công ty ngay cả khi không có người giám sát.					
EWR20	Nhân viên trong công ty này tham gia các chức năng không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh công ty.					

Họ và tên :

Giới tính:

☐ Nam

☐ Nữ

Tình trạng hôn nhân

☐ Độc thân

☐ Lập gia đình

Vị trí công việc

☐ Nhân viên

☐ Quản lý

Độ tuổi của anh/chị?

☐ 22-30

☐ 31 < =40

☐ 41 < =50

☐ 50+

Trình độ học vấn

☐ Dưới đại học

☐ Đại học

☐ Thạc sĩ

☐ Tiến sĩ

Mức thu nhập/tháng

☐ <10 triệu

☐ 10 <= 15 tr

☐ 15-20 tr

☐ > 20 tr

Trân trọng

Nguyễn Tấn Phước

PHỤ LỤC 10: PHIẾU KHẢO SÁT CHÍNH THỨC (385)

Phiếu Khảo Sát. (2024). Google Docs,

Số phiếu:

Kính chào quý Anh/ Chị !

Mục đích khám phá tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng Bằng Sông Cửu Long. Tác giả Nguyễn Tấn Phước thực hiện cuộc khảo sát sơ bộ này, để hoàn thành Luận án Tiến sĩ Quản trị kinh doanh tại Đại học Tây Đô.

Tất cả câu trả lời của anh/chị đều được ghi nhận, sẽ không có câu trả lời nào là đúng hay sai, vì đó là sự lựa chọn riêng của anh/ chị về vấn đề mà tác giả đang nghiên cứu. Rất mong nhận được sự cộng tác của anh/ chị. Xin chân thành cảm ơn!

Phần 1: Câu hỏi gạn lọc.

Anh/ Chị đang làm việc tại các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh, sản xuất thuốc bảo vệ thực vật ☐ Đang làm việc; ☐ Không làm việc;

Phần 2: Anh/chị vui lòng cho biết mức độ đồng ý về các phát biểu dưới đây.

(1=Hoàn toàn không đồng ý; 2= Không đồng ý; 3=Bình thường; 4=Đồng ý; 5=Hoàn toàn đồng ý).

Mã hóa	Các phát biểu	Thang đo likert với 5 mức độ				
I	Nhận thức trách nhiệm xã hội	1	2	3	4	5
I.1	Các bên liên quan					
PCSR1	Công ty tôi tham gia vào các hoạt động nhằm bảo vệ tài nguyên môi trường					
PCSR2	Công ty tôi tham gia vào các hoạt động nhằm nâng cao chất lượng môi trường					
PCSR3	Công ty tôi đặt mục tiêu quan tâm đến thế hệ tương lai					
PCSR4	Công ty tôi đóng góp vào các chiến dịch thúc đẩy sự thịnh vượng của xã hội					

I.2	Đối với nhân viên					
PCSR5	Công ty tôi khuyến khích nhân viên tham gia các hoạt động tình nguyện					
PCSR6	Lãnh đạo công ty tôi quan tâm đến nhu cầu của nhân viên					
PCSR7	Công ty tôi thực hiện các chính sách linh hoạt mang lại sự cân bằng tốt giữa công việc và cuộc sống cho nhân viên					
PCSR8	Công ty tôi hỗ trợ nhân viên muốn học thêm.					
I.3	Đối với khách hàng					
PCSR9	Công ty tôi bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng vượt các yêu cầu pháp lý.					
PCSR10	Công ty tôi cung cấp thông tin đầy đủ về sản phẩm cho khách hàng					
PCSR11	Công ty tôi cung cấp thông tin chính xác về sản phẩm cho khách hàng					
I.4	Đối với Chính phủ					
PCSR12	Công ty tôi tuân thủ đầy đủ các quy định pháp luật					
PCSR13	Công ty tôi thực hiện kịp thời các quy định pháp luật					
PCSR14	Công ty tôi tuân thủ thực hiện theo các thông tư hướng dẫn.					
II	DANH TIẾNG TỔ CHỨC (OR)	1	2	3	4	5
OR1	Công ty cung cấp sản phẩm đáng giá tiền.					
OR2	Công ty này có trách nhiệm với môi trường					
OR3	Công ty này là một nơi có uy tín để tham gia làm việc					
OR4	Công ty này rất được ngưỡng mộ					
OR5	Công ty này rất được tôn trọng					
III	NIỀM TIN TỔ CHỨC (OT)	1	2	3	4	5

OT1	Công ty này nói sự thật trong các cuộc đàm phán					
OT2	Công ty này luôn đáp ứng các nghĩa vụ đã đàm phán.					
OT3	Công ty này đáng tin cậy					
OT4	Công ty này có các chính sách nhân sự khuyến khích sự hợp tác giữa các nhân viên.					
OT5	Hệ thống đánh giá hiệu suất của công ty này cho thấy công ty tin tưởng nhân viên của họ					
V	KẾT QUẢ CÔNG VIỆC (EWR)	1	2	3	4	5
V.1	Định hướng nhiệm vụ					
EWR1	Nhân viên công ty đáp ứng các yêu cầu thực hiện chính thức của công việc.					
EWR2	Nhân viên công ty hoàn thành trách nhiệm mà công việc của mình yêu cầu.					
EWR3	Nhân viên công ty này không thực hiện được những nhiệm vụ thiết yếu					
EWR4	Nhân viên công ty này đáp ứng các tiêu chí về hiệu suất công việc					
EWR5	Nhân viên công ty đạt được các mục tiêu của công việc					
EWR6	Nhân viên công ty này thể hiện chuyên môn trong các nhiệm vụ liên quan đến công việc					
EWR7	Nhân viên công ty này đáp ứng mọi yêu cầu của công việc					
EWR8	Nhân viên trong công ty này có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc.					
EWR9	Nhân viên trong công ty này xử lý các nhiệm vụ một cách thành thạo					
EWR10	Nhân viên trong công ty này luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao					
V.2	Hành vi công dân trong tổ chức(OCBI)	1	2	3	4	5

EWRI1	Nhân viên trong công ty này giúp đỡ những nhân viên vắng mặt.					
EWRI2	Nhân viên trong công ty này giúp đỡ người khác khi có kluợng công việc nặng nhọc					
EWRI3	Nhân viên trong công ty này luôn nỗ lực giúp đỡ nhân viên mới.					
EWRI4	Nhân viên công ty này có ý thức về hành vi của mình ảnh hưởng thế nào đến công việc của người khác.					
EWRI5	Nhân viên tòng công ty này luôn cố gắng tránh gây rắc rối cho đồng nghiệp.					
V.3	Hành vi công dân trong tổ chức(OCBO)	1	2	3	4	5
EWRI6	Nhân viên trong công ty này tham gia làm việc vượt quá định mức.					
EWRI7	Nhân viên trong công ty này thực hiện hành động để bảo vệ tổ chức khỏi các vấn đề tiềm ẩn					
EWRI8	Nhân viên trong công ty này thể hiện mối quan tâm về hình ảnh của tổ chức					
EWRI9	Nhân viên trong công ty này tuân thủ nội quy của công ty ngay cả khi không có người giám sát.					
EWRI20	Nhân viên trong công ty này tham gia các chức năng không bắt buộc nhưng giúp ích cho hình ảnh công ty.					

Họ và tên :

Giới tính:

☐ Nam

☐ Nữ

Tình trạng hôn nhân

☐ Độc thân

☐ Lập gia đình

Vị trí công việc

☐ Nhân viên

☐ Quản lý

Độ tuổi của anh/chị?

☐ 22-30

☐ 31 < =40

☐ 41 < =50

☐ 50+

Trình độ học vấn

☐ Dưới đại học

☐ Đại học

☐ Thạc sĩ

☐ Tiến sĩ

Mức thu nhập/tháng

☐ <10 triệu

☐ 10 <= 15 tr

☐ 15-20 tr

☐ > 20 tr

PHỤ LỤC 11: KẾT QUẢ PILOT TEST

Kiểm định thang đo

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	4

ItemTotal Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected ItemTotal Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PCSR1	11.7400	3.103	.578	.812
PCSR2	11.7900	2.733	.676	.769
PCSR3	11.9200	3.004	.588	.809
PCSR4	11.8600	2.647	.770	.724

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	4

ItemTotal Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected ItemTotal Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

PCSR5	11.8200	2.452	.807	.823
PCSR6	11.5300	2.433	.686	.882
PCSR7	12.0200	3.192	.690	.879
PCSR8	12.0000	2.424	.862	.801

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	3

ItemTotal Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected ItemTotal Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PCSR9	7.5800	1.680	.766	.810
PCSR10	7.5500	1.664	.746	.829
PCSR11	7.4900	1.747	.754	.821

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	3

ItemTotal Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected ItemTotal Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

PCSR12	8.4400	2.208	.724	.807
PCSR13	8.8700	1.528	.724	.758
PCSR14	9.1500	1.442	.742	.744

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	5

ItemTotal Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected ItemTotal Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
OR1	15.1400	6.748	.661	.877
OR2	15.1700	6.506	.718	.865
OR3	15.3000	5.909	.767	.853
OR4	15.2600	6.437	.705	.867
OR5	15.2500	5.806	.788	.848

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	5

ItemTotal Statistics

	Scale		Cronbach's
	Mean if	Variance if	Alpha if
	Item	Item	Item
	Deleted	Deleted	Deleted
OT1	15.9700	3.545	.666
OT2	16.0500	3.846	.664
OT3	16.1000	3.848	.622
OT4	16.0200	3.575	.632
OT5	16.0600	3.754	.669

Reliability Statistics

Cronbach's	N of
Alpha	Items
.942	10

ItemTotal Statistics

	Scale		Cronbach's
	Mean if	Scale	Alpha if
	Item	Variance if	Item
	Deleted	Item Deleted	Deleted
EWR1	34.9600	35.756	.730
EWR2	34.9200	35.024	.773
EWR3	35.1100	35.412	.826
EWR4	35.1400	35.354	.759
EWR5	34.9100	35.557	.746
EWR6	35.1200	35.400	.776
EWR7	35.0700	34.894	.817
EWR8	34.9800	35.939	.697
EWR9	35.2300	35.775	.683
EWR10	35.1100	35.372	.815

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	5

ItemTotal Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected ItemTotal Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EWR11	15.4300	3.136	.549	.705
EWR12	15.5100	3.040	.579	.694
EWR13	15.5200	2.919	.642	.670
EWR14	15.4800	2.777	.682	.652
EWR15	15.4200	3.640	.221	.819

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	5

ItemTotal Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected ItemTotal Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EWR16	16.1287	3.733	.793	.850
EWR17	16.2178	3.712	.805	.847
EWR18	16.2574	3.913	.672	.878
EWR19	16.1980	3.900	.736	.863
EWR20	16.1089	4.138	.646	.883

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared						Rotation Sums of Squared		
	Initial Eigenvalues			Loadings			Loadings		
	% of			% of			% of		
	Total	Variance	Cumulative %	Total	Variance	%	Total	Variance	%
1	8.799	19.998	19.998	8.799	19.998	19.998	6.788	15.427	15.427
2	5.657	12.858	32.856	5.657	12.858	32.856	3.841	8.729	24.156
3	3.921	8.911	41.767	3.921	8.911	41.767	3.781	8.592	32.748
4	3.082	7.005	48.772	3.082	7.005	48.772	3.325	7.556	40.305
5	2.752	6.254	55.026	2.752	6.254	55.026	3.258	7.406	47.710
6	2.233	5.074	60.100	2.233	5.074	60.100	2.856	6.490	54.201
7	2.035	4.626	64.726	2.035	4.626	64.726	2.620	5.954	60.154
8	1.724	3.918	68.643	1.724	3.918	68.643	2.538	5.767	65.922
9	1.293	2.939	71.582	1.293	2.939	71.582	2.491	5.660	71.582
10	.962	2.186	73.768						
11	.905	2.058	75.826						
12	.883	2.006	77.832						
13	.821	1.866	79.697						
14	.745	1.692	81.390						
15	.703	1.598	82.988						
16	.657	1.493	84.481						
17	.591	1.343	85.824						
18	.522	1.187	87.011						
19	.494	1.122	88.133						
20	.479	1.089	89.221						
21	.453	1.029	90.250						
22	.412	.937	91.188						
23	.398	.905	92.092						
24	.391	.889	92.982						
25	.359	.815	93.797						
26	.292	.664	94.461						
27	.281	.638	95.100						
28	.264	.600	95.700						

29	.234	.531	96.231
30	.206	.468	96.699
31	.186	.422	97.122
32	.170	.387	97.509
33	.158	.358	97.867
34	.148	.337	98.204
35	.135	.306	98.510
36	.128	.290	98.801
37	.115	.261	99.062
38	.103	.234	99.296
39	.089	.202	99.498
40	.072	.164	99.662
41	.062	.141	99.803
42	.039	.088	99.891
43	.035	.080	99.972
44	.012	.028	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Phân tích nhân tố khám phá EFA

KMO and Bartlett's Test

KaiserMeyerOlkin Measure of Sampling Adequacy. .694

Adequacy.

Bartlett's Test of Approx. ChiSquare 3369.933

Sphericity df 946

Sig. .000

Rotated Component Matrix^a

	Component								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
EWR3	.858								
EWR10	.855								

EWR7	.845		
EWR6	.815		
EWR2	.806		
EWR4	.798		
EWR1	.790		
EWR5	.777		
EWR9	.742		
EWR8	.739		
OR5		.803	
OR3		.802	
OR2		.795	
OR1		.754	
OR4		.709	
EWR17		.875	
EWR20		.866	
EWR16		.862	
EWR19		.792	
EWR18		.737	
OT2			.793
OT1			.745
OT3			.734
OT5			.723
OT4			.701
PCSR5			.843
PCSR8			.831
PCSR6			.781
PCSR7			.685
EWR14			.849
EWR13			.814
EWR12			.770

EWR11	.730	
EWR15		
PCSR4	.795	
PCSR2	.764	
PCSR3	.712	
PCSR1	.595	
PCSR14		.888
PCSR12		.850
PCSR13		.833
PCSR9		.859
PCSR10		.843
PCSR11		.836

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

PHỤ LỤC 12. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU CHÍNH THỨC

1. ĐỘ TIN CẬY CROBACH'S ALPHA

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	4

ItemTotal Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected ItemTotal Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PCSR1	12.13	4.439	.648	.745
PCSR2	12.10	4.287	.681	.728
PCSR3	12.30	4.361	.619	.759
PCSR4	12.09	4.807	.542	.794

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	4

ItemTotal Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected ItemTotal Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PCSR5	11.49	6.032	.639	.795
PCSR6	11.77	5.373	.687	.772
PCSR7	11.66	5.447	.720	.756
PCSR8	11.63	5.759	.591	.816

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.790	3

ItemTotal Statistics

	Scale	Corrected	Cronbach's	
Scale Mean if	Variance if	ItemTotal	Alpha if Item	
Item Deleted	Item Deleted	Correlation	Deleted	
PCSR9	7.67	2.627	.625	.720
PCSR10	7.71	2.571	.670	.672
PCSR11	7.70	2.719	.598	.750

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.781	3

ItemTotal Statistics

	Scale	Corrected	Cronbach's	
Scale Mean if	Variance if	ItemTotal	Alpha if Item	
Item Deleted	Item Deleted	Correlation	Deleted	
PCSR12	7.89	2.370	.637	.688
PCSR13	7.93	2.185	.634	.687
PCSR14	8.02	2.260	.589	.738

Reliability Statistics

Cronbach's	N of
Alpha	Items
.900	5

ItemTotal Statistics

	Scale		Cronbach's
	Scale Mean	Variance if	Alpha if
	if Item	Item	Item
	Deleted	Deleted	Deleted
OR1	15.73	11.015	.648
OR2	15.87	9.551	.817
OR3	15.82	9.976	.798
OR4	15.80	10.284	.704
OR5	15.83	9.870	.798

Reliability Statistics

Cronbach's	N of
Alpha	Items
.901	5

ItemTotal Statistics

	Scale		Cronbach's
	Scale Mean	Variance if	Alpha if
	if Item	Item	Item
	Deleted	Deleted	Deleted
OT1	15.51	10.672	.765
OT2	15.63	10.233	.751
OT3	15.62	10.466	.760
OT4	15.71	10.488	.746
OT5	15.51	10.365	.752

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.908	10

ItemTotal Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected ItemTotal Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EWR1	34.26	37.315	.668	.899
EWR2	34.27	36.588	.737	.895
EWR3	34.28	36.559	.744	.894
EWR4	34.29	37.298	.720	.896
EWR5	34.25	36.870	.752	.894
EWR6	34.25	37.469	.691	.898
EWR7	34.20	37.551	.676	.899
EWR8	34.15	41.635	.272	.923
EWR9	34.33	36.987	.730	.895
EWR10	34.26	36.792	.742	.895

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.875	5

ItemTotal Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected ItemTotal Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EWR11	16.05	9.023	.737	.841
EWR12	16.09	8.671	.751	.837
EWR13	16.18	9.352	.613	.871
EWR14	15.98	9.070	.725	.844
EWR15	16.08	9.046	.698	.850

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	5

ItemTotal Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected ItemTotal Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EWR16	15.66	8.380	.705	.864
EWR17	15.64	8.074	.766	.850
EWR18	15.73	8.462	.663	.874
EWR19	15.71	8.442	.720	.861
EWR20	15.68	8.152	.759	.852

2. PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHÁM PHÁ EFA

KMO and Bartlett's Test

KaiserMeyerOlkin Measure of Sampling Adequacy. .913

Bartlett's Test of Sphericity Approx. ChiSquare 10180.489
df 903
Sig. .000

Total Variance Explained

							Rotation
							Sums of
							Squared
							Squared
							Loadings ^a
Factor	Total	Initial Eigenvalues		Extraction	Sums of Squared		
		% of	Cumulative	Total	Variance	%	Total
1	12.793	29.751	29.751	12.400	28.837	28.837	8.125
2	4.261	9.909	39.661	3.894	9.057	37.894	3.936

3	2.988	6.949	46.609	2.627	6.110	44.004	8.440
4	2.370	5.512	52.122	1.965	4.570	48.573	7.257
5	1.834	4.265	56.386	1.463	3.401	51.975	7.652
6	1.687	3.923	60.309	1.299	3.022	54.997	7.334
7	1.381	3.211	63.520	.974	2.266	57.263	6.197
8	1.144	2.660	66.181	.720	1.673	58.936	5.437
9	1.041	2.420	68.601	.611	1.421	60.357	6.309
10	.816	1.897	70.498				
11	.772	1.795	72.293				
12	.748	1.740	74.033				
13	.649	1.509	75.542				
14	.648	1.506	77.049				
15	.625	1.454	78.503				
16	.583	1.356	79.859				
17	.551	1.281	81.140				
18	.528	1.228	82.368				
19	.523	1.216	83.584				
20	.462	1.073	84.657				
21	.442	1.027	85.684				
22	.429	.997	86.681				
23	.403	.938	87.620				
24	.395	.918	88.538				
25	.370	.860	89.398				
26	.355	.826	90.224				
27	.346	.805	91.029				
28	.344	.800	91.829				
29	.328	.763	92.592				
30	.305	.709	93.301				
31	.304	.706	94.007				
32	.285	.662	94.669				

33	.272	.633	95.302
34	.262	.610	95.913
35	.239	.556	96.469
36	.232	.539	97.008
37	.225	.523	97.531
38	.212	.493	98.024
39	.196	.456	98.480
40	.191	.445	98.924
41	.174	.404	99.328
42	.159	.370	99.698
43	.130	.302	100.000

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

a. When factors are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Pattern Matrix^a

	Factor								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
EWR9	.788								
EWR3	.780								
EWR4	.779								
EWR5	.774								
EWR10	.769								
EWR6	.745								
EWR2	.740								
EWR7	.711								
EWR1	.670								
OR2		.872							
OR3		.854							
OR5		.851							

OR4	.742			
OR1	.676			
OT3		.852		
OT1		.827		
OT5		.805		
OT4		.776		
OT2		.722		
EWR15		.826		
EWR12		.786		
EWR14		.768		
EWR11		.745		
EWR13		.551		
EWR20			.865	
EWR17			.820	
EWR19			.765	
EWR16			.681	
EWR18			.574	
PCSR6			.758	
PCSR7			.742	
PCSR5			.725	
PCSR8			.680	
PCSR2			.866	
PCSR1			.693	
PCSR3			.647	
PCSR4			.612	
PCSR13				.836
PCSR12				.744
PCSR14				.612
PCSR9				.656
PCSR10				.592

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

3. PHÂN TÍCH NHÂN TỐ KHẢNG ĐỊNH CFA

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	122	1622.421	824	.000	1.969
Saturated model	946	.000	0		
Independence model	43	10599.118	903	.000	11.738

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.034	.836	.812	.728
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.247	.201	.163	.192

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.847	.832	.918	.910	.918
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.913	.773	.837
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	798.421	687.816	916.789

Model	NCP	LO 90	HI 90
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	9696.118	9367.970	10030.733

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	4.225	2.079	1.791	2.387
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	27.602	25.250	24.396	26.122

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.050	.047	.054	.453
Independence model	.167	.164	.170	.000

Regression Weights: (Group number 1 Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
EWR9 < IRTP	1.000				
EWR3 < IRTP	1.062	.067	15.938	***	
EWR4 < IRTP	.967	.063	15.255	***	
EWR5 < IRTP	1.055	.063	16.643	***	
EWR10 < IRTP	1.068	.065	16.497	***	
EWR6 < IRTP	.924	.065	14.272	***	
EWR2 < IRTP	1.035	.067	15.394	***	
EWR7 < IRTP	.951	.065	14.618	***	
EWR1 < IRTP	.962	.068	14.193	***	
OR2 < OR	1.000				
OR3 < OR	.907	.041	22.079	***	
OR5 < OR	.915	.042	21.616	***	
OR4 < OR	.814	.046	17.546	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
OR1 < OR	.681	.044	15.485	***	
OT3 < OT	1.000				
OT1 < OT	.972	.055	17.585	***	
OT5 < OT	1.030	.060	17.288	***	
OT4 < OT	1.002	.059	17.073	***	
OT2 < OT	1.073	.061	17.614	***	
EWR15 < OCB_I	1.000				
EWR12 < OCB_I	1.123	.069	16.170	***	
EWR14 < OCB_I	.998	.066	15.236	***	
EWR11 < OCB_I	1.025	.065	15.685	***	
EWR13 < OCB_I	.910	.070	13.004	***	
EWR20 < OCB_O	1.000				
EWR17 < OCB_O	1.016	.054	18.723	***	
EWR19 < OCB_O	.910	.053	17.105	***	
EWR16 < OCB_O	.903	.056	16.254	***	
EWR18 < OCB_O	.881	.058	15.272	***	
PCSR6 < PCSR_B	1.000				
PCSR7 < PCSR_B	1.008	.061	16.526	***	
PCSR5 < PCSR_B	.782	.057	13.804	***	
PCSR8 < PCSR_B	.812	.065	12.542	***	
PCSR2 < PCSR_A	1.000				
PCSR1 < PCSR_A	.950	.070	13.652	***	
PCSR3 < PCSR_A	.976	.073	13.337	***	
PCSR4 < PCSR_A	.762	.068	11.219	***	
PCSR13 < PCSR_D	1.000				
PCSR12 < PCSR_D	.914	.072	12.778	***	
PCSR14 < PCSR_D	.929	.077	12.139	***	
PCSR9 < PCSR_C	1.000				

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PCSR10 < PCSR_C	1.128	.083	13.620	***	
PCSR11 < PCSR_C	.990	.080	12.343	***	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 Default model)

	Estimate
EWR9 < IRTP	.759
EWR3 < IRTP	.781
EWR4 < IRTP	.752
EWR5 < IRTP	.810
EWR10 < IRTP	.804
EWR6 < IRTP	.709
EWR2 < IRTP	.758
EWR7 < IRTP	.724
EWR1 < IRTP	.706
OR2 < OR	.884
OR3 < OR	.854
OR5 < OR	.844
OR4 < OR	.744
OR1 < OR	.685
OT3 < OT	.800
OT1 < OT	.813
OT5 < OT	.802
OT4 < OT	.794
OT2 < OT	.814
EWR15 < OCB_I	.755
EWR12 < OCB_I	.823
EWR14 < OCB_I	.779

	Estimate
EWR11 < OCB_I	.800
EWR13 < OCB_I	.673
EWR20 < OCB_O	.827
EWR17 < OCB_O	.831
EWR19 < OCB_O	.778
EWR16 < OCB_O	.749
EWR18 < OCB_O	.714
PCSR6 < PCSR_B	.788
PCSR7 < PCSR_B	.834
PCSR5 < PCSR_B	.703
PCSR8 < PCSR_B	.645
PCSR2 < PCSR_A	.773
PCSR1 < PCSR_A	.749
PCSR3 < PCSR_A	.729
PCSR4 < PCSR_A	.612
PCSR13 < PCSR_D	.760
PCSR12 < PCSR_D	.756
PCSR14 < PCSR_D	.702
PCSR9 < PCSR_C	.712
PCSR10 < PCSR_C	.816
PCSR11 < PCSR_C	.713

Correlations: (Group number 1 Default model)

	Estimate
IRTP <> OR	.285
IRTP <> OT	.489
IRTP <> OCB_I	.337
IRTP <> OCB_O	.370
IRTP <> PCSR_B	.476

			Estimate
IRTP	◇	PCSR_A	.336
IRTP	◇	PCSR_D	.348
IRTP	◇	PCSR_C	.446
OR	◇	OT	.253
OR	◇	OCB_I	.088
OR	◇	OCB_O	.063
OR	◇	PCSR_B	.140
OR	◇	PCSR_A	.081
OR	◇	PCSR_D	.109
OR	◇	PCSR_C	.072
OT	◇	OCB_I	.564
OT	◇	OCB_O	.573
OT	◇	PCSR_B	.545
OT	◇	PCSR_A	.445
OT	◇	PCSR_D	.334
OT	◇	PCSR_C	.611
OCB_I	◇	OCB_O	.622
OCB_I	◇	PCSR_B	.466
OCB_I	◇	PCSR_A	.472
OCB_I	◇	PCSR_D	.403
OCB_I	◇	PCSR_C	.610
OCB_O	◇	PCSR_B	.410
OCB_O	◇	PCSR_A	.553
OCB_O	◇	PCSR_D	.386
OCB_O	◇	PCSR_C	.630
PCSR_B	◇	PCSR_A	.511
PCSR_B	◇	PCSR_D	.642
PCSR_B	◇	PCSR_C	.619

			Estimate
PCSR_A	◇	PCSR_D	.487
PCSR_A	◇	PCSR_C	.510
PCSR_D	◇	PCSR_C	.481

	C	A	M							OC			
	R	V	S	Max	PCS	IR	O	O	OC	B_	PCS	PCS	PCS
		E	V	R(H)	R_D	TP	R	T	B_I	O	R_B	R_A	R_C
PCS R_D	0. 78 4	0. 54 7	0. 41 2	0.78 6	0.74 0								
IRT P	0. 91 4	0. 57 2	0. 23 9	0.91 7	0.34 8	0.7 56							
OR	0. 90 2	0. 64 9	0. 06 4	0.91 6	0.10 9	0.2 85							
OT	0. 90 2	0. 64 7	0. 37 3	0.90 2	0.33 4	0.4 89	0. 25 3						
OC B_I	0. 87 7	0. 58 9	0. 38 7	0.88 3	0.40 3	0.3 37	0. 08 8	0. 56 4					
OC B_O	0. 88 6	0. 61 0	0. 39 7	0.89 2	0.38 6	0.3 70	0. 06 3	0. 57 3	0.6 22				
PCS R_B	0. 83 3	0. 55 7	0. 41 2	0.84 9	0.64 2	0.4 76	0. 14 0	0. 54 5	0.4 66	0.41 0			
PCS R_A	0. 80	0. 51	0. 30	0.81 8	0.48 7	0.3 36	0. 08	0. 44	0.4 72	0.55 3	0.51 1		

	C	A	M							OC			
	R	V	S	Max	PCS	IR	O	O	OC	B_	PCS	PCS	PCS
		E	V	R(H)	R_D	TP	R	T	B_I	O	R_B	R_A	R_C
	9	6	6				1	5					
PCS	0.	0.	0.				0.	0.					
R_C	79	56	39	0.80	0.48	0.4	07	61	0.6	0.63	0.61	0.51	
	2	0	7	2	1	46	2	1	10	0	9	0	

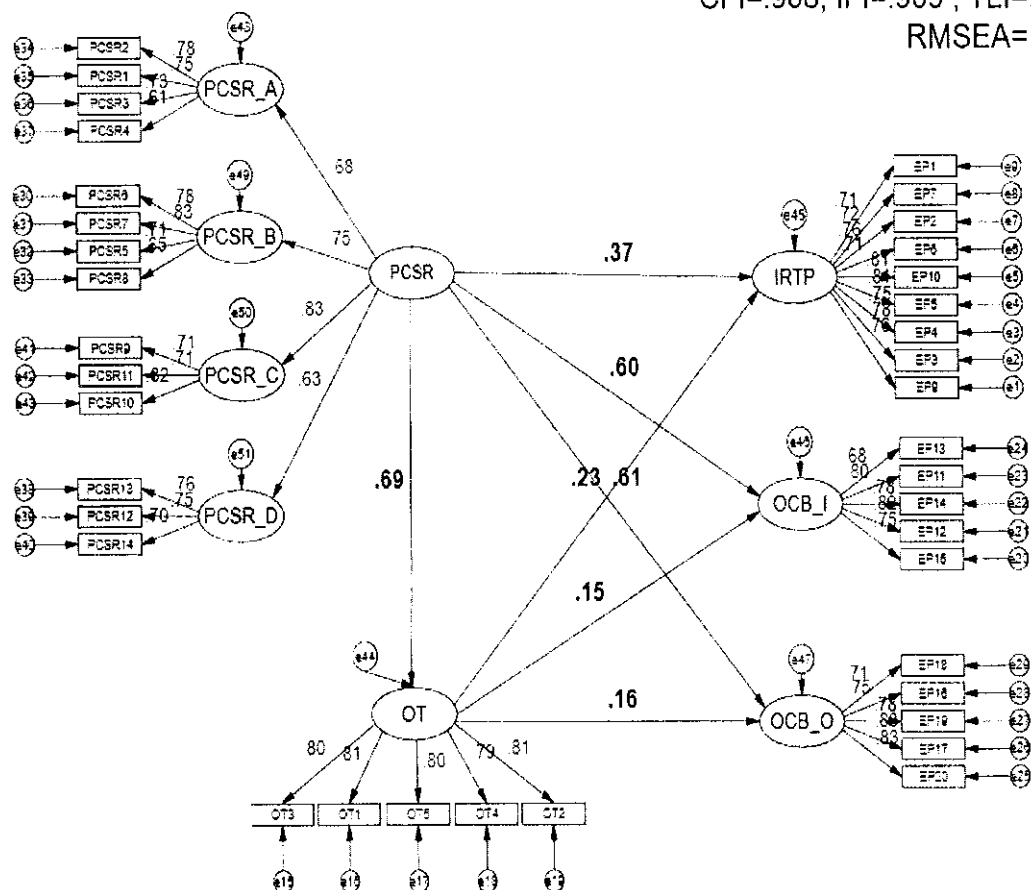
4. KẾT QUẢ SEM

Chi-square=1424.091 ; df=654 ; P=.000

Chi-square/df=2.178

CFI=.908; IFI=.909 ; TLI=.902

RMSEA=.055



CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	87	1424.091	654	.000	2.178
Saturated model	741	.000	0		
Independence model	38	9111.169	703	.000	12.960

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.042	.835	.813	.737
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.267	.195	.152	.185

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	.844	.832	.909	.902	.908
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.930	.785	.845
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	770.091	664.954	882.947
Saturated model	.000	.000	.000

Model	NCP	LO 90	HI 90
Independence model	8408.169	8103.509	8719.278

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	3.709	2.005	1.732	2.299
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	23.727	21.896	21.103	22.706

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.055	.051	.059	.012
Independence model	.176	.173	.180	.000

Regression Weights: (Group number 1 Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
OT < PCSR	1.124	.130	8.667	***	
PCSR_A < PCSR	1.000				
PCSR_B < PCSR	1.265	.140	9.038	***	
PCSR_C < PCSR	1.207	.134	9.015	***	
PCSR_D < PCSR	.933	.117	7.971	***	
IRTP < OT	.211	.071	2.967	.003	
OCB_I < OT	.140	.068	2.068	.039	
OCB_O < OT	.151	.070	2.174	.030	
IRTP < PCSR	.565	.130	4.347	***	
OCB_O < PCSR	.945	.144	6.582	***	
OCB_I < PCSR	.901	.141	6.372	***	
EWR9 < IRTP	1.000				
EWR3 < IRTP	1.058	.066	15.923	***	
EWR4 < IRTP	.967	.063	15.317	***	
EWR5 < IRTP	1.054	.063	16.697	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
EWR10 < IRTP	1.068	.064	16.555	***	
EWR6 < IRTP	.923	.064	14.306	***	
EWR2 < IRTP	1.031	.067	15.388	***	
EWR7 < IRTP	.947	.065	14.602	***	
EWR1 < IRTP	.960	.068	14.201	***	
EWR20 < OCB_O	1.000				
EWR17 < OCB_O	1.013	.054	18.698	***	
EWR19 < OCB_O	.911	.053	17.188	***	
EWR16 < OCB_O	.899	.055	16.216	***	
EWR18 < OCB_O	.874	.058	15.159	***	
OT3 < OT	1.000				
OT1 < OT	.974	.055	17.591	***	
OT5 < OT	1.030	.060	17.251	***	
OT4 < OT	1.002	.059	17.029	***	
OT2 < OT	1.073	.061	17.575	***	
EWR15 < OCB_I	1.000				
EWR12 < OCB_I	1.125	.070	16.036	***	
EWR14 < OCB_I	1.003	.066	15.174	***	
EWR11 < OCB_I	1.027	.066	15.577	***	
EWR13 < OCB_I	.920	.070	13.060	***	
PCSR6 < PCSR_B	1.000				
PCSR7 < PCSR_B	1.019	.063	16.045	***	
PCSR5 < PCSR_B	.795	.058	13.656	***	
PCSR8 < PCSR_B	.827	.066	12.480	***	
PCSR2 < PCSR_A	1.000				
PCSR1 < PCSR_A	.938	.069	13.636	***	
PCSR3 < PCSR_A	.964	.072	13.324	***	
PCSR4 < PCSR_A	.755	.067	11.236	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
PCSR13 < PCSR_D	1.000				
PCSR12 < PCSR_D	.908	.073	12.444	***	
PCSR14 < PCSR_D	.924	.078	11.922	***	
PCSR9 < PCSR_C	1.000				
PCSR11 < PCSR_C	.982	.080	12.235	***	
PCSR10 < PCSR_C	1.135	.083	13.596	***	

Standardized Regression Weights: (Group number 1 Default model)

	Estimate
OT < PCSR	.687
PCSR_A < PCSR	.678
PCSR_B < PCSR	.747
PCSR_C < PCSR	.832
PCSR_D < PCSR	.634
IRTP < OT	.229
OCB_I < OT	.153
OCB_O < OT	.159
IRTP < PCSR	.374
OCB_O < PCSR	.606
OCB_I < PCSR	.602
EWR9 < IRTP	.761
EWR3 < IRTP	.779
EWR4 < IRTP	.753
EWR5 < IRTP	.811
EWR10 < IRTP	.805
EWR6 < IRTP	.710
EWR2 < IRTP	.756
EWR7 < IRTP	.723
EWR1 < IRTP	.705

	Estimate
EWR20 < OCB_O	.829
EWR17 < OCB_O	.830
EWR19 < OCB_O	.780
EWR16 < OCB_O	.747
EWR18 < OCB_O	.710
OT3 < OT	.800
OT1 < OT	.814
OT5 < OT	.802
OT4 < OT	.794
OT2 < OT	.814
EWR15 < OCB_I	.752
EWR12 < OCB_I	.822
EWR14 < OCB_I	.780
EWR11 < OCB_I	.799
EWR13 < OCB_I	.678
PCSR6 < PCSR_B	.780
PCSR7 < PCSR_B	.835
PCSR5 < PCSR_B	.707
PCSR8 < PCSR_B	.651
PCSR2 < PCSR_A	.779
PCSR1 < PCSR_A	.746
PCSR3 < PCSR_A	.726
PCSR4 < PCSR_A	.612
PCSR13 < PCSR_D	.763
PCSR12 < PCSR_D	.754
PCSR14 < PCSR_D	.702
PCSR9 < PCSR_C	.712
PCSR11 < PCSR_C	.707

	Estimate
PCSR10 < PCSR_C	.821

5. PHÂN TÍCH TÁC ĐỘNG ĐIỀU TIẾT

Run MATRIX procedure:

***** PROCESS Procedure for SPSS Version 4.2

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com

Documentation available in Hayes (2022). www.guilford.com/p/hayes3

Model : 1

Y : Y_OT

X : X_PCSR

W : W_OR

Sample

Size: 385

OUTCOME VARIABLE:

Y_OT

Model Summary

R	Rsq	MSE	F	df1	df2	p
.5823	.3391	.4244	65.1537	3.0000	381.0000	.0000

Model

coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	3.8895	.0334	116.2801	.0000	3.8237 3.9552
X_PCSR	.7697	.0602	12.7896	.0000	.6514 .8880
W_OR	.1558	.0431	3.6129	.0003	.0710 .2406
Int_1	.1850	.0769	2.4050	.0166	.0338 .3363

Product terms key:

Int_1 : X_PCSR x W_OR

Test(s) of highest order unconditional interaction(s):

R2chng	F	df1	df2	p
X*W	.0100	5.7840	1.0000	381.0000 .0166

Focal predict: X_PCSR (X)

Mod var: W_OR (W)

Conditional effects of the focal predictor at values of the moderator(s):

W_OR	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
.7863	.6242	.0797	7.8280	.0000	.4674 .7810	
.0000	.7697	.0602	12.7896	.0000	.6514 .8880	
.7863	.9152	.0906	10.1038	.0000	.7371 1.0933	

Data for visualizing the conditional effect of the focal predictor:

Paste text below into a SPSS syntax window and execute to produce plot.

```
DATA LIST FREE/
X_PCSR W_OR Y_OT .
BEGIN DATA.
.5609 .7863 3.4168
.0000 .7863 3.7670
.5609 .7863 4.1171
```

.5609	.0000	3.4577
.0000	.0000	3.8895
.5609	.0000	4.3212
.5609	.7863	3.4986
.0000	.7863	4.0120
.5609	.7863	4.5253

END DATA.

GRAPH/SCATTERPLOT=

X_PCSR WITH Y_OT BY W_OR .

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS

Level of confidence for all confidence intervals in output:

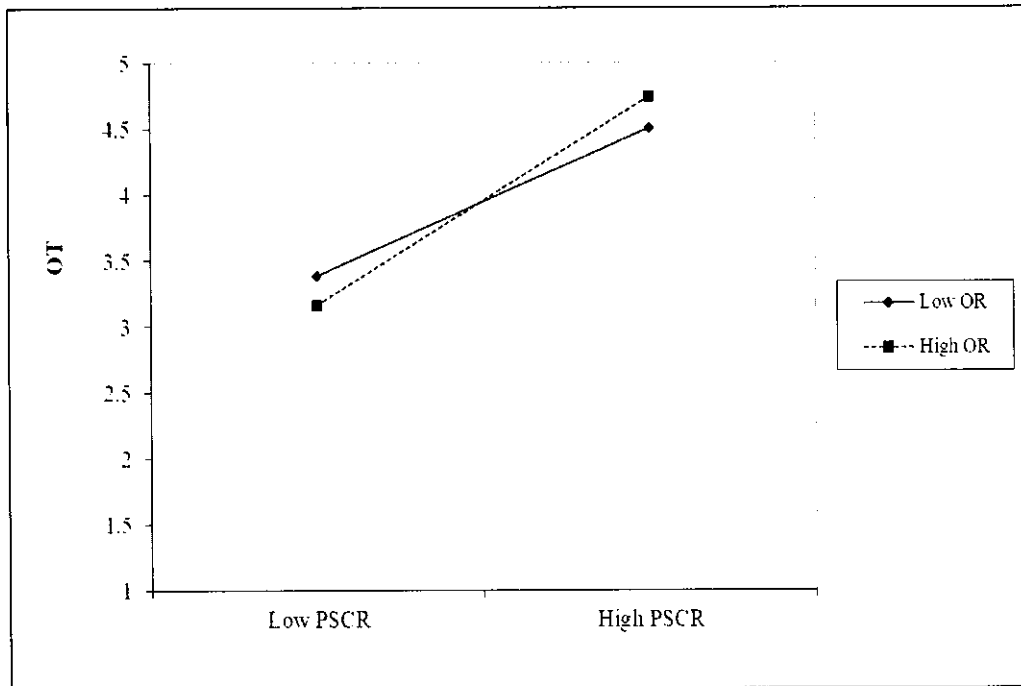
95.0000

W values in conditional tables are the mean and +/- SD from the mean.

NOTE: The following variables were mean centered prior to analysis:

W_OR X_PCSR

END MATRIX



TÁC GIẢ TRÂN TRỌNG CẢM ƠN !

QUYẾT ĐỊNH
Về việc thành lập Hội đồng đánh giá luận án tiến sĩ cấp trường
ngành Quản trị kinh doanh

HIỆU TRƯỞNG TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÂY ĐÔ

Căn cứ Nghị định số 99/2019/NĐ-CP ngày 30 tháng 12 năm 2019 của Chính phủ về việc Quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Giáo dục đại học;

Căn cứ Thông tư 18/2021/TT-BGDĐT ngày 28 tháng 6 năm 2021 của Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo về việc ban hành Quy chế tuyển sinh và đào tạo trình độ tiến sĩ;

Căn cứ Quyết định số 07/QĐ-HĐT-ĐHTĐ ngày 15 tháng 9 năm 2021 của Chủ tịch Hội đồng trường về việc ban hành Quy chế Tổ chức và Hoạt động của Trường Đại học Tây Đô;

Căn cứ Quyết định số 09/QĐ-HĐT-ĐHTĐ ngày 22 tháng 9 năm 2021 của Chủ tịch Hội đồng trường về việc công nhận Hiệu trưởng Trường Đại học Tây Đô, nhiệm kỳ năm 2021 – 2026;

Căn cứ Quyết định số 835/QĐ-ĐHTĐ ngày 29 tháng 10 năm 2024 của Hiệu trưởng Trường Đại học Tây Đô về việc ban hành Quy định tuyển sinh và đào tạo trình độ tiến sĩ;

Theo đề nghị của các Trường Khoa Quản trị kinh doanh và Khoa Đào tạo Sau Đại học,

QUYẾT ĐỊNH:

Điều 1. Thành lập Hội đồng đánh giá luận án tiến sĩ cấp trường cho:

Nghiên cứu sinh: **Nguyễn Tấn Phước**

Ngày sinh: **06/10/1988**

Mã số nghiên cứu sinh: **219030004**

Khóa: **1**

Ngành: **Quản trị kinh doanh**

Mã ngành: **9340101**

Tên luận án tiến sĩ: **Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long.**

Người hướng dẫn:

PGS.TS. Đào Duy Huân, Trường Đại học Tây Đô

PGS.TS. Nguyễn Thị Phương Thảo, Trường Đại học Đà Lạt

Hội đồng gồm có các thành viên sau:

STT	Họ và tên	Đơn vị	Chức vụ
1	PGS.TS. Võ Khắc Thường	Trường Đại học Tây Đô	Chủ tịch
2	PGS.TS. Đinh Phi Hồ	Trường Đại học Phan Thiết	Phản biện 1
3	PGS.TS. Phước Minh Hiệp	Trường Đại học Hồng Bàng TP. HCM	Phản biện 2
4	PGS.TS. Lê Nguyễn Đoàn Khôi	Trường Kinh tế - Đại học Cần Thơ	Phản biện 3
5	PGS.TS. Bùi Văn Trịnh	Trường Đại học Cửu Long	Ủy viên 1
6	PGS.TS. Cảnh Chí Hoàng	Trường Đại học Ngân hàng TP. HCM	Ủy viên 2
7	TS. Nguyễn Quốc Nghi	Trường Kinh tế - Đại học Cần Thơ	Thư ký

Điều 2. Hội đồng căn cứ quy chế hiện hành của Bộ Giáo dục và Đào tạo và Quy định của Trường Đại học Tây Đô để thực hiện nhiệm vụ được giao.

Điều 3. Thủ lao Hội đồng được thực hiện theo căn cứ quy định hiện hành của Trường Đại học Tây Đô.

Quyết định này có hiệu lực kể từ ngày ký.

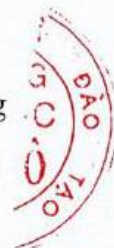
Điều 4. Các Ông (Bà) Trưởng các đơn vị có liên quan và các thành viên Hội đồng chịu trách nhiệm thi hành quyết định này. /

Nơi nhận:

- HDT (để b/c);
- BGH (để phối hợp chỉ đạo);
- Như điều 4;
- Lưu: VT, TC-HC.



Trần Long Luận



CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

DANH SÁCH CÁC THÀNH VIÊN THAM GIA
HỘI ĐỒNG CHẤM LUẬN ÁN TIẾN SĨ CẤP TRƯỜNG

Nghiên cứu sinh: **Nguyễn Tấn Phước**

Mã số nghiên cứu sinh: **219030004**

Ngày, tháng, năm sinh: **06/10/1988**

Nơi sinh: **Vĩnh Long**

Ngành: **Quản trị kinh doanh**

Mã ngành: **9340101**

Khóa, đợt: **1**

Người hướng dẫn:

PGS.TS. Đào Duy Huân, Trường Đại học Tây Đô

PGS.TS. Nguyễn Thị Phương Thảo, Trường Đại học Đà Lạt

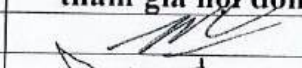
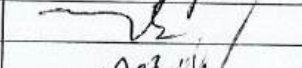
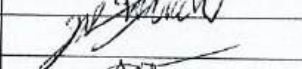
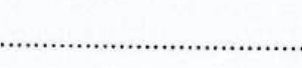
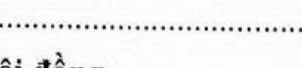
Tên luận án tiến sĩ: **“Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long”**

Địa điểm bảo vệ: **Phòng Bảo vệ luận án tiến sĩ (Phòng F22, lầu 1, Dãy nhà F) – Trường Đại học Tây Đô**

Thời gian bảo vệ: **14 giờ 00 phút, ngày 31 tháng 01 năm 2026**

Quyết định số 1338/QĐ-DHTĐ ngày 29 tháng 12 năm 2025 của Hiệu trưởng Trường Đại học Tây Đô về việc thành lập Hội đồng chấm luận án tiến sĩ cấp trường cho nghiên cứu sinh **Nguyễn Tấn Phước**

Danh sách hội đồng gồm 7 thành viên:

TT	Họ và tên	Chức danh trong hội đồng	Chữ ký của thành viên tham gia hội đồng
1.	PGS.TS. Võ Khắc Thường	Chủ tịch	
2.	PGS.TS. Đinh Phi Hồ	Phản biện 1	
3.	PGS.TS. Phước Minh Hiệp	Phản biện 2	
4.	PGS.TS. Lê Nguyễn Đoàn Khôi	Phản biện 3	
5.	PGS.TS. Bùi Văn Trịnh	Ủy viên 1	
6.	PGS.TS. Cảnh Chí Hoàng	Ủy viên 2	
7.	TS. Nguyễn Quốc Nghi	Ủy viên Thư ký	

Số thành viên có mặt: ...07... thành viên;

Số thành viên vắng (tên và nhiệm vụ trong Hội đồng): 0.....

Chủ tịch Hội đồng

Thư ký hội đồng

PGS.TS. Võ Khắc Thường

TS. Nguyễn Quốc Nghi

XÁC NHẬN CỦA TRƯỞNG ĐẠI HỌC TÂY ĐÔ



Trần Long Luận

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BIÊN BẢN CỦA HỘI ĐỒNG
CHẤM BẢO VỆ LUẬN ÁN TIẾN SĨ CẤP TRƯỜNG

Nghiên cứu sinh: **Nguyễn Tấn Phước**

Mã số nghiên cứu sinh: **219030004**

Ngày, tháng, năm sinh: **06/10/1988**

Nơi sinh: **Vĩnh Long**

Ngành: **Quản trị kinh doanh**

Mã ngành: **9340101**

Khóa, đợt: **1**

Người hướng dẫn:

PGS.TS. Đào Duy Huân, Trường Đại học Tây Đô

PGS.TS. Nguyễn Thị Phương Thảo, Trường Đại học Đà Lạt

Tên luận án tiến sĩ: **Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long**

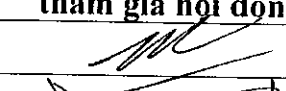
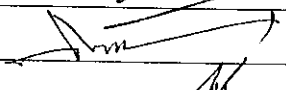
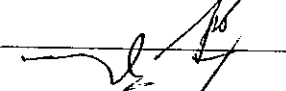
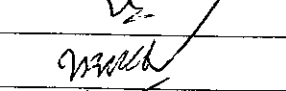
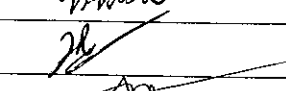
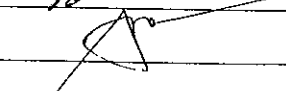
Địa điểm bảo vệ: **Phòng Bảo vệ luận án tiến sĩ (Phòng F22, lầu 1, Dãy nhà F) – Trường Đại học Tây Đô**

Thời gian bảo vệ: **14 giờ 00 phút, ngày 31 tháng 01 năm 2026**

1. Tuyên bố lý do

Đại diện Khoa Đào tạo Sau đại học đọc quyết định số 1338/QĐ-ĐHTĐ ngày 29 tháng 12 năm 2025 của Hiệu trưởng trường Đại học Tây Đô về việc thành lập Hội đồng đánh giá luận án tiến sĩ cấp trường cho nghiên cứu sinh **Nguyễn Tấn Phước**.

Danh sách hội đồng gồm 7 thành viên:

TT	Họ và tên	Chức danh trong hội đồng	Chữ ký của thành viên tham gia hội đồng
1.	PGS.TS. Võ Khắc Thường	Chủ tịch	
2.	PGS.TS. Đinh Phi Hổ	Phản biện 1	
3.	PGS.TS. Phước Minh Hiệp	Phản biện 2	
4.	PGS.TS. Lê Nguyễn Đoan Khôi	Phản biện 3	
5.	PGS.TS. Bùi Văn Trịnh	Ủy viên 1	
6.	PGS.TS. Cảnh Chí Hoàng	Ủy viên 2	
7.	TS. Nguyễn Quốc Nghi	Ủy viên thư ký	

Số thành viên có mặt: 07 thành viên;

Số thành viên vắng (tên và nhiệm vụ trong Hội đồng): 0

2. Chủ tịch Hội đồng điều khiển buổi chấm bảo vệ luận án

2.1 Thư ký đọc lý lịch khoa học của nghiên cứu sinh và các điều kiện cần thiết để nghiên cứu sinh được bảo vệ luận án.

Các câu hỏi, ý kiến thắc mắc về lý lịch khoa học và quá trình đào tạo của NCS (nếu có thì ghi cụ thể): Không

2.2 Nghiên cứu sinh Nguyễn Tấn Phước trình bày luận án (30 phút)

2.3 Nhận xét và góp ý của các phản biện (đính kèm 07 bản nhận xét) ghi cụ thể, chi tiết các câu hỏi đáp

a) Phản biện 1: PGS.TS. Đinh Phi Hồ

Nhận xét ưu điểm:

- Luận án đã xây dựng được nền tảng lý thuyết phù hợp và có tính vững chắc, dựa trên các lý thuyết liên quan đến trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, niềm tin tổ chức và kết quả công việc. Các khái niệm nghiên cứu được trình bày rõ ràng, đồng thời được luận giải một cách logic, nhất quán, tạo tiền đề học thuật cần thiết cho việc xây dựng mô hình.

- Tổng quan tài liệu được thực hiện công phu, bao quát được các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước. Nghiên cứu sinh không chỉ dừng lại ở việc mô tả mà còn so sánh, chỉ ra xu hướng nghiên cứu, qua đó khẳng định sự cần thiết và giá trị học thuật.

- Luận án lựa chọn thiết kế nghiên cứu phù hợp với mục tiêu đặt ra, kết hợp hài hòa giữa nghiên cứu định tính và định lượng. Việc vận dụng mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) để kiểm định các giả thuyết cho thấy sự phù hợp về phương pháp nghiên cứu.

- Các kết quả nghiên cứu thu được cơ bản giải quyết được các mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu đã đề ra. Nội dung luận án được trình bày tương đối mạch lạc, logic, giúp người đọc dễ dàng theo dõi quá trình nghiên cứu cũng như hiểu rõ các phát hiện chính.

- Kết quả nghiên cứu có giá trị cả về mặt học thuật lẫn thực tiễn. Đặc biệt, tính mới của luận án thể hiện rõ ở việc làm sáng tỏ đặc trưng của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp trong ngành thuốc bảo vệ thực vật, lĩnh vực này còn ít nghiên cứu chuyên sâu.

Nhận xét hạn chế, tồn tại:

- Luận án chưa làm nổi bật về mức độ cấp thiết cả về phương diện thực tiễn lẫn lý luận, khoảng trống nghiên cứu, khiến vấn đề nghiên cứu chưa thực sự thuyết phục.

- Lập luận hình thành các giả thuyết còn thiên về mô tả, chưa khai thác sâu các lập luận lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm, do đó mức độ thuyết phục khoa học chưa cao.

- Tổng quan nghiên cứu chưa cập nhật đầy đủ các công trình mới nhất, làm hạn chế khả năng phản ánh xu hướng nghiên cứu hiện đại và xác định khoảng trống học thuật.

- Luận án chưa biện luận rõ ràng lý do lựa chọn SEM so với các phương pháp khác, cũng như chưa làm nổi bật ưu thế của SEM trong việc kiểm định mô hình nghiên cứu đề xuất.

- Các hàm ý quản trị cần bám sát hơn vào các thang đo và kết quả thực nghiệm đã được kiểm định, nhằm đảm bảo cơ sở khoa học và tính khả thi.

- Luận án cần được rà soát kỹ lưỡng các lỗi hình thức, đặc biệt là trích dẫn và tài liệu tham khảo, để đảm bảo tuân thủ chuẩn mực học thuật.

Câu hỏi: Không

b) Phản biện 2: PGS.TS. Phước Minh Hiệp

Nhận xét ưu điểm:

- Luận án được xây dựng với kết cấu gồm 5 chương theo định hướng nghiên cứu định lượng, thể hiện sự tuân thủ đúng chuẩn mực học thuật. Cách bố cục này giúp kết nối chặt chẽ giữa cơ sở lý thuyết, phương pháp nghiên cứu, kết quả và thảo luận.

- Nghiên cứu sinh đã lựa chọn và kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng một cách hợp lý, trong đó trọng tâm đặt vào nghiên cứu định lượng nhằm kiểm định mô hình và giả thuyết nghiên cứu, phù hợp với mục tiêu và hướng tiếp cận.

- Phương pháp thu thập dữ liệu được trình bày rõ ràng, đảm bảo độ tin cậy, tạo nền tảng vững chắc cho các phân tích định lượng và kết luận khoa học.

- Luận án đã đề xuất 4 hàm ý quản trị, gắn với kết quả nghiên cứu, góp phần định hướng cho nhà quản lý trong việc vận dụng các phát hiện nghiên cứu vào thực tiễn quản trị.

Nhận xét hạn chế, tồn tại:

- Luận án cần bổ sung và trình bày rõ mục tiêu tổng quát nhằm khái quát định hướng nghiên cứu chung, giúp người đọc nắm bắt xuyên suốt logic toàn bộ luận án.

- Tổng quan nên được cấu trúc theo các vấn đề nghiên cứu trọng tâm, thay vì chỉ liệt kê công trình, nhằm làm nổi bật dòng chảy học thuật và mối liên hệ với mô hình đề xuất.

- Luận án cần làm rõ hơn khoảng trống nghiên cứu và nhấn mạnh các điểm mới, qua đó khẳng định đóng góp khoa học của đề tài.

- Các giả thuyết cần được biện luận sâu hơn, gắn chặt với các nghiên cứu trước có liên quan để tăng tính thuyết phục học thuật.

- Cần bổ sung phân tích, biện luận về sự khác biệt nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và kết quả công việc theo đặc điểm nhân khẩu học.

- Các hàm ý quản trị cần được liên kết chặt chẽ hơn với kết quả phân tích định lượng nhằm nâng cao tính ứng dụng.

Câu hỏi: Không

c) Phản biện 3: PGS.TS. Lê Nguyễn Đoàn Khôi

Nhận xét ưu điểm:

- Luận án đã vận dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp một cách bài bản và có hệ thống, thể hiện sự kết hợp hợp lý giữa nghiên cứu định tính và định lượng nhằm đảm bảo tính toàn diện và chiều sâu khoa học của nghiên cứu.

- Việc sử dụng kỹ thuật phân tích dữ liệu hiện đại, cụ thể là mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM), giúp kiểm định đồng thời các mối quan hệ trong mô hình nghiên cứu, qua đó đảm bảo độ tin cậy, độ giá trị và tính chặt chẽ của các kết quả thu được.

- Các giả thuyết nghiên cứu được xây dựng và biện luận trên cơ sở các lý thuyết nền tảng và các nghiên cứu trước, tạo nên cơ sở khoa học vững chắc.

- Kết quả nghiên cứu thu được cơ bản đã đáp ứng các mục tiêu đề ra và trả lời được các câu hỏi nghiên cứu, góp phần khẳng định giá trị học thuật và thực tiễn của luận án.

Nhận xét hạn chế, tồn tại:

- Luận án chỉ triển khai khảo sát tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, do đó kết quả nghiên cứu có thể chịu ảnh hưởng bởi đặc thù vùng miền, làm hạn chế khả năng khái quát hóa cho toàn bộ ngành thuốc bảo vệ thực vật trên phạm vi cả nước.

- Nghiên cứu sinh cần rà soát và biện luận rõ ràng hơn nguyên nhân biến quan sát bị loại trong quá trình phân tích, đặc thù ngành hoặc hạn chế thang đo dẫn đến việc loại bỏ.

- Luận án cần bổ sung phân tích và biện luận sâu hơn vai trò điều tiết của nhân tố danh tiếng tổ chức trong mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội và niềm tin tổ chức.

- Các hàm ý quản trị cần được điều chỉnh để bám sát hơn đặc thù và thực tiễn doanh nghiệp sản xuất ngành thuốc bảo vệ thực vật.

Câu hỏi: Giải thích vai trò điều tiết của nhân tố danh tiếng tổ chức trong mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội và niềm tin tổ chức?

Trả lời của Nghiên cứu sinh: Danh tiếng tổ chức đóng vai trò điều tiết sự tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội đến niềm tin tổ chức. Khi danh tiếng tốt, nhận thức trách nhiệm xã hội được hiểu một cách tích cực, từ đó niềm tin tổ chức gia tăng mạnh mẽ.

d) Ủy viên 1: PGS.TS. Bùi Văn Trịnh

Nhận xét ưu điểm:

- Luận án đã xây dựng và trình bày hệ thống cơ sở lý thuyết tương đối đầy đủ, có chọn lọc và dựa trên các học thuyết nền tảng cũng như các nghiên cứu học thuật uy tín, qua đó tạo nên nền tảng khoa học vững chắc cho toàn bộ nghiên cứu.

- Cách tiếp cận nghiên cứu được triển khai theo hướng hệ thống và logic, đảm bảo sự liên kết chặt chẽ giữa vấn đề nghiên cứu, mục tiêu, phương pháp và kết quả nghiên cứu.

- Mô hình nghiên cứu được thiết lập rõ ràng, thể hiện mối quan hệ giữa các biến số trên cơ sở lý thuyết và thực tiễn, đáp ứng yêu cầu về học thuật và khả năng kiểm định.

- Các kết luận được rút ra dựa trên dữ liệu thực nghiệm có độ tin cậy cao, phản ánh đúng bản chất các mối quan hệ nghiên cứu và đảm bảo giá trị khoa học của luận án.

Nhận xét hạn chế, tồn tại:

- Phạm vi khảo sát còn giới hạn về mặt không gian, chủ yếu tập trung trong một khu vực địa lý nhất định, do đó khả năng khái quát hóa kết quả nghiên cứu còn hạn chế.

- Phần thảo luận kết quả nghiên cứu và các hàm ý quản trị tuy đã đề cập đầy đủ nội dung cần thiết, nhưng có thể được trình bày cô đọng, súc tích hơn nhằm làm nổi bật các phát hiện chính và giá trị ứng dụng của nghiên cứu.

- Luận án cần được rà soát và hiệu chỉnh kỹ lưỡng các lỗi hình thức trong toàn bộ nội dung, bao gồm cách trình bày, chính tả, định dạng và trích dẫn, nhằm đảm bảo tính chuẩn mực và chuyên nghiệp của một công trình nghiên cứu tiến sĩ.

Câu hỏi: Không

e) Ủy viên 2: PGS.TS. Cảnh Chí Hoàng

Nhận xét ưu điểm:

- Chủ đề luận án mang tính thời sự cao, bám sát các vấn đề thực tiễn đang đặt ra trong bối cảnh phát triển bền vững và áp lực xã hội đối với doanh nghiệp, đặc biệt phù hợp với điều kiện và đặc thù của khu vực nghiên cứu.

- Luận án được xây dựng với cấu trúc logic, chặt chẽ và có tính hệ thống, đảm bảo sự liên kết xuyên suốt giữa các chương, từ cơ sở lý thuyết, phương pháp nghiên cứu đến kết quả nghiên cứu và thảo luận.

- Phương pháp nghiên cứu được lựa chọn phù hợp và mang tính hiện đại, trong đó phân tích định lượng được triển khai nghiêm túc, đáp ứng các yêu cầu về độ tin cậy, độ giá trị và chuẩn mực học thuật.

- Kết quả nghiên cứu có giá trị tham khảo thiết thực cho đội ngũ lãnh đạo và nhà quản lý tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật ở khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, hỗ trợ cho quá trình ra quyết định quản trị.

Nhận xét hạn chế, tồn tại:

- Luận án cần bổ sung và trình bày rõ mục tiêu tổng quát nhằm khái quát định hướng nghiên cứu chung, giúp người đọc hiểu rõ phạm vi, trọng tâm và ý nghĩa tổng thể.

- Phần tổng quan tài liệu nên được rút gọn và tái cấu trúc theo các nội dung nghiên cứu chính, tránh dàn trải, qua đó làm nổi bật các luận điểm then chốt.

- Cần rà soát và hiệu chỉnh việc sử dụng các thuật ngữ mang tính học thuật, chẳng hạn như thuật ngữ “mẫu”, nhằm đảm bảo tính chính xác, thống nhất.

- Phần trình bày hạn chế của nghiên cứu cần được xem xét và điều chỉnh lại cách diễn đạt, đặc biệt là hạn chế thứ nhất của luận án.

Câu hỏi: Không

f) Thư ký: TS. Nguyễn Quốc Nghi

Nhận xét ưu điểm:

- Chủ đề nghiên cứu mang tính liên ngành và thời sự cao khi kết nối CSR/PCSR với hiệu suất nhân viên và định hướng bền vững trong ngành thuốc bảo vệ thực vật.

- Luận án được xây dựng theo bố cục 5 chương tương đối chuẩn mực, mạch nội dung rõ ràng. Mô hình nghiên cứu thể hiện tính logic, xác định khá cụ thể các giả thuyết, mối quan hệ trung gian và yếu tố điều tiết, góp phần làm nổi bật trọng tâm nghiên cứu.

- Nghiên cứu áp dụng phương pháp hỗn hợp, có triển khai khảo sát thử trước khảo sát chính thức, cho thấy quy trình nghiên cứu được thực hiện bài bản. Việc vận dụng các kỹ thuật Cronbach's Alpha, EFA, CFA, SEM và bootstrap phù hợp với thông lệ nghiên cứu quản trị, góp phần nâng cao độ tin cậy và khả năng kiểm định mô hình.

- Kết quả nghiên cứu được trình bày theo hướng lượng hóa mức độ tác động và xếp hạng ảnh hưởng giữa các biến, tạo điều kiện thuận lợi cho diễn giải khoa học và rút ra các hàm ý quản trị.

Nhận xét hạn chế, tồn tại:

- Phần tổng quan tài liệu có độ bao phủ tương đối tốt, song vẫn thiên về mô tả, cần tăng cường tính tổng hợp phản biện để làm rõ hơn các tranh luận học thuật.

- Nên làm rõ hơn cơ sở chọn mẫu, cách thức thu thập dữ liệu (trực tiếp hay trực tuyến) và các biện pháp hạn chế sai lệch do tự báo cáo.

- Phần thảo luận nên tăng cường lập luận giải thích nguyên nhân dẫn đến sự khác biệt so với nghiên cứu trước, thay vì chỉ dừng ở việc ghi nhận mức độ tương đồng hay khác nhau.

Câu hỏi: Dựa vào kết quả nghiên cứu, nghiên cứu sinh hãy đề xuất một số hàm ý quản lý đối với các cơ quan quản lý ngành thuốc BVTV?

Trả lời của Nghiên cứu sinh: Cơ quan quản lý cần tăng giám sát, minh bạch thông tin về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp sản xuất thuốc BVTV, hỗ trợ tập huấn nâng cao nhận thức trách nhiệm xã hội cho doanh nghiệp sản xuất thuốc BVTV.

g) Chủ tịch: PGS.TS. Võ Khắc Thường

Nhận xét ưu điểm:

- Luận án lựa chọn vấn đề nghiên cứu có tính cấp thiết và thời sự cao, phản ánh đúng những thách thức và yêu cầu đặt ra từ thực tiễn hoạt động của ngành thuốc bảo vệ thực vật trong bối cảnh gia tăng áp lực về môi trường, sức khỏe cộng đồng và phát triển bền vững.

- Mô hình nghiên cứu được xây dựng phù hợp với mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu, trong khi phương pháp nghiên cứu được thiết kế hợp lý, đảm bảo khả năng kiểm định các mối quan hệ lý thuyết đề xuất và đáp ứng chuẩn mực nghiên cứu khoa học.

- Kết quả nghiên cứu đóng góp về mặt học thuật thông qua việc bổ sung bằng chứng thực nghiệm cho các lý thuyết liên quan, đồng thời cung cấp cơ sở tham khảo hữu ích cho các nhà quản lý và hoạch định chính sách trong ngành thuốc bảo vệ thực vật.

Nhận xét hạn chế, tồn tại:

- Tổng quan tài liệu hiện còn thiên về mô tả các nghiên cứu trước, do đó cần tăng cường biện luận mang tính tổng hợp, so sánh và phản biện nhằm làm nổi bật rõ ràng hơn khoảng trống nghiên cứu mà luận án hướng đến giải quyết.

- Nội dung thảo luận kết quả chưa đạt được chiều sâu cần thiết, cần cụ thể hóa hơn các phát hiện thực nghiệm, gắn chặt với kết quả kiểm định và đặc thù của ngành thuốc bảo vệ thực vật để nâng cao giá trị diễn giải.

- Một số nội dung còn trình bày dàn trải, thiếu cô đọng, vì vậy cần tiếp tục tinh giản, sắp xếp lại nhằm tăng tính súc tích và hàm lượng học thuật của luận án.

Câu hỏi: Hãy giải thích sự phù hợp của thiết kế nghiên cứu đối với doanh nghiệp sản xuất thuốc BVTV vùng đồng bằng sông Cửu Long?

Trả lời của Nghiên cứu sinh: Luận án đã tiến hành nghiên cứu định tính, khảo sát sơ bộ nhằm điều chỉnh thang đo nghiên cứu phù hợp với đặc điểm doanh nghiệp sản xuất thuốc BVTV. Song song đó, các nội dung biện luận kết quả cũng tập trung vào ngành BVTV nói chung và doanh nghiệp sản xuất thuốc BVTV nói riêng.

h) Chi tiết câu hỏi đáp của người tham dự (nếu có): Không

2.4 Người hướng dẫn đọc ý kiến nhận xét (kèm theo văn bản)

2.5 Hội đồng hợp riêng bầu Ban kiểm phiếu, bỏ phiếu kín và thảo luận thông qua
(Hội đồng thảo luận đánh giá về kết quả của luận án và khả năng bảo vệ của NCS để ra Quyết nghị và bầu ban kiểm phiếu)

Thành lập Ban kiểm phiếu gồm:

1. PGS.TS. Lê Nguyễn Đoàn Khôi	Trưởng ban
2. PGS.TS. Bùi Văn Trịnh	Ủy viên
3. TS. Nguyễn Quốc Nghi	Ủy viên

Hội đồng nhất trí với danh sách Ban kiểm phiếu, tiến hành bỏ phiếu và kết quả kiểm phiếu như sau:

- Tổng số phiếu phát ra:	07 phiếu
- Tổng số phiếu thu vào:	07 phiếu
- Số phiếu hợp lệ:	07 phiếu
- Số phiếu không hợp lệ:	0 phiếu
- Số phiếu tán thành:	07 phiếu
- Số phiếu không tán thành	0 phiếu

(Kết quả bỏ phiếu có biên bản riêng và được công bố tại Hội đồng)

Sau khi thảo luận, Hội đồng nhất trí ra Nghị quyết (kèm theo văn bản)

2.6 Kết luận của Hội đồng: Chọn 1 trong 3

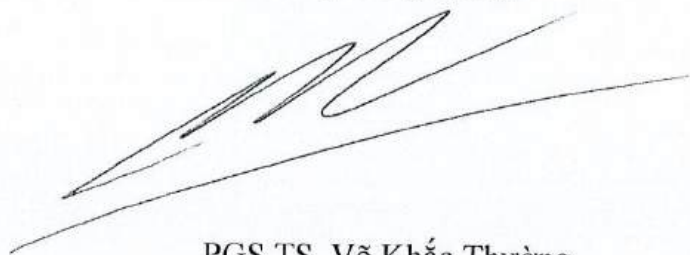
- Luận án đạt: Không cần chỉnh sửa ☐
- Luận án đạt: Cần chỉnh sửa theo kết luận của Hội đồng ☒
- Luận án không đạt ☐

- Hội đồng thống nhất giao cho PGS.TS. Lê Nguyễn Đoàn Khôi chịu trách nhiệm kiểm tra và ký xác nhận bản giải trình chỉnh sửa cho nghiên cứu sinh.

- Thông qua Quyết nghị của Hội đồng với 7/7 ý kiến tán thành.

Chủ tịch Hội đồng tuyên bố kết thúc buổi chấm bảo vệ luận án tiến sĩ lúc 17h00 cùng ngày.

Chủ tịch Hội đồng



PGS.TS. Võ Khắc Thường

Thư ký hội đồng



TS. Nguyễn Quốc Nghi

**XÁC NHẬN
CỦA TRƯỞNG ĐẠI HỌC TÂY ĐÔ**



Trần Long Luận



CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

QUYẾT NGHỊ CỦA HỘI ĐỒNG CHẤM LUẬN ÁN
TIẾN SĨ CẤP TRƯỜNG

(Ghi ngắn gọn các vấn đề chính của luận án)

Nghiên cứu sinh: **Nguyễn Tấn Phước**

Mã số nghiên cứu sinh: **219030004**

Ngày, tháng, năm sinh: **06/10/1988**

Nơi sinh: **Vĩnh Long**

Ngành: **Quản trị kinh doanh**

Mã ngành: **9340101**

Khóa, đợt: **1**

Người hướng dẫn:

PGS.TS. Đào Duy Huân, Trường Đại học Tây Đô

PGS.TS. Nguyễn Thị Phương Thảo, Trường Đại học Đà Lạt

Tên luận án tiến sĩ: **Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long**

Địa điểm bảo vệ: **Phòng Bảo vệ luận án tiến sĩ (Phòng F22, lầu 1, Dãy nhà F) – Trường Đại học Tây Đô**

Thời gian bảo vệ: **14 giờ 00 phút, ngày 31 tháng 01 năm 2026**

1. Hội đồng đã tiến hành bỏ phiếu và kết quả kiểm phiếu như sau:

- Tổng số phiếu phát ra: 07
- Tổng số phiếu thu vào: 07
- Số phiếu hợp lệ: 07
- Số phiếu không hợp lệ: 0
- Số phiếu tán thành: 07
- Số phiếu không tán thành: 0

(Kết quả bỏ phiếu có biên bản riêng và được công bố tại Hội đồng)

2. Những kết luận khoa học cơ bản, những điểm mới, đóng góp mới của luận án.

Luận án đã hệ thống hóa tương đối đầy đủ các lý thuyết và nghiên cứu liên quan đến CSR, PCSR, niềm tin tổ chức, danh tiếng tổ chức và kết quả công việc của nhân viên. Việc tích hợp các lý thuyết nền tảng thành mô hình nghiên cứu có biến trung gian và biến điều tiết thể hiện tư duy nghiên cứu chặt chẽ, logic và phù hợp với bối cảnh ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật.

Luận án góp phần mở rộng hướng nghiên cứu CSR theo hướng vi mô, làm rõ cơ chế tác động của nhận thức CSR đến kết quả công việc thông qua niềm tin tổ chức. Việc kiểm định đồng thời vai trò trung gian và điều tiết mang lại bằng chứng thực nghiệm mới, đồng thời bổ sung hệ thống thang đo được kiểm định nghiêm ngặt trong bối cảnh Việt Nam.

Kết quả nghiên cứu cung cấp cơ sở khoa học quan trọng giúp doanh nghiệp nhìn nhận CSR như một công cụ quản trị nguồn nhân lực, góp phần nâng cao niềm tin, hành vi tích cực và hiệu quả làm việc của nhân viên, hướng tới phát triển bền vững.

3. Cơ sở khoa học, độ tin cậy của những luận điểm và những kết luận nêu trong luận án

Luận án áp dụng cách tiếp cận phương pháp hỗn hợp, kết hợp chặt chẽ giữa nghiên cứu định tính và định lượng. Nghiên cứu định tính được sử dụng như nền tảng để khám phá bối cảnh, hiệu chỉnh khái niệm và xây dựng thang đo phù hợp với ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật. Nghiên cứu định lượng đóng vai trò kiểm định các giả thuyết lý thuyết, bảo đảm sự liên kết logic giữa khám phá và xác nhận.

Quy trình nghiên cứu được thiết kế khoa học, tuần tự và minh bạch, gồm các bước từ tổng quan lý thuyết, xác định khoảng trống nghiên cứu, xây dựng mô hình và giả thuyết, đến thu thập và xử lý dữ liệu. Việc triển khai khảo sát hai giai đoạn giúp sàng lọc thang đo và nâng cao độ ổn định của kết quả nghiên cứu.

Luận án sử dụng các kỹ thuật phân tích định lượng hiện đại và phù hợp như kiểm định độ tin cậy bằng hệ số Cronbach's Alpha, EFA, CFA và SEM. Các chỉ số kiểm định đều đạt ngưỡng khuyến nghị quốc tế, cho thấy mô hình đo lường và mô hình cấu trúc có độ phù hợp cao, đồng thời kiểm soát tốt các sai lệch đo lường và mối quan hệ giữa các biến.

Các luận điểm và kết luận của luận án được xây dựng trên cơ sở lý thuyết vững chắc, dữ liệu thực nghiệm đủ lớn và quy trình phân tích chặt chẽ. Mặc dù phạm vi nghiên cứu còn giới hạn về không gian, nhưng điều này không làm suy giảm giá trị khoa học, mà ngược lại tạo nền tảng đáng tin cậy cho các nghiên cứu mở rộng trong tương lai.

4. Ý nghĩa về lý luận, thực tiễn và những đề nghị sử dụng các kết quả nghiên cứu của luận án

Về ý nghĩa lý luận, luận án góp phần làm sâu sắc và mở rộng nền tảng lý thuyết về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp theo hướng vi mô, thông qua việc phân tích nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) và cơ chế tác động của nó đến kết quả công việc của nhân viên. Việc tích hợp vai trò trung gian của niềm tin tổ chức và vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức đã bổ sung bằng chứng thực nghiệm mới.

Về ý nghĩa thực tiễn, kết quả nghiên cứu cung cấp cơ sở khoa học giúp doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật nhận thức CSR không chỉ là nghĩa vụ xã hội hay công cụ hình ảnh, mà là một đòn bẩy quản trị nguồn nhân lực, góp phần nâng cao niềm tin, sự gắn kết và hiệu quả làm việc của nhân viên.

Về đề nghị sử dụng kết quả nghiên cứu, luận án có thể được dùng làm tài liệu tham khảo cho các nhà quản lý, nhà hoạch định chính sách và các nghiên cứu tiếp theo trong việc xây dựng chiến lược CSR, bộ tiêu chí đánh giá PCSR và các chương trình phát triển bền vững phù hợp với bối cảnh Việt Nam.

5. Các thiếu sót về nội dung và hình thức của luận án cần chỉnh sửa

Phản tổng quan còn thiên về mô tả các nghiên cứu trước, chưa thể hiện rõ chiều sâu phân tích tổng hợp, so sánh và phản biện. Việc cập nhật các nghiên cứu mới nhất còn hạn chế, khiến cho khoảng trống nghiên cứu và mức độ cấp thiết của đề tài chưa được làm nổi bật một cách thật sự thuyết phục về cả phương diện lý luận lẫn thực tiễn.

Về lập luận lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu: các giả thuyết tuy được xây dựng trên nền tảng lý thuyết phù hợp nhưng phân biện luận còn chưa sâu, còn nặng tính mô tả, thiếu liên kết chặt chẽ với các bằng chứng thực nghiệm trước đó. Một số mối quan hệ, đặc biệt là vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức, cần được giải thích rõ hơn.

Về phương pháp và phạm vi nghiên cứu: phạm vi khảo sát chỉ giới hạn tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, làm giảm khả năng khái quát hóa kết quả cho toàn ngành thuốc bảo vệ thực vật trên phạm vi cả nước. Ngoài ra, luận án chưa biện luận đầy đủ nguyên nhân loại bỏ một số biến quan sát trong quá trình phân tích, cũng như chưa làm rõ các biện pháp kiểm soát sai lệch do dữ liệu tự báo cáo.

Về thảo luận kết quả và hàm ý quản trị: phần thảo luận chưa đạt độ sâu cần thiết, chưa lý giải rõ nguyên nhân của những điểm khác biệt so với các nghiên cứu trước. Các hàm ý quản trị còn mang tính khái quát, cần hám sát hơn vào kết quả định lượng và đặc thù của doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật.

Về hình thức trình bày: luận án cần được rà soát, chỉnh sửa kỹ lưỡng các lỗi về trích dẫn, tài liệu tham khảo, thuật ngữ học thuật và cách diễn đạt để đảm bảo chuẩn mực khoa học của một công trình luận án tiến sĩ.

6. Mức độ đáp ứng yêu cầu của luận án (chọn 1 trong 3)

- Luận án đạt: Không cần chỉnh sửa ☐
- Luận án đạt: Cần chỉnh sửa theo kết luận của Hội đồng ☒
- Luận án không đạt ☐

7. Chốt lại tất cả những điểm cần bổ sung, sửa chữa trước khi nộp luận án cho Thư viện Quốc gia Việt Nam

- Làm rõ và nhấn mạnh tính cấp thiết của đề tài cả về phương diện thực tiễn, lý luận và khoảng trống nghiên cứu, nhằm khẳng định giá trị và sự cần thiết của luận án.
- Trình bày bổ sung mục tiêu nghiên cứu tổng quát của luận án để định hướng xuyên suốt nội dung và logic nghiên cứu.
- Tăng cường biện luận học thuật trong việc phát triển các giả thuyết nghiên cứu, gắn kết chặt chẽ giữa lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm.
- Cập nhật nghiên cứu có liên quan mang tính hiện đại, tái cấu trúc tổng quan tài liệu theo các vấn đề nghiên cứu trọng tâm, tránh trình bày dàn trải.
- Bổ sung phân tích sự khác biệt về nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và kết quả công việc theo đặc điểm nhân khẩu học.

- Hiệu chỉnh các hàm ý quản trị bám sát kết quả nghiên cứu và phù hợp với đặc thù doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật.

- Rà soát toàn diện hình thức trình bày, trích dẫn, tài liệu tham khảo đúng qui định. Đặc biệt, rút gọn nội dung luận án, tập trung vào nội dung trọng tâm.

8. Kiến nghị của Hội đồng về việc công nhận trình độ và cấp bằng tiến sĩ cho nghiên cứu sinh:

Đề nghị Nhà trường xem xét công nhận trình độ và cấp bằng tiến sĩ cho nghiên cứu sinh **Nguyễn Tấn Phước** nếu nghiên cứu sinh đã hoàn thành việc chỉnh sửa các nội dung mà Hội đồng thông qua theo Quyết nghị này.

Hội đồng thống nhất giao cho PGS.TS. Lê Nguyễn Đoàn Khôi chịu trách nhiệm kiểm tra và ký xác nhận bản giải trình chỉnh sửa cho nghiên cứu sinh.

Thư ký đã đọc lại nội dung Quyết nghị này cho tất cả thành viên Hội đồng và nhất trí biểu quyết thông qua Nghị quyết với kết quả 7/7 thành viên đồng ý.

Chủ tịch Hội đồng tuyên bố kết thúc buổi chấm bảo vệ luận án tiến sĩ lúc 17h00 cùng ngày.

Cần Thơ, ngày 31 tháng 01 năm 2026

Chủ tịch Hội đồng
(Ký tên, ghi họ tên)

Thư ký hội đồng
(Ký tên, ghi họ tên)

PGS.TS. Võ Khắc Thường

TS. Nguyễn Quốc Nghi

XÁC NHẬN
CỦA TRƯỞNG ĐẠI HỌC TÂY ĐÔ



Trần Long Luận

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BẢN NHẬN XÉT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

(Dùng cho phản biện và thành viên Hội đồng đánh giá luận án cấp trường)

Thông tin về người nhận xét:

Họ và tên: **PGS.TS. Võ Khắc Thường**

Chức danh: **Phó giáo sư** Năm phong: **2013** Học vị: **Tiến sĩ**

Chuyên ngành:

Cơ quan công tác: **Trường Đại học Tây Đô**

Thông tin về luận án tiến sĩ:

Tên luận án: **Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long.**

Ngành: **Quản trị kinh doanh**

Mã ngành: **9340101**

Họ tên nghiên cứu sinh: **Nguyễn Tấn Phước**

Mã số nghiên cứu sinh: **219030004**

Khóa, đợt: **1**

Người hướng dẫn nghiên cứu sinh:

PGS.TS. Đào Duy Huân, Trường Đại học Tây Đô

PGS.TS. Nguyễn Thị Phương Thảo, Trường Đại học Đà Lạt

Ý KIẾN NHẬN XÉT

1. Hình thức luận án:

Luận án được trình bày theo đúng cấu trúc, hình thức và yêu cầu đối với một luận án tiến sĩ ngành Quản trị kinh doanh. Bố cục các chương được sắp xếp hợp lý, thể hiện rõ trình tự logic của một nghiên cứu khoa học, bắt đầu từ cơ sở lý luận và tổng quan nghiên cứu, tiếp đến là phương pháp nghiên cứu, kết quả nghiên cứu, thảo luận, kết

luận và hàm ý quản trị. Cách tổ chức nội dung cho thấy nghiên cứu sinh có ý thức tuân thủ các chuẩn mực học thuật trong đào tạo sau đại học.

Các bảng biểu, hình vẽ và phụ lục được xây dựng tương đối đầy đủ, phản ánh được nội dung phân tích và hỗ trợ cho việc trình bày kết quả nghiên cứu. Tuy nhiên, luận án vẫn còn tồn tại một số hạn chế về mặt kỹ thuật trình bày, như: Lỗi định dạng mục lục, một số lỗi chính tả và thuật ngữ chuyên môn; việc sử dụng chữ viết tắt chưa được thống nhất xuyên suốt giữa các chương; trích dẫn trong nội dung và danh mục tài liệu tham khảo chưa được chuẩn hóa hoàn toàn theo một hệ thống trích dẫn khoa học thống nhất. Những tồn tại này tuy không ảnh hưởng đến bản chất khoa học của luận án, song cần được chỉnh sửa nghiêm túc nhằm bảo đảm tính chuẩn mực, tính hoàn chỉnh và sự trang trọng của công trình nghiên cứu ở cấp độ tiến sĩ.

2. Nội dung luận án

2.1. Tính cần thiết, ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận án:

Các ý kiến trong Hội đồng đều thống nhất đánh giá rằng đề tài luận án có tính cấp thiết và thời sự cao trong bối cảnh hiện nay, khi trách nhiệm xã hội doanh nghiệp không chỉ được xem là một hoạt động mang tính đạo đức hay hình ảnh, mà đã trở thành một yếu tố quan trọng gắn liền với chiến lược phát triển bền vững và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Việc nghiên cứu trách nhiệm xã hội doanh nghiệp từ góc độ nhận thức của nhân viên, thay vì chỉ tiếp cận ở cấp độ tổ chức hay cộng đồng, thể hiện sự phù hợp với xu hướng nghiên cứu hiện đại trong lĩnh vực quản trị và hành vi tổ chức.

Luận án lựa chọn bối cảnh nghiên cứu là các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long – một khu vực kinh tế nông nghiệp trọng điểm và một ngành sản xuất có nhiều tác động đến môi trường và xã hội. Cách tiếp cận này giúp luận án không chỉ có giá trị về mặt lý luận mà còn mang ý nghĩa thực tiễn rõ rệt, góp phần cung cấp các luận cứ khoa học cho việc hoạch định chính sách và thực hành quản trị tại các doanh nghiệp trong ngành.

Về phương diện khoa học, luận án góp phần bổ sung thêm bằng chứng thực nghiệm cho dòng nghiên cứu về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp ở cấp độ vi mô, đặc biệt trong bối cảnh các nền kinh tế đang phát triển, nơi mà các nghiên cứu thực nghiệm chuyên sâu vẫn còn tương đối hạn chế.

2.2. Sự phù hợp của đề tài nghiên cứu và độ tin cậy:

Đề tài nghiên cứu phù hợp với chuyên ngành Quản trị kinh doanh, đặc biệt trong các lĩnh vực quản trị nguồn nhân lực, hành vi tổ chức và quản trị doanh nghiệp theo định hướng phát triển bền vững. Mô hình nghiên cứu được xây dựng dựa trên cơ sở kế thừa có chọn lọc các lý thuyết nền tảng và các kết quả nghiên cứu trước đây, đồng thời có sự điều chỉnh phù hợp với bối cảnh nghiên cứu cụ thể tại Việt Nam.

Phương pháp nghiên cứu được triển khai tương đối bài bản, kết hợp giữa nghiên cứu định tính sơ bộ và nghiên cứu định lượng chính thức. Việc sử dụng các kỹ thuật phân tích hiện đại như phân tích nhân tố khẳng định và mô hình cấu trúc tuyến tính là phù hợp với mô hình và giả thuyết nghiên cứu đã đề xuất. Các thang đo được kiểm định về độ tin cậy và giá trị; cỡ mẫu đáp ứng yêu cầu phân tích; các chỉ số đánh giá mô hình cho thấy mức độ phù hợp chấp nhận được. Nhìn chung, các kết quả nghiên cứu có cơ sở khoa học và độ tin cậy nhất định.

2.3. Sự trùng lặp của đề tài nghiên cứu (nếu NCS có sử dụng kết quả từ các nghiên cứu trước khi thực hiện luận án thì cho ý kiến nhận xét về tính hợp lý và khối lượng so với nội dung toàn luận án)

Luận án có kế thừa các công trình nghiên cứu trước trong và ngoài nước, song không có sự trùng lặp về nội dung nghiên cứu. Nghiên cứu sinh đã sử dụng các kết quả nghiên cứu trước đây một cách hợp lý, có chọn lọc, phục vụ cho việc xây dựng cơ sở lý luận, mô hình nghiên cứu và giả thuyết nghiên cứu. Khối lượng nội dung kế thừa là phù hợp và không làm giảm tính độc lập cũng như giá trị khoa học của luận án.

2.4. Những đóng góp mới của luận án:

Luận án có một số đóng góp mới đáng ghi nhận cả về mặt lý luận và thực tiễn.

Về lý luận: Luận án đã làm rõ hơn mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, niềm tin tổ chức và kết quả công việc của nhân viên trong một bối cảnh nghiên cứu cụ thể và có tính đặc thù. Việc xác định và kiểm định vai trò trung gian của niềm tin tổ chức góp phần làm sâu sắc thêm các nghiên cứu về cơ chế tác động của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp ở cấp độ vi mô.

Về thực tiễn: Luận án đề xuất một số hàm ý quản trị có giá trị tham khảo cho các nhà quản trị trong việc xây dựng và triển khai các hoạt động trách nhiệm xã hội doanh nghiệp nhằm nâng cao niềm tin của nhân viên và cải thiện kết quả công việc, qua đó góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

2.5. Ưu và khuyết điểm của bản luận án:

Ưu điểm:

Luận án có đề tài nghiên cứu phù hợp, cách tiếp cận rõ ràng, bối cảnh nghiên cứu cụ thể và có ý nghĩa thực tiễn. Mô hình nghiên cứu và phương pháp phân tích được lựa chọn phù hợp; kết quả nghiên cứu có giá trị tham khảo cho nghiên cứu và thực tiễn quản trị.

Khuyết điểm:

Phần tổng quan tài liệu còn thiên về mô tả, cần tăng cường tính tổng hợp và phân biện để làm nổi bật hơn khoảng trống nghiên cứu. Phần thảo luận kết quả và hàm ý quản trị chưa thực sự sâu, cần được cụ thể hóa và gắn chặt hơn với các kết quả kiểm định cũng như đặc thù của ngành nghiên cứu. Một số nội dung trình bày còn dài, có thể tiếp tục tinh giản để tăng tính súc tích và hàm lượng học thuật.

2.6. Nội dung luận án đã được công bố trên tạp chí và giá trị của công trình công bố:

Nghiên cứu sinh đã có các công trình khoa học được công bố liên quan trực tiếp đến nội dung luận án. Các công trình này phản ánh quá trình nghiên cứu nghiêm túc, có định hướng rõ ràng và góp phần khẳng định tính độc lập cũng như giá trị khoa học của luận án..

2.7. Đề nghị sửa chữa, bổ sung, yêu cầu giải thích: *(về tên luận án, hình thức trình bày, tổng quan tài liệu, phương pháp nghiên cứu, kết quả và thảo luận, kết luận và đề xuất, tài liệu tham khảo,...)*

Nghiên cứu sinh cần tiếp thu nghiêm túc các ý kiến góp ý của Hội đồng, tập trung vào việc chỉnh sửa các hạn chế về hình thức trình bày; chuẩn hóa trích dẫn và tài liệu tham khảo; làm rõ hơn khoảng trống nghiên cứu trong phần tổng quan tài liệu; bổ sung và đào sâu phần thảo luận kết quả; đồng thời cụ thể hóa các hàm ý quản trị gắn với bối cảnh và đặc thù của ngành nghiên cứu.

3. Kết luận chung: *(khẳng định mức độ đáp ứng các yêu cầu đối với luận án tiến sĩ, chọn 1 trong 2 kết luận)*

Luận án của nghiên cứu sinh **Nguyễn Tấn Phước** đáp ứng được các yêu cầu cơ bản về nội dung khoa học, phương pháp nghiên cứu và đóng góp học thuật của một luận án tiến sĩ ngành Quản trị kinh doanh. Những hạn chế còn tồn tại chủ yếu mang

tính hoàn thiện và có thể khắc phục được thông qua chỉnh sửa theo góp ý của Hội đồng.

- Đạt yêu cầu bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp Trường ☒
- Chưa đạt yêu cầu bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp Trường ☐

Cần Thơ, ngày 15 tháng 01 năm 2026

Người nhận xét

(Ký tên, ghi họ tên)

PGS.TS. Võ Khắc Thường

TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÂY ĐÔ
PHÒNG ĐÀO TẠO SAU ĐẠI HỌC

CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT
NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BẢN NHẬN XÉT LUẬN ÁN TIẾN SĨ CẤP TRƯỜNG

I. Thông tin về người nhận xét:

- Họ và tên: ĐINH PHI HỒ
- Chức danh khoa học: PGS.TS; Năm phong 2006; Học vị Tiến Sĩ (2002)
- Ngành/chuyên ngành: Kinh tế/ QTKD
- Đơn vị công tác: ĐH Phan Thiết
- Trách nhiệm trong Hội đồng: Phản biện 1

II. Thông tin về luận án tiến sĩ:

- Họ và tên NCS: Nguyễn Tấn Phước
- Mã số Ngành: 9340101
- Ngành: Quản trị kinh doanh
- Tên đề tài luận án: Tác động của nhận thức Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại đồng bằng sông Cửu Long.

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. Đào Duy Huân; PGS.TS Nguyễn Thị Phương Thảo.

Sau khi đọc xong bản chính và bản tóm tắt luận án, tôi có một số ý kiến nhận xét sau:

1. Chất lượng phần tổng quan tình hình nghiên cứu và các vấn đề liên quan đến đề tài luận án

- Tác giả làm rõ các khái niệm: Nhận thức Trách nhiệm xã hội, Niềm tin tổ chức, Kết quả công việc của nhân viên, và Danh tiếng.

Cần bổ sung: Đặt điểm DN sản xuất thuốc BVTV.

- Hệ thống hóa được các mô hình lý thuyết liên quan đến cứu bao gồm: Lý thuyết nhận thức trách nhiệm xã hội, Lý thuyết về Trách nhiệm xã hội, Lý thuyết về Danh tiếng tổ chức, Lý thuyết về niềm tin, Lý thuyết các bên liên quan, Lý thuyết bản sắc xã hội, và Lý thuyết trao đổi xã hội.

- Tác giả có tham khảo 7 nghiên cứu thực nghiệm trong nước và 12 nghiên cứu ngoài nước để hình thành mô hình nghiên cứu. Nguồn trích dẫn rõ ràng và tin cậy.

Nhận xét: *Tác giả có nhiều nỗ lực tích cực trong phần tổng quan tình hình nghiên cứu, nguồn trích dẫn đáng tin cậy, cơ sở thuyết phục để ra mô hình nghiên cứu lý thuyết của luận án với 8 giả thuyết (Chương 2).*

Cần ghi nguồn tài liệu cho đúng quy định (Phân biệt sách và bài báo khoa học).

2. Sự cần thiết của đề tài luận án, sự phù hợp của đề tài luận án với chuyên ngành đào tạo

- Nghiên cứu về “Tác động của nhận thức Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại đồng bằng sông Cửu Long” là cần thiết về học thuật khoa học và thực tiễn ở ĐBSCL.

- Nghiên cứu dựa trên các lý thuyết giải thích của quản trị học.

Nhận xét: *Chủ đề nghiên cứu là cần thiết và phù hợp với chuyên ngành Quản trị kinh doanh.*

3. Sự trùng lặp của đề tài luận án so với công trình khoa học khác đã công bố

Đề tài luận án chưa phát hiện trùng lặp về tên, nội dung và phương pháp phương nghiên cứu với các công trình khoa học đã công bố.

4. Sự phù hợp phương pháp nghiên cứu, độ tin cậy của các kết quả đạt được

4.1 Phương pháp nghiên cứu:

Theo từng mục tiêu nghiên cứu, tác giả lựa chọn cách tiếp cận nghiên cứu khác nhau.

Mục tiêu 1 đến 3 tác giả sử dụng phương pháp *phân tích định tính từ tổng hợp các nghiên cứu trước đây để hình thành mô hình nghiên cứu lý thuyết, Qua phương pháp chuyên gia để hoàn thiện mô hình nghiên cứu cho phù hợp với bối cảnh Việt Nam.*

Mục tiêu 4: Tác giả sử dụng phân tích định lượng qua mô hình kinh tế lượng – mô hình SEM và sử dụng dữ liệu sơ cấp với 385 quan sát do tác giả thực hiện..

Tác giả sử dụng phương pháp kết hợp định tính và định lượng qua tham khảo chuyên gia và kết quả nghiên cứu định lượng của tác giả

Kết luận: Phương pháp nghiên cứu phù hợp cho từng mục tiêu và có hàm lượng khoa học cao, làm luận cứ khoa học cho các hàm ý quản trị.

Cần lưu ý:

Dùng thuật ngữ 385 **mẫu** là không chính xác. Mà là 285 *quan sát*.

Làm rõ hơn nữa đối tượng khảo sát (**Nhân viên/ CB quản lý**)

4.2 Độ tin cậy của dữ liệu:

Dữ liệu sử dụng cho phân tích đề tài luận án chủ yếu là dữ liệu sơ cấp, do tác giả thu thập qua phương pháp phỏng vấn trực tiếp. Với kích thước mẫu là 500 quan sát, lấy mẫu phi xác suất.

Cỡ mẫu phù hợp cho mô hình SEM; Phương pháp thu thập dữ liệu rất công phu; Mẫu đảm bảo đại diện cho tổng thể và rất đáng tin cậy dùng cho phân tích.

5. Đóng góp mới có giá trị lý thuyết / thực tiễn

Nghiên cứu đã khám phá được những kết quả sau:

- (1) Có 8 giả thuyết đưa ra ban đầu phù hợp với kết quả định lượng ở ĐBSCL. Đây là kết quả tìm kiếm của tác giả lần đầu tiên ở ĐBSCL.
- (2) Đề nghị 5 hàm ý quản trị có luận cứ khoa học và phù hợp với kết quả của nghiên cứu
- (3) Cung cấp được bộ dữ liệu sơ cấp công phu và đáng tin cậy

- Giá trị lý thuyết

Tác giả hình thành mô hình nghiên cứu: Tác động của nhận thức Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại đồng bằng sông Cửu Long. Đặt biệt phát hiện biến trung gian “Niềm Tin” và biến điều tiết “Danh tiếng”.

- Thực tiễn

Làm sáng tỏ tác động của nhận thức TNXH đến Kết quả làm việc nhân viên. Giúp cho các DN, đặt biệt DNSX Thuốc thực vật quan tâm đến TNXH trong hoạt động SX-KD.

6. Sự liên quan giữa công trình khoa học đã công bố và kết quả chủ yếu của luận án, chất lượng của các bài báo và uy tín của tạp chí đăng bài

Có 4 bài báo khoa học từ kết quả nghiên cứu của luận án. Chất lượng bài báo đảm bảo nằm trong danh sách các tạp chí được tính điểm của HĐCDGSNN với nội dung phù hợp với luận án của tác giả. Đặt biệt có 1 bài công bố trên tạp chí nước ngoài (Scopus Q4)

7. Tính trung thực, minh bạch trong trích dẫn tư liệu

Trích dẫn tư liệu rõ ràng, trung thực minh bạch phù hợp với yêu cầu trích dẫn của Luận án Tiến sĩ ở Việt Nam.

8. Nội dung và hình thức tóm tắt của luận án

Nội dung và hình thức tóm tắt của luận án thể hiện được nội dung cốt lõi của luận án và hình thức đáp ứng theo yêu cầu của luận án tiến sĩ.

9. GÓP Ý CÁC THIẾU SÓT VỀ HÌNH THỨC, NỘI DUNG CỦA LUẬN ÁN MÀ NGHIÊN CỨU SINH CẦN CHỈNH SỬA, BỔ SUNG

Để luận án thể hiện nổi bật kết quả nghiên cứu và hàm lượng khoa học cao, tác giả cần quan tâm giải quyết các vấn đề sau.

Chương 1: Sự cần thiết của đề tài

(1) Chưa làm nổi bật được về sự cần thiết nghiên cứu. Mô tả ngắn gọn hơn nhưng làm nổi bật hơn về về khoản trống nghiên cứu về lý thuyết và nghiên cứu thực nghiệm nhất là ở Việt Nam, và bổ sung thêm tình trạng nhận thức TNXH của các DN SX Thuộc BVTV ở ĐBSCL và chính sách chính phủ quan tâm đến vấn đề này.

Nên bổ sung mục tiêu 5: Hàm ý quản trị ✓

Chương 2: Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

(1) Các nghiên cứu thực nghiệm liên quan nên sắp xếp phân tích theo nội dung mô hình nghiên cứu của luận án trong đó nghiên cứu trong nước, quốc tế bao hàm các nghiên cứu theo thứ tự thời gian. Điều này sẽ làm rõ mô hình nghiên cứu có luận cứ và khoảng trống nghiên cứu.

Hầu như những tham khảo thực nghiệm nước ngoài đều trước năm 2022. Cần bổ sung cập nhật thêm của những năm gần đây (2023-2024).

Chương 3: Thiết kế nghiên cứu

Cần bổ sung thêm;

(1) Làm rõ Phương pháp định lượng mô hình SEM

- Cách tiếp cận: CB-SEM / PLS-SEM?

- Sử dụng: AMOS / SMART-PLS?

(2) Bổ sung thêm phương pháp kiểm định thông kê về đánh giá sự khác biệt.

Chương 4: Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Kết quả nghiên cứu định lượng chính thức

- Bổ sung vị trí tác động tác động từng yếu tố

- Đánh giá của người lao động với các thang đo chính

Đây là cơ sở khoa học và giá trị của Luận án để hình thành các hàm ý quản trị.

Chương 5: Kết luận và hàm ý quản trị

5.1 Hàm ý quản trị

- Hàm ý quản trị theo kết quả nghiên cứu và theo thứ tự ưu tiên
- Hàm ý khác

Những vấn đề khác - *Kiểm tra: Đã đến DN x thuộc BVTV; Còn chưa thống nhất các trích dẫn (TLTK) - khẩu ngữ 385 ngươi (quan sát)*

Đối với tài liệu là sách / Đối với tài liệu là BBKH trên các tạp chí.

- Đánh giá độ tin cậy bằng “Crobach ‘s Alpha”. Nên “Đánh giá độ tin cậy bằng Kiểm định Crobach”.
- Kiểm tra phân phối chuẩn của cá dữ liệu biến trong mô hình nghiên cứu.
- Cần làm rõ mô hình lý thuyết nghiên cứu.
- + Mỗi quan hệ chính là TNXH – Niềm Tin - Kết quả làm việc, cần tập trung xuyên suốt môi qua hệ này. Hơn nữa, biến điều tiết Danh tiếng tổ chức.
- + Mỗi quan hệ phụ là Niềm tin – kết quả định hướng – Hành vi cá nhân công dân – Hành vi tổ chức.

10. Kết luận: Mức độ đáp ứng yêu cầu của luận án tiến sĩ. Khẳng định luận án có thể đưa ra bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp trường hay không?

Luận án đáp ứng yêu cầu cả về hình thức và nội dung, đảm bảo hàm lượng khoa học của một luận án Tiến sĩ.

Luận án được đưa ra bảo vệ trước Hội đồng danh giá luận án cấp Trường

Ngày 15 tháng 01 năm 2026

Người nhận xét

(Ký và ghi rõ họ tên)



PGS.TS ĐINH PHI HỒ

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BẢN NHẬN XÉT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

(Dùng cho phản biện và thành viên Hội đồng đánh giá luận án cấp trường)

Thông tin về người nhận xét:

Họ và tên: Phước Minh Hiệp

Chức danh: PGS. Năm phong: 2002 Học vị: TS

Chuyên ngành: Kinh doanh quản lý

Cơ quan công tác: Khoa Kinh tế - Quản trị, Trường Đại học Quốc tế Hồng Bàng.

Thông tin về luận án tiến sĩ:

Tên luận án: **Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại đồng bằng sông Cửu Long.**

Ngành: **Quản trị kinh doanh**

Mã ngành: **9340101**

Họ tên nghiên cứu sinh: **NGUYỄN TẤN PHƯỚC**

Mã số nghiên cứu sinh: **219030004**

Khóa, đợt: **1**

Người hướng dẫn nghiên cứu sinh:

PGS.TS Đào Duy Huân

PGS.TS Nguyễn Thị Phương Thảo

Ý KIẾN NHẬN XÉT

1. Hình thức luận án

- Luận án trình bày theo quy định, các bảng và hình đều có nguồn trích dẫn rõ ràng.
- Luận án có kết cấu 5 chương theo hướng định lượng là phù hợp. Luận án trình bày với 202 trang là hơi dài, với chương 1: 11 trang, chương 2: 87 trang, chương 3: 44 trang, chương 4: 49 trang và chương 5: 15 trang.
- Luận án vẫn còn lỗi chính tả và lỗi câu chữ.

2. Nội dung luận án

2.1. Tính cần thiết, ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận án:

- Tác giả đã trình bày được bối cảnh thực tiễn và bối cảnh lý thuyết để thấy được sự cần thiết của đề tài.

- Đề tài có ý nghĩa về mặt khoa học và thực tiễn đối với các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật trong giai đoạn hiện ở khu vực đồng bằng sông Cửu Long. Đặc điểm của các doanh nghiệp lĩnh vực sản xuất thuốc bảo vệ thực vật có tác động lớn đến môi trường? Như vậy việc thực hiện trách nhiệm xã hội (CSR) của doanh nghiệp không chỉ là yêu cầu đạo đức mà còn là chiến lược sống còn của doanh nghiệp trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt. Nếu doanh nghiệp thực hiện tốt CSR có khả năng bảo vệ sức khoẻ con người, tăng cường liên kết cộng đồng, tăng khả năng cạnh tranh, đảm bảo quyền lợi của người lao động và nâng cao kết quả công việc của người lao động.

2.2. Sự phù hợp của đề tài nghiên cứu và độ tin cậy:

Tên và nội dung luận án phù hợp với chuyên ngành nghiên cứu và mã số chuyên ngành Quản trị kinh doanh.

2.3. Sự trùng lặp của đề tài nghiên cứu *(nếu NCS có sử dụng kết quả từ các nghiên cứu trước khi thực hiện luận án thì cho ý kiến nhận xét về tính hợp lý và khối lượng so với nội dung toàn luận án)*

Luận án có nội dung không trùng lặp với các luận án và công trình nghiên cứu đã công bố trước đó.

2.4. Những đóng góp mới của luận án:

2.4.1 Về mặt học thuật:

- Nghiên cứu đã xác nhận và mở rộng lý thuyết trách nhiệm xã hội (CSR) và kết quả công việc vào các doanh nghiệp bảo vệ thực vật.

- Nghiên cứu cũng trình bày được ảnh hưởng của nhận thức trách nhiệm xã hội và CSR đến kết quả công việc của nhân viên.

2.4.2 Về mặt thực tiễn

- Kết quả nghiên cứu là tài liệu tham khảo quý cho các nhà quản lý trong lĩnh vực ngành sản xuất bảo vệ thực vật.

- Luận án tài liệu tham khảo cho các học viên cao học và nghiên cứu sinh ngành Quản trị kinh doanh.

2.5. Ưu và khuyết điểm của bản luận án:

2.5.1. Ưu điểm:

Luận án đã trình bày được 4 mục tiêu cụ thể và 4 câu hỏi nghiên cứu.

Luận án đã tổng quan được một số công trình nghiên cứu có liên quan.

Luận án có kết cấu 5 chương theo hướng nghiên cứu định lượng là phù hợp.

Luận án áp dụng phương pháp nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng; Đồng thời, tập trung vào phương pháp nghiên cứu định lượng là phù hợp với hướng nghiên cứu của đề tài.

Tác giả đã tiến hành khảo sát thu về được 402 bảng câu hỏi, trong đó có 385 bảng câu hỏi hợp lệ; Trên cơ sở đó tác giả tiến hành kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, phân tích nhân tố khẳng định CFA và kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính SEM, tác giả kiểm định vai trò trung gian của Danh tiếng tổ chức để đo lường mức độ ảnh hưởng của các nhân tố và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu. Tiếp theo, tác giả thảo luận kết quả nghiên cứu.

Luận án đã trình bày được 4 hàm ý quản trị.

2.5.2 Khuyết điểm

- Luận án chưa trình bày mục tiêu tổng quát.
- Phần tổng quan các nghiên cứu có liên quan tác giả nên trình bày theo vấn đề nghiên cứu.
- Tác giả cần trình bày rõ hơn khoảng trống và điểm mới của đề tài luận án.
- Tác giả cần biện luận kỹ hơn các giả thuyết nghiên cứu; Đồng thời, các giả thuyết nghiên cứu phải gắn với tổng quan các nghiên cứu có liên quan.
- Tác giả nên nhập mục 4.6 và mục 4.8 thành một mục là thảo luận kết quả nghiên cứu và trình bày sau cùng của chương 4.
- Các hàm ý quản trị cần gắn kết tốt hơn với kết quả định lượng.

2.6. Nội dung luận án đã được công bố trên tạp chí và giá trị của công trình công bố:

Tác giả có 2 bài báo tiếng Anh đăng trên tạp chí nước ngoài, trong đó có 1 bài Q4 và 1 bài trên Tạp chí có chỉ số ISSN, 1 bài tham luận Hội thảo Quốc tế và 1 bài tiếng Việt đăng trên Tạp chí Công Thương. Các tạp chí này có trong danh mục tính điểm của Hội đồng chức danh giáo sư cấp Nhà nước. Tuy nhiên, 1 bài đăng trên Tạp chí Công thương, Tạp chí này chỉ có 0,5 điểm nên không được tính vào công trình được chấp nhận tính điểm cho NCS.

Bản tóm tắt tiếng Việt 37 trang, tiếng Anh 42 trang, nội dung của các bản tóm tắt luận án có nội dung nhất quán với nội dung của bản chính luận án. Tuy nhiên các bản tóm tắt luận án như vậy là khá dài.

2.7. Đề nghị sửa chữa, bổ sung, yêu cầu giải thích: *(về tên luận án, hình thức trình bày, tổng quan tài liệu, phương pháp nghiên cứu, kết quả và thảo luận, kết luận và đề xuất, tài liệu tham khảo,...)*

- Khi tổng quan các nghiên cứu có liên quan tác giả nên trình bày rõ hơn theo vấn đề nghiên cứu, bao gồm nghiên cứu nước ngoài và nghiên cứu trong nước. Khi phân tích, đánh giá các nghiên cứu có liên quan cần trình bày rõ hơn các hạn chế của những nghiên cứu trước để có cơ sở rút ra khoảng trống nghiên cứu.
- Khi trình bày các giả thuyết nghiên cứu cần gắn kết với cơ sở lý thuyết và tổng quan các nghiên cứu có liên quan trước đó.
- Tác giả cần trình bày kỹ hơn quá trình xây dựng thang đo, đặc biệt phần bổ sung thang đo thông qua nghiên cứu định tính để thấy rõ hơn đâu là thang đo kế thừa, đâu là thang đo mới từ nghiên cứu định tính. Trong đề tài luận án, tất cả thang đo đều kế thừa thì đâu là thang đo mới, đâu là điểm mới của đề tài luận án?
- Tác giả cần xác định rõ biến trung gian OT là trung gian từng phần (một phần) hay trung gian toàn phần.
- Tác giả nên bổ sung phân tích bất biến và phân tích khả biến để kiểm định các yếu tố nhân khẩu học (giới tính, tình trạng hôn nhân, vị trí việc làm, độ tuổi, trình độ và thu nhập), nếu có sự khác biệt thì cần có hàm ý quản trị cho trường hợp khác biệt.
- Tác giả viết các hàm ý quản trị phải gắn kết với kết quả định lượng, đặc biệt là gắn với các giả thuyết được chấp nhận (ở bảng 4.14, trang 176) và phần thảo luận kết quả nghiên cứu. Thông thường ở chương 4 có bao nhiêu giả thuyết được chấp nhận thì tác giả sẽ

trình bày bấy nhiêu hàm ý quản trị. Đồng thời, tác giả cũng nên dựa vào giá trị trung bình và độ lệch chuẩn của các thang đo để viết sâu hơn các hàm ý quản trị.

- Luận án 202 là khá dài, đặc biệt chương 2, với 87 trang là khá dài, tác giả nên viết gọn và một số nội dung có thể chuyển xuống phần phụ lục.

- Tác giả cần phân biệt sự khác nhau giữa mẫu và bảng khảo sát (phiếu): Trong phần nghiên cứu sơ bộ chỉ có 1 mẫu nhưng tác giả khảo sát 100 phiếu, khi khảo sát chính thức cũng chỉ có 1 mẫu khảo sát nhưng tác giả khảo sát 385 bảng khảo sát.

3. Kết luận chung: (khẳng định mức độ đáp ứng các yêu cầu đối với luận án tiến sĩ, chọn 1 trong 2 kết luận)

- Đạt yêu cầu bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp Trường ☒
- Chưa đạt yêu cầu bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp Trường ☐

TP.HCM, ngày 14 tháng 01 năm 2026

Người nhận xét

(Ký tên, ghi họ tên)



Phươc Minh Hiệp

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BẢN NHẬN XÉT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

(Dùng cho phản biện và thành viên Hội đồng đánh giá luận án cấp trường)

Thông tin về người nhận xét:

Họ và tên: Lê Nguyễn Đoan Khôi

Chức danh: Phó giáo sư Năm phong: 2015

Học vị: Tiến sĩ

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Cơ quan công tác: Đại học Cần Thơ

Thông tin về luận án tiến sĩ:

Tên luận án: Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long.

Ngành: Quản trị kinh doanh

Mã ngành: 9340101

Họ tên nghiên cứu sinh: Nguyễn Tấn Phước

Mã số nghiên cứu sinh: 219030004

Khóa, đợt: 1

Người hướng dẫn nghiên cứu sinh:

PGS.TS. Đào Duy Huân, Trường Đại học Tây Đô

PGS.TS. Nguyễn Thị Phương Thảo, Trường Đại học Đà Lạt

Ý KIẾN NHẬN XÉT

1. Hình thức luận án

Luận án được trình bày tuân thủ quy định của một công trình nghiên cứu cấp Tiến sĩ. Kết cấu luận án gồm 5 chương (Giới thiệu, Cơ sở lý thuyết, Phương pháp, Kết quả, Kết luận) là hợp lý và chuẩn mực.

Hệ thống các danh mục bảng biểu, hình ảnh, từ viết tắt được trình bày rõ ràng. Các phụ lục (bảng câu hỏi, danh sách chuyên gia, kết quả xử lý) đầy đủ, minh chứng cho quá trình nghiên cứu nghiêm túc.

Tuy nhiên, NCS cần rà soát lại lỗi chính tả và format (ví dụ: tại trích đoạn có lỗi lặp từ "phá phá EF", "Cronbach's lpha"). Cần thống nhất cách trình bày trích dẫn tài liệu tham khảo theo một chuẩn nhất định (APA hoặc Harvard) để đảm bảo tính chuyên nghiệp.

2. Nội dung luận án

2.1. Tính cần thiết, ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận án:

• **Tính cần thiết:** Đề tài có tính thời sự cao. Ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật (BVTV) là ngành nhạy cảm, chịu áp lực lớn từ dư luận và yêu cầu phát triển bền vững. Việc nghiên cứu CSR (Trách nhiệm xã hội) trong ngành này tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) – vựa lúa của cả nước – là rất cấp thiết.

• **Ý nghĩa khoa học:** Luận án góp phần làm sáng tỏ cơ chế "hộp đen" trong tâm lý nhân viên thông qua biến trung gian là "Niềm tin tổ chức" (Organizational Trust - OT) và biến điều tiết "Danh tiếng tổ chức" (OR). Đây là hướng tiếp cận vi mô (micro-foundations of CSR) đang là xu hướng nghiên cứu hiện đại, chuyển từ việc chỉ nhìn nhận CSR ở cấp độ tổ chức sang cấp độ nhận thức cá nhân (PCSR).

- Ý nghĩa thực tiễn: Kết quả nghiên cứu cung cấp cơ sở cho các nhà quản trị doanh nghiệp thuộc BVTV tại ĐBSCL xây dựng chiến lược nhân sự và phát triển bền vững, biến CSR thành công cụ tạo động lực nội tại cho nhân viên chứ không chỉ là hoạt động đối ngoại

2.2. Sự phù hợp của đề tài nghiên cứu và độ tin cậy:

- Sự phù hợp: Tên đề tài phù hợp với mã ngành Quản trị kinh doanh (9340101). Mô hình nghiên cứu giải quyết tốt câu hỏi nghiên cứu đặt ra về mối quan hệ giữa PCSR, Niềm tin và Kết quả công việc.

- Độ tin cậy:

- Quy trình nghiên cứu chặt chẽ, kết hợp định tính (phỏng vấn sâu, thảo luận nhóm) và định lượng (n=385).

- Cỡ mẫu 385 quan sát là phù hợp và vượt chuẩn yêu cầu đối với các mô hình phân tích SEM (Hair et al., 2010).

- Các thang đo được kế thừa từ các nghiên cứu uy tín (Turker, 2009; Agarwal et al., 2018;...) và được kiểm định sơ bộ (Cronbach's Alpha, EFA) cho thấy độ tin cậy cao

2.3. Sự trùng lặp của đề tài nghiên cứu (nếu NCS có sử dụng kết quả từ các nghiên cứu trước khi thực hiện luận án thì cho ý kiến nhận xét về tính hợp lý và khối lượng so với nội dung toàn luận án)

- Nhận xét: NCS đã thực hiện tổng quan tài liệu khá công phu, bao gồm các nghiên cứu trong và ngoài nước (He et al., 2019; Tourigny et al., 2019; Nguyễn Thị Ngọc Phương, 2019).

- Đánh giá: Không phát hiện sự trùng lặp nghiêm trọng. NCS đã chỉ ra được "khoảng trống nghiên cứu" (Research Gap) rõ ràng:

- Hầu hết các nghiên cứu trước đây tập trung vào CSR khách quan, ít nghiên cứu về Nhận thức CSR (PCSR) trong ngành thuộc BVTV tại Việt Nam.

- Luận án phân tách rõ ràng Hành vi công dân tổ chức thành hai khía cạnh: Hướng đến cá nhân (OCB-I) và Hướng đến tổ chức (OCB-O), điều mà ít nghiên cứu trước đó thực hiện đồng thời trong cùng một mô hình với PCSR.

- Mô hình có sự kết hợp của biến điều tiết "Danh tiếng tổ chức", tạo nên sự khác biệt so với các mô hình chỉ dừng lại ở tác động trung gian

2.4. Những đóng góp mới của luận án:

Về lý thuyết: Khẳng định vai trò trung gian quan trọng của "Niềm tin tổ chức" trong việc chuyển hóa nhận thức CSR thành kết quả công việc (IRTP và OCB). Chứng minh rằng PCSR có tác động trực tiếp mạnh mẽ đến hành vi OCB (đặc biệt là OCB-O và OCB-I).

Về thang đo: Phát triển và hiệu chỉnh bộ thang đo PCSR và các biến liên quan phù hợp với bối cảnh văn hóa và đặc thù ngành thuộc BVTV tại Việt Nam.

Về thực tiễn: Chỉ ra rằng đối với nhân viên ngành này, trách nhiệm với khách hàng (PCSR_C) và nhân viên (PCSR_B) là yếu tố tác động mạnh nhất đến niềm tin, gợi ý trọng tâm cho chiến lược quản trị

2.5. Ưu và khuyết điểm của bản luận án:

Ưu điểm:

- Phương pháp nghiên cứu hỗn hợp (Mixed-methods) được thực hiện bài bản.
- Kỹ thuật phân tích dữ liệu hiện đại (SEM, Bootstrap) đảm bảo độ tin cậy.
- Lập luận logic, các giả thuyết được biện luận dựa trên nền tảng lý thuyết vững chắc (Lý thuyết các bên liên quan, Bản sắc xã hội, Trao đổi xã hội).

Khuyết điểm

- Phạm vi khảo sát chỉ tập trung tại ĐBSCL, điều này làm hạn chế khả năng khái quát hóa kết quả cho toàn bộ ngành thuộc BVTV tại Việt Nam.

- Biến quan sát EWR8 bị loại trong quá trình phân tích định lượng (như trình bày ở phụ lục và kết quả EFA), NCS cần giải thích rõ hơn về lý do nội dung của biến này không phù hợp trong bối cảnh nghiên cứu

2.6. Nội dung luận án đã được công bố trên tạp chí và giá trị của công trình công bố:

Nội dung luận án được công bố ở 4 bài báo khoa học có liên quan

- 1) Quantitative study on the impact of perceived corporate social responsibility on employee performance at plant protection companies in the Mekong Delta, Vietnam
- Vol. 8, No. 6, 2354-2368
- ISSN-E: 2576-8484
- DOI: <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2481>
- Trích dẫn APA

Phước, N. T., Huân, Đ. D., & Thảo, N. T. P. (2024). Quantitative study on the impact of perceived corporate social responsibility on employee performance at plant protection companies in the Mekong Delta, Vietnam. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 2354-2368. [Doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2481](https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2481)

- 2) Impact Of Corporate Social Responsibility Awareness, The Intermediate Role of Organizational Trust on Employee Work Performance: A Study at Pesticide Production Enterprises in The Mekong Delta

- Vol. 5 No. 12 (2024)
- ISSN-E: 2633-3538
- DOI: <https://doi.org/10.61707/kdhtf773>
- Trích dẫn APA

Phước, N. T., Huân, Đ. D., & Thảo, N. T. P. (2024). Impact Of Corporate Social Responsibility Awareness, The Intermediate Role of Organizational Trust on Employee Work Performance: A Study at Pesticide Production Enterprises in The Mekong Delta. *International Journal of Religion*, 5(12), 619-642. DOI: <https://doi.org/10.61707/kdhtf773>

- 3) The Impact of Corporate Social Responsibility on Citizenship Behavior Through the Mediating Effect of Organizational Trust: Research at Mekong Delta Enterprises – Vietnam
- Trích dẫn APA

Phuoc, N. T., & Huan, D. D. (2024.). 7.1 ICDI 2024-SSDG - The 7.1 International Conference on Digital Innovation - Sustainability Through the Lens of SDG. Retrieved November 25, 2024, from Confbay.com website: <https://submit.confbay.com/conf/icdi2024sesg>

- 4) Thử nghiệm định lượng (pilot test) tác động nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến kết quả công việc nhân viên: Nghiên cứu tại các DN sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long

- Số 20 T9/2024:
- ISSN 0866 - 7756
- Trích dẫn APA

Tấn Phước, N., Huân Duy.D., Thảo Phương.T. N. (2024). Thử nghiệm định lượng (pilot test) tác động PCSR đến EWR: Nghiên cứu tại các DN sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng SCL. Tạp chí Công Thương website: <https://tapchicongthuong.vn/thu-nghiem-dinh-luong--pilot-test--tac-dong-nhan-thuc-trach-nhiem-xa-hoi-cua-doanh-nghiep-den-ket-qua-cong-viec-nhan-vien--nghien-cuu-tai-cac-dn-san-xuat-thuoc-bao-ve-thuc-vat-tai-dong-bang-scl-128565.htm>

2.7. Đề nghị sửa chữa, bổ sung, yêu cầu giải thích: (về tên luận án, hình thức trình bày, tổng quan tài liệu, phương pháp nghiên cứu, kết quả và thảo luận, kết luận và đề xuất, tài liệu tham khảo, ...)

Để luận án hoàn thiện hơn, đề nghị NCS thực hiện các nội dung sau:

1. Về tên luận án: Tên đề tài hiện tại khá dài. Cần nhắc rút gọn nhưng vẫn đảm bảo đủ ý, ví dụ: *"Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội đến kết quả công việc: Vai trò của niềm tin tổ chức trong doanh nghiệp thuộc bảo vệ thực vật tại ĐBSCL"*. (Đây là gợi ý, không bắt buộc nếu tên hiện tại đã được duyệt chính thức).

2. Tổng quan tài liệu: Cần cập nhật thêm các nghiên cứu mới nhất (giai đoạn 2021-2025) để tăng tính thời sự, đặc biệt là các nghiên cứu về CSR trong bối cảnh hậu COVID-19 hoặc bối cảnh kinh tế biến động, vì dữ liệu thứ cấp có lấy giai đoạn 2021-2023.

3. Phương pháp nghiên cứu:

- Giải thích rõ hơn quy trình loại bỏ biến quan sát EWR8 ("Nhân viên trong công ty này có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc"). Tại sao biến này lại có hệ số tương quan biến tổng thấp? Có phải do cách diễn đạt "mọi lĩnh vực" quá rộng gây khó khăn cho người trả lời?

- Làm rõ hơn về quy trình chọn mẫu thuận tiện/phi xác suất (nếu có) và các biện pháp kiểm soát sai lệch mẫu.

4. Kết quả và thảo luận:

- Bổ sung thảo luận sâu hơn về sự khác biệt trong tác động của PCSR đến OCB-I (hướng đến cá nhân) và OCB-O (hướng đến tổ chức). Tại sao hệ số tác động lại xấp xỉ nhau (0.606 vs 0.602)? Điều này phản ánh điều gì về văn hóa làm việc tại ĐBSCL?

- Làm rõ hơn vai trò điều tiết của Danh tiếng tổ chức (OR). Biểu đồ tương tác cho thấy khi OR cao, tác động của PCSR lên OT mạnh hơn. NCS cần đưa ra hàm ý quản trị cụ thể cho việc này: Doanh nghiệp cần xây dựng danh tiếng như thế nào để tối ưu hóa nỗ lực CSR?

5. Kết luận và hàm ý quản trị:

- Các hàm ý quản trị cần cụ thể hơn cho ngành thuốc BVTV. Ví dụ: CSR với môi trường trong ngành này cụ thể là làm gì? (Thu gom bao bì, hướng dẫn nông dân...). Hiện tại các hàm ý còn hơi mang tính lý thuyết chung.

6. Tài liệu tham khảo: Rà soát và chuẩn hóa format trích dẫn đồng bộ

3. Kết luận chung: (khẳng định mức độ đáp ứng các yêu cầu đối với luận án tiến sĩ, chọn 1 trong 2 kết luận)

Luận án có chất lượng tốt, thể hiện nỗ lực nghiên cứu nghiêm túc của NCS. Đề tài có ý nghĩa khoa học và thực tiễn rõ ràng. Tôi đồng ý để NCS báo cáo trước HĐ đánh giá luận án cấp Trường.

- Đạt yêu cầu bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp Trường ☒
- Chưa đạt yêu cầu bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp Trường ☐

Cần Thơ, ngày...14...tháng...01...năm 2026

Người nhận xét
(Ký tên, ghi họ tên)



LÊ NGUYỄN ĐOÀN KHÔI

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BẢN NHẬN XÉT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

(Dùng cho phản biện và thành viên Hội đồng đánh giá luận án cấp trường)

Thông tin về người nhận xét:

Họ và tên: **BÙI VĂN TRINH**

Chức danh: Phó Giáo sư Năm phong: 2012 Học vị: Tiến sĩ

Chuyên ngành: Kinh tế

Cơ quan công tác: Trường Đại học Cửu Long

Thông tin về luận án tiến sĩ:

Tên luận án: **Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long.**

Ngành: **Quản trị kinh doanh**

Mã ngành: **9340101**

Họ tên nghiên cứu sinh: **Nguyễn Tấn Phước**

Mã số nghiên cứu sinh: **219030004**

Khóa, đợt: **1**

Người hướng dẫn nghiên cứu sinh:

PGS.TS. Đào Duy Huân, Trường Đại học Tây Đô

PGS.TS. Nguyễn Thị Phương Thảo, Trường Đại học Đà Lạt

Ý KIẾN NHẬN XÉT

1. Hình thức luận án

Luận án được trình bày đúng quy định về hình thức đối với luận án tiến sĩ; bố cục logic, rõ ràng; bảng biểu, hình vẽ phong phú và được đánh số, chú thích đầy đủ. Ngôn ngữ khoa học tương đối chuẩn mực, tuy còn một số lỗi nhỏ về diễn đạt và trình bày cần được rà soát, chỉnh sửa.

2. Nội dung luận án

2.1 Tính cần thiết, ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận án:

Đề tài có tính thời sự và cần thiết, góp phần làm rõ cơ chế tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) đến kết quả công việc của nhân viên trong bối cảnh ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật – lĩnh vực nhạy cảm về môi trường và xã hội. Kết quả nghiên cứu có ý nghĩa cả về mặt học thuật và thực tiễn quản trị.

2.2. Sự phù hợp của đề tài nghiên cứu và độ tin cậy:

Đề tài phù hợp với chuyên ngành Quản trị kinh doanh. Phương pháp nghiên cứu được lựa chọn hợp lý, kết hợp định tính và định lượng; cỡ mẫu và các kỹ thuật phân tích (EFA, CFA, SEM) đảm bảo độ tin cậy của kết quả.

2.3. Sự trùng lặp của đề tài nghiên cứu (*nếu NCS có sử dụng kết quả từ các nghiên cứu trước khi thực hiện luận án thì cho ý kiến nhận xét về tính hợp lý và khối lượng so với nội dung toàn luận án*)

Luận án có kế thừa các nghiên cứu trước nhưng không trùng lặp. Việc sử dụng kết quả nghiên cứu trước đây được thực hiện hợp lý, có chọn lọc và chỉ đóng vai trò nền tảng cho việc phát triển mô hình và giả thuyết mới.

2.4. Những đóng góp mới của luận án:

Luận án làm rõ vai trò trung gian của niềm tin tổ chức và vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức trong mối quan hệ PCSR – kết quả công việc của nhân viên; phát triển và kiểm định hệ thống thang đo phù hợp với bối cảnh ngành tại Việt Nam.

2.5. Ưu và khuyết điểm của bản luận án:

Ưu điểm: cơ sở lý thuyết vững chắc, mô hình nghiên cứu rõ ràng, dữ liệu thực nghiệm đáng tin cậy.

Hạn chế: phạm vi khảo sát còn giới hạn về không gian; phần thảo luận và hàm ý quản trị có thể cô đọng hơn.

2.6. Nội dung luận án đã được công bố trên tạp chí và giá trị của công trình công bố:

Nội dung luận án đã được công bố trên các tạp chí khoa học, phản ánh đúng và trung thực kết quả nghiên cứu; các công trình công bố có giá trị học thuật và thực tiễn.

2.7. Đề nghị sửa chữa, bổ sung, yêu cầu giải thích: (*về tên luận án, hình thức trình bày, tổng quan tài liệu, phương pháp nghiên cứu, kết quả và thảo luận, kết luận và đề xuất, tài liệu tham khảo, ...*)

Đề nghị NCS rà soát lại một số lỗi diễn đạt, thống nhất thuật ngữ, chỉnh sửa hình thức trình bày; bổ sung làm rõ hơn phần thảo luận kết quả và liên hệ thực tiễn quản trị.

Cụ thể như sau:

2.7.1 Về hình thức

Đề nghị NCS rà soát, chỉnh sửa một số lỗi nhỏ về trình bày như căn lề, giãn dòng, đánh số bảng, hình và phụ lục để bảo đảm tính thống nhất trong toàn bộ luận án. Cần kiểm tra lại cách trích dẫn, chú thích bảng biểu và hình vẽ, bảo đảm tuân thủ đúng quy định hiện hành về hình thức luận án tiến sĩ.

2.7.2 Về văn phong

Đề nghị NCS biên tập lại một số đoạn còn dài, trùng lặp ý hoặc diễn đạt chưa thật sự súc tích; thống nhất cách dùng thuật ngữ chuyên môn (đặc biệt đối với các khái niệm như PCSR, CSR, kết quả công việc, hành vi công dân tổ chức...) nhằm bảo đảm tính chặt chẽ, mạch lạc và chuẩn mực của văn phong khoa học.

2.7.3 Về nội dung

Đề nghị NCS làm rõ hơn phần thảo luận kết quả nghiên cứu, đặc biệt là việc so sánh và lý giải sự tương đồng, khác biệt giữa kết quả của luận án với các nghiên cứu trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, cần tăng cường liên hệ thực tiễn quản trị, làm nổi bật hơn giá trị

ứng dụng của các phát hiện nghiên cứu đối với các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại đồng bằng sông Cửu Long.

Cụ thể tập trung vào các nội dung sau:

- Tại Chương 4 – Mục 4.6 “Thảo luận kết quả nghiên cứu” (trang khoảng 172–177):

Cần bổ sung phân tích sâu hơn việc so sánh và lý giải sự tương đồng, khác biệt giữa kết quả nghiên cứu của luận án với các nghiên cứu trong và ngoài nước đã được lược khảo ở Chương 2, đặc biệt đối với các mối quan hệ: PCSR – niềm tin tổ chức, PCSR – kết quả công việc và vai trò trung gian của niềm tin tổ chức.

- Tại Mục 4.8 “So sánh kết quả với các nghiên cứu trước” (trang khoảng 177–184):

Đề nghị NCS làm rõ hơn nguyên nhân của những khác biệt về kết quả nghiên cứu (bối cảnh ngành, đặc thù vùng Đồng bằng sông Cửu Long, đặc điểm mẫu khảo sát), thay vì chủ yếu dừng lại ở việc mô tả sự khác biệt.

- Tại Chương 5 – Mục 5.2 “Hàm ý quản trị” (trang khoảng 190–196):

Cần tăng cường liên hệ thực tiễn quản trị, làm rõ hơn cách thức vận dụng các kết quả nghiên cứu (PCSR, niềm tin tổ chức, hành vi công dân tổ chức, kết quả định hướng nhiệm vụ) vào hoạt động quản trị nhân sự và chiến lược CSR của các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long.

Việc bổ sung và làm rõ các nội dung trên sẽ giúp luận án nâng cao chiều sâu khoa học, đồng thời làm nổi bật hơn giá trị ứng dụng thực tiễn của các phát hiện nghiên cứu.

3. Kết luận chung: *(khẳng định mức độ đáp ứng các yêu cầu đối với luận án tiến sĩ, chọn 1 trong 2 kết luận)*

- Đạt yêu cầu bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp Trường ☒
- Chưa đạt yêu cầu bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp Trường ☐

Cần Thơ, ngày 15 tháng 01 năm 2026

Người nhận xét
(Ký tên, ghi họ tên)



PGS., TS. Bùi Văn Trịnh

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BẢN NHẬN XÉT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

(Dùng cho phản biện và thành viên Hội đồng đánh giá luận án cấp trường)

Thông tin về người nhận xét:

Họ và tên: Cảnh Chí Hoàng

Chức danh: Phó giáo sư Năm phong: 2024 Học vị: Tiến sĩ

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Cơ quan công tác: Trường Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh

Thông tin về luận án tiến sĩ:

Tên luận án: **Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long**

Ngành: **Quản trị kinh doanh**

Mã ngành: **9340101**

Họ tên nghiên cứu sinh: **Nguyễn Tấn Phước**

Mã số nghiên cứu sinh: **219030003**

Khóa: **01**

Người hướng dẫn nghiên cứu sinh:

PGS.TS. Đào Duy Huân

PGS.TS. Nguyễn Thị Phương Thảo

Ý KIẾN NHẬN XÉT

1. Hình thức luận án

Hình thức cơ bản đáp ứng đúng quy định của cơ sở đào tạo. Tuy nhiên, NCS cần rà soát lỗi chế bản, lỗi format trong toàn luận án trước khi nộp thư viện.

2. Nội dung luận án

2.1. Tính cần thiết, ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận án:

Trong bối cảnh yêu cầu phát triển bền vững trở thành xu thế tất yếu, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) không chỉ là một chuẩn mực đạo đức mà còn là yếu tố chiến lược giúp doanh nghiệp nâng cao uy tín, thu hút nhân tài và cải thiện hiệu quả hoạt

động. Ở Việt Nam hiện nay, phần lớn các nghiên cứu về CSR mới tập trung vào tác động đối với khách hàng, cộng đồng hoặc kết quả kinh doanh, trong khi ảnh hưởng của nhận thức CSR đến kết quả công việc của nhân viên vẫn chưa được khai thác đầy đủ. Đặc biệt, vai trò của niềm tin tổ chức như một cơ chế tâm lý trung gian giúp giải thích cách CSR tác động đến hành vi và hiệu suất của nhân viên vẫn còn thiếu vắng trong các nghiên cứu thực nghiệm tại bối cảnh doanh nghiệp Việt Nam. Do vậy, đề tài là cần thiết.

Đồng bằng Sông Cửu Long là vùng nông nghiệp trọng điểm của Việt Nam, nơi sử dụng lượng lớn thuốc bảo vệ thực vật. Các doanh nghiệp trong ngành này thường đối mặt với sự giám sát chặt chẽ của xã hội và yêu cầu minh bạch cao. Đề tài bổ sung bằng chứng thực nghiệm về tác động của nhận thức CSR đến kết quả công việc của nhân viên tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long. Kết quả nghiên cứu của đề tài giúp cho các nhà quản trị doanh nghiệp hiểu rõ hơn tầm quan trọng của CSR đối với nhân viên, từ đó xây dựng chiến lược CSR phù hợp, không chỉ nhằm tuân thủ quy định mà còn nâng cao sự gắn kết và hiệu suất lao động. Do vậy đề tài có ý nghĩa khoa học và ý nghĩa thực tiễn cao.

2.2. Sự phù hợp của đề tài nghiên cứu và độ tin cậy:

- Tên đề tài phù hợp với nội dung và phù hợp với mã chuyên ngành đào tạo Quản trị kinh doanh, mã số 9340101.
- Luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp là phù hợp với mục tiêu nghiên cứu. Thông qua luận án, người nhận xét đánh giá NCS nắm vững quy trình và phương pháp nghiên cứu, vận dụng thực hiện đề tài tuân tự từ phỏng vấn chuyên gia, thảo luận nhóm để điều chỉnh thang đo; khảo sát sơ bộ và khảo sát chính thức với cỡ mẫu lớn. Dữ liệu khảo sát là phong phú và đáng tin cậy. Phương pháp xử lý hiện đại.

2.3. Sự trùng lặp của đề tài nghiên cứu *(nếu NCS có sử dụng kết quả từ các nghiên cứu trước khi thực hiện luận án thì cho ý kiến nhận xét về tính hợp lý và khối lượng so với nội dung toàn luận án)*

Đề tài không trùng lặp với các nghiên cứu trước mà người nhận xét được đọc. Kết quả kiểm tra trùng lặp là 20%.

2.4. Những đóng góp mới của luận án:

- Luận án đã củng cố và mở rộng các lý thuyết nền tảng quan trọng như lý thuyết trao đổi xã hội, các bên liên quan, nhận dạng xã hội và hiệu suất công việc.
- Luận án đã khẳng định vai trò then chốt của nhận thức trách nhiệm xã hội trong việc thúc đẩy hiệu quả làm việc và hỗ trợ sự phát triển của tổ chức. Mối liên hệ giữa niềm tin tổ chức và kết quả công việc không chỉ góp phần hình thành một môi trường làm việc tích cực mà còn tạo động lực thúc đẩy hành vi công dân trong tổ chức.
- Luận án đóng góp cao về mặt thực tiễn, chỉ ra bức tranh có chiều sâu về cách cảm nhận trách nhiệm xã hội của nhân viên chuyển hóa thành kết quả công việc của người lao động trong bối cảnh đặc thù các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long.

2.5. Ưu và khuyết điểm của bản luận án:

Chủ đề luận án có tính thời sự, cần thiết và có tính ứng dụng cao. Luận án có cấu trúc logic, chặt chẽ và khoa học. Phương pháp nghiên cứu hiện đại, công cụ xử lý dữ liệu đáng tin cậy. Kết quả nghiên cứu là tài liệu hữu ích cho lãnh đạo các doanh nghiệp sản xuất thuốc BVTV vùng Đồng bằng Sông Cửu Long.

2.6. Nội dung luận án đã được công bố trên tạp chí và giá trị của công trình công bố:

Nghiên cứu sinh có 04 công trình công bố liên quan đến nội dung luận án trên các tạp chí trong và ngoài nước. Nhìn chung, các tạp chí có uy tín được Hội đồng Chức danh GSNĐ đánh giá cao.

2.7. Đề nghị sửa chữa, bổ sung, yêu cầu giải thích: *(về tên luận án, hình thức trình bày, tổng quan tài liệu, phương pháp nghiên cứu, kết quả và thảo luận, kết luận và đề xuất, tài liệu tham khảo, ...)*

- Nên bổ sung mục tiêu nghiên cứu dưới dạng tổng quát cho luận án.

- Mục 2.1 nên đặt tên là Các khái niệm, đặt mục 2.1.9 thành mục 2.2. Các lý thuyết nền của đề tài sẽ hợp lý hơn và làm sâu hơn các lý thuyết này bởi đây là những lý thuyết làm cơ sở đề xuất mô hình nghiên cứu cho luận án.
- Mục 2.2 các nghiên cứu liên quan trên thế giới và mục 2.3 các nghiên cứu trong nước trình bày còn chưa khoa học, giống thực sĩ, nếu được NCS sau khi bảo vệ xong có nhiều thời gian gia cố thêm phần này cho hay hơn, không nên trình bày rời rạc từng nghiên cứu mà nên trình bày từng biến nghiên cứu và cũng không cần phải vẽ lại mô hình nghiên cứu của những nghiên cứu này để cho luận án được cô đọng hơn.
- Chương 3 nên dành toàn thời gian trình bày về phương pháp nghiên cứu vì đây là luận án tiến sĩ cần đòi hỏi phương pháp và lập luận các thang đo thật kỹ, đưa phần thực trạng về mục 4.1 và làm gọn lại sẽ hợp lý hơn.
- NCS còn nhầm lẫn mẫu và cỡ mẫu, rà soát và chỉnh sửa lại.
- Nguồn của các bảng, NCS nên ghi là Tác giả tổng hợp hay tác giả đề xuất thay vì ghi: Tác giả luận án...
- Nên bỏ hạn chế 1 thì theo người nhận xét thì đây không phải là hạn chế vì đề tài đã giới hạn không gian nghiên cứu.
- Rà soát lỗi chế bản trong toàn luận án.

3. Kết luận chung: *(khẳng định mức độ đáp ứng các yêu cầu đối với luận án tiến sĩ, chọn 1 trong 2 kết luận)*

- Đạt yêu cầu bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp Trường ☒
- Chưa đạt yêu cầu bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp Trường ☐

Cần Thơ, ngày 15 tháng 01 năm 2026

Người nhận xét



Cảnh Chí Hoàng

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

BẢN NHẬN XÉT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

(Dùng cho phản biện và thành viên Hội đồng đánh giá luận án cấp trường)

Thông tin về người nhận xét:

Họ và tên: **Nguyễn Quốc Nghi**

Chức danh: Giảng viên Học vị: Tiến sĩ

Chuyên ngành: Kinh tế nông nghiệp

Cơ quan công tác: Trường Kinh tế, Đại học Cần Thơ

Thông tin về luận án tiến sĩ:

Tên luận án: **Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long.**

Ngành: **Quản trị kinh doanh**

Mã ngành: **9340101**

Họ tên nghiên cứu sinh: **Nguyễn Tấn Phước**

Mã số nghiên cứu sinh: **219030004**

Khóa, đợt: **1**

Người hướng dẫn nghiên cứu sinh:

PGS.TS. Đào Duy Huân, Trường Đại học Tây Đô

PGS.TS. Nguyễn Thị Phương Thảo, Trường Đại học Đà Lạt

Ý KIẾN NHẬN XÉT

1. Hình thức luận án

Về hình thức trình bày, luận án được tổ chức theo cấu trúc tương đối đầy đủ và phù hợp với chuẩn mực của một công trình nghiên cứu tiến sĩ, bao gồm: phần mở đầu, cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu, kết quả nghiên cứu và thảo luận, kết luận và hàm ý quản trị. Cách sắp xếp này cho thấy tác giả tuân thủ bố cục học thuật, đồng thời tạo thuận lợi cho người đọc trong việc theo dõi mạch lập luận và tính logic của đề tài.

Tuy nhiên, để nâng cao tính chuyên nghiệp và mức độ chín chu của luận án, tác giả nên dành thêm thời gian rà soát và chỉnh sửa một số điểm về kỹ thuật trình bày. Trước hết, trong Mục lục vẫn còn xuất hiện lỗi định dạng như “Error! Bookmark not defined.” tại mục 5.3. Đây là lỗi thường gặp trong quá trình xử lý file Word. Bên cạnh đó, một số thuật ngữ và chữ

viết tắt hiện chưa được thể hiện thống nhất hoặc có sai sót chính tả. Ngoài ra, văn phong ở một số đoạn vẫn còn thiên về diễn giải dài, lặp ý, đặc biệt trong Chương 1 khi trình bày bối cảnh thực tiễn và dẫn chứng doanh nghiệp. Tác giả có thể cân nhắc rút gọn, cô đọng ý, nhấn mạnh những luận điểm thực sự cần thiết để tăng tính súc tích và sức thuyết phục. Cuối cùng, việc trình bày trích dẫn trong luận án và danh mục tài liệu tham khảo cũng nên được chuẩn hóa theo một hệ thống thống nhất APA để đảm bảo tính học thuật.

2. Nội dung luận án

2.1. Tính cần thiết, ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận án:

Luận án lựa chọn chủ đề về nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) và tác động đến kết quả công việc của nhân viên, với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức (OT) trong bối cảnh ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), có tính thời sự và phù hợp định hướng nghiên cứu quản trị hiện đại.

Về mặt khoa học, đề tài tiếp cận nền tảng vi mô của CSR/PCSR, tức nhìn từ góc độ người lao động thay vì chỉ đo lường ở cấp độ doanh nghiệp, qua đó góp phần bổ sung bằng chứng cho dòng nghiên cứu hành vi tổ chức và quản trị nguồn nhân lực. Việc gắn PCSR với các cấu phần kết quả công việc như định hướng nhiệm vụ (IRTP) và hành vi công dân tổ chức (OCB-O, OCB-I) thể hiện nỗ lực khái niệm hóa kết quả lao động theo tiếp cận đa chiều.

Về ý nghĩa thực tiễn, ngành thuốc BVTV là lĩnh vực chịu áp lực cao về môi trường, sức khỏe cộng đồng, nên CSR/PCSR không chỉ là khẩu hiệu mà là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến uy tín tổ chức và sự gắn kết nhân sự. Luận án vì vậy có tiềm năng đóng góp định hướng quản trị nhân sự, truyền thông CSR, xây dựng niềm tin trong doanh nghiệp, đặc biệt đối với doanh nghiệp trong khu vực ĐBSCL vốn mang tính đặc thù ngành và văn hóa quản trị riêng.

2.2. Sự phù hợp của đề tài nghiên cứu và độ tin cậy:

Đề tài phù hợp với chuyên ngành Quản trị kinh doanh, đặc biệt trong quản trị nguồn nhân lực, hành vi tổ chức và quản trị chiến lược bền vững. Khung phân tích sử dụng mô hình quan hệ giữa PCSR → OT → (IRTP/OCB) và bổ sung biến danh tiếng tổ chức (OR) như biến điều tiết cho thấy tác giả có ý thức mở rộng mô hình theo hướng cơ chế tác động. Về độ tin cậy, luận án sử dụng phương pháp hỗn hợp (định tính và định lượng) và triển khai khảo sát 2 giai đoạn với mẫu pilot 100 và mẫu chính thức 385, về mặt số lượng là phù hợp cho SEM. Tuy nhiên, độ tin cậy học thuật không chỉ nằm ở cỡ mẫu, mà còn ở mức độ kiểm soát sai lệch phương pháp chung (common method bias), tiêu chuẩn chọn mẫu, cách đo lường PCSR trong bối cảnh Việt Nam và khả năng khái quát ngoài khu vực ĐBSCL. Các điểm này hiện mới được đề cập ở mức mô tả, chưa thật sự thuyết phục về mặt lập luận kiểm định.

2.3. Sự trùng lặp của đề tài nghiên cứu (nếu NCS có sử dụng kết quả từ các nghiên cứu trước khi thực hiện luận án thì cho ý kiến nhận xét về tính hợp lý và khối lượng so với nội dung toàn luận án)

Về mức độ trùng lặp, hướng nghiên cứu PCSR/CSR tác động đến thái độ và hành vi nhân viên (niềm tin, gắn kết, hiệu suất, OCB) vốn đã xuất hiện khá phổ biến trong các công trình quốc tế và cả một số nghiên cứu trong nước. Tuy nhiên, luận án có yếu tố khác biệt nhất định ở 3 khía cạnh: (i) lựa chọn ngành thuốc BVTV, một ngành nhạy cảm xã hội với rủi ro môi trường và phản ứng cộng đồng mạnh; (ii) triển khai thực nghiệm tại ĐBSCL, bối cảnh còn ít nghiên cứu chuyên sâu; (iii) kết hợp vai trò trung gian OT và điều tiết OR trong

cùng mô hình. Dù vậy, để khẳng định không trùng lặp, tác giả nên chứng minh rõ hơn khoảng trống nghiên cứu không chỉ bằng liệt kê nghiên cứu trước mà bằng phân tích hệ thống: khoảng trống về lý thuyết (cơ chế), khoảng trống về phương pháp (thiết kế đo lường), và khoảng trống về bối cảnh (ngành, vùng).

2.4. Những đóng góp mới của luận án:

Luận án ghi nhận một số đóng góp mới mang tính gợi mở, thể hiện nỗ lực nghiên cứu của tác giả trong việc kết nối giữa nền tảng lý thuyết và giá trị ứng dụng quản trị. Trước hết, nghiên cứu lựa chọn tiếp cận PCSR như một biến nhận thức trung tâm để giải thích các phản ứng hành vi của nhân viên là một hướng đi phù hợp với xu thế nghiên cứu vi mô hiện nay. Cách tiếp cận này góp phần chuyển trọng tâm từ CSR được doanh nghiệp truyền thông sang CSR được nhân viên cảm nhận, qua đó giúp làm rõ hơn cơ chế tác động của trách nhiệm xã hội trong nội bộ tổ chức, thay vì chỉ nhìn CSR như một công cụ tạo dựng hình ảnh bên ngoài.

Thứ hai, mô hình nghiên cứu đồng thời xem xét kết quả công việc theo ba cấu phần gồm IRTP (định hướng nhiệm vụ công việc), OCB-O và OCB-I. Đây là một điểm đáng ghi nhận bởi nó cho phép nhìn nhận hiệu quả làm việc dưới góc độ toàn diện hơn: không chỉ là mức độ hoàn thành nhiệm vụ được giao mà còn bao gồm các hành vi tự nguyện, mang tính công dân tổ chức có lợi cho doanh nghiệp và hỗ trợ đồng nghiệp. Cách tiếp cận này giúp luận án có thêm chiều sâu trong việc phân tích năng lực đóng góp của nhân viên đối với tổ chức.

Thứ ba, các kết quả thực nghiệm cho thấy PCSR tác động khá mạnh đến OT ($\beta \approx 0.687$) và có ảnh hưởng đáng kể đến OCB ($\beta \approx 0.602 - 0.606$). Những phát hiện này góp phần củng cố lập luận rằng CSR không chỉ tạo nên danh tiếng bên ngoài, mà còn có thể hình thành vốn xã hội nội bộ thông qua niềm tin và hành vi tích cực của nhân viên. Điều này mang hàm ý quan trọng cho nhà quản trị khi triển khai CSR như một công cụ quản trị nguồn nhân lực và văn hóa tổ chức.

Ngoài ra, việc đưa danh tiếng tổ chức (OR) vào vai trò điều tiết giữa PCSR và OT cho thấy tác giả đã có nỗ lực đáng khuyến khích trong việc xét đến yếu tố bối cảnh tổ chức. Mặc dù hệ số điều tiết chưa lớn ($\beta \approx 0.185$), kết quả này vẫn giúp gợi mở rằng cùng một mức độ PCSR, mức hình thành niềm tin có thể khác nhau giữa các doanh nghiệp tùy thuộc vào danh tiếng và uy tín tổ chức. Tuy nhiên, để đóng góp mới trở nên thuyết phục và nổi bật hơn, tác giả nên làm rõ hơn “tính mới” của luận án nằm ở phương diện nào: mới về góc nhìn lý thuyết, cách đo lường, hay bằng chứng thực nghiệm trong bối cảnh ngành và vùng nghiên cứu.

2.5. Ưu và khuyết điểm của bản luận án:

Luận án có nhiều điểm tích cực đáng ghi nhận, thể hiện sự đầu tư nghiêm túc của tác giả trong cách tiếp cận và triển khai nghiên cứu. Trước hết, chủ đề nghiên cứu mang tính liên ngành và thời sự cao khi kết nối CSR/PCSR với hiệu suất nhân viên và định hướng bền vững trong ngành thuốc bảo vệ thực vật. Đây là lĩnh vực có nhiều tác động xã hội, môi trường, đồng thời cũng đặt ra các yêu cầu quản trị ngày càng khắt khe, vì vậy hướng nghiên cứu này vừa có ý nghĩa học thuật, vừa có giá trị thực tiễn cho doanh nghiệp và nhà quản lý. Về cấu trúc, luận án được xây dựng theo bố cục 5 chương tương đối chuẩn mực, mạch nội dung rõ ràng. Mô hình nghiên cứu thể hiện tính logic, xác định khá cụ thể các giả thuyết, mối quan hệ trung gian và yếu tố điều tiết, góp phần làm nổi bật trọng tâm nghiên cứu. Việc tác giả sử dụng phương pháp hỗn hợp, có thực hiện khảo sát

thử (pilot test) trước khi triển khai khảo sát chính thức, cho thấy quy trình nghiên cứu được thực hiện tương đối bài bản. Ngoài ra, các kỹ thuật phân tích như Cronbach's Alpha, EFA, CFA, SEM và bootstrap được vận dụng phù hợp với thông lệ trong nghiên cứu quản trị, giúp tăng độ tin cậy và khả năng kiểm định mô hình. Cách trình bày kết quả cũng thể hiện nỗ lực lượng hóa mức độ tác động và xếp hạng ảnh hưởng giữa các biến, qua đó tạo thuận lợi cho việc diễn giải và rút ra hàm ý quản trị.

Bên cạnh những ưu điểm, luận án vẫn cần được hoàn thiện thêm ở một số khía cạnh để tăng tính chặt chẽ học thuật và mức độ chuẩn hóa trình bày. Một số lỗi kỹ thuật định dạng (chẳng hạn lỗi Bookmark trong Mục lục) tuy có thể xuất phát từ thao tác phần mềm, nhưng nên được rà soát và khắc phục triệt để nhằm đảm bảo tính chính chu. Phần tổng quan tài liệu có độ bao phủ tương đối tốt, song vẫn thiên về mô tả, cần tăng cường tính tổng hợp phản biện để làm rõ hơn các tranh luận học thuật. Ở phần phương pháp, dù hệ thống công cụ phân tích khá đầy đủ, tác giả nên làm rõ hơn cơ sở chọn mẫu, cách thức thu thập dữ liệu (trực tiếp hay trực tuyến) và các biện pháp hạn chế sai lệch do tự báo cáo. Cuối cùng, phần thảo luận nên tăng cường lập luận giải thích nguyên nhân dẫn đến sự khác biệt so với nghiên cứu trước, thay vì chỉ dừng ở việc ghi nhận mức độ tương đồng hay khác nhau.

2.6. Nội dung luận án đã được công bố trên tạp chí và giá trị của công trình công bố:

Nghiên cứu sinh đã công bố các bài báo khoa học liên quan đến luận án, trong đó 02 bài báo quốc tế, 01 tham luận hội thảo quốc tế, 01 bài báo trong nước. Các công trình nghiên cứu đã công bố phù hợp với nội dung của luận án, thể hiện được các chủ điểm khác nhau của luận án. Các công trình được công bố trên các tạp chí khoa học được tính điểm công trình khoa học lĩnh vực kinh tế được Hội đồng Giáo sư Nhà nước công nhận. Các công bố có giá trị học thuật nhất định, thể hiện năng lực nghiên cứu của nghiên cứu sinh.

2.7. Đề nghị sửa chữa, bổ sung, yêu cầu giải thích: *(về tên luận án, hình thức trình bày, tổng quan tài liệu, phương pháp nghiên cứu, kết quả và thảo luận, kết luận và đề xuất, tài liệu tham khảo,...)*

Luận án được triển khai tương đối nghiêm túc, có cấu trúc hợp lý và thể hiện rõ nỗ lực của tác giả trong việc xây dựng mô hình nghiên cứu cũng như xử lý dữ liệu theo hướng chuẩn mực. Nhìn chung, công trình có giá trị học thuật nhất định và tiềm năng đóng góp cho cả nghiên cứu lẫn thực tiễn quản trị. Tuy nhiên, để luận án hoàn thiện hơn, tác giả có thể cân nhắc chỉnh sửa, bổ sung và giải thích rõ hơn một số nội dung sau.

Trước hết, về hình thức trình bày, tác giả cần rà soát kỹ và khắc phục triệt để lỗi kỹ thuật "Error! Bookmark not defined." tại mục 5.3 trong Mục lục, nhằm đảm bảo tính chính chu của luận án. Đồng thời, nên chuẩn hóa chính tả và thuật ngữ (chẳng hạn "định hướng" → "định hướng", "Polot test" → "Pilot test", "Amoss" → "AMOS"...), cũng như thống nhất cách sử dụng chữ viết tắt như IRTP, OCB-I, OCB-O, OT, OR xuyên suốt toàn văn, bao gồm cả bảng biểu và hình vẽ.

Về tổng quan tài liệu và khoảng trống nghiên cứu, phần khoảng trống sẽ thuyết phục hơn nếu được trình bày theo hướng tổng hợp phản biện thay vì liệt kê. Tác giả có thể cấu trúc rõ theo các nhóm: khoảng trống về cấp độ phân tích (cấp độ nhân viên), cơ chế trung gian (OT), bối cảnh ngành có mức độ rủi ro xã hội cao, và điều kiện biên/điều tiết (OR). Đồng thời, nên chỉ ra cụ thể các nghiên cứu đã xem xét OT như biến trung gian, điểm tương đồng, khác biệt và lý do cần tiếp tục mở rộng.

Về phương pháp nghiên cứu, cỡ mẫu 385 là phù hợp, song tác giả nên giải trình rõ hơn về cách chọn mẫu, tỷ lệ phản hồi, tiêu chí loại bỏ phiếu không hợp lệ và quy trình thu thập dữ liệu qua nhiều nền tảng. Ngoài ra, nên mô tả rõ quá trình Việt hóa thang đo, đặc biệt nếu có áp dụng dịch ngược hoặc đánh giá tương đương ngữ nghĩa.

Ở phần kết quả và thảo luận, nên trình bày đầy đủ các chỉ số phù hợp mô hình CFA/SEM (CFI, TLI, RMSEA, SRMR...) và giải thích ngưỡng chấp nhận. Với tác động PCSR → OT khá mạnh, tác giả có thể thảo luận sâu hơn trong bối cảnh ngành thuốc BVTV. Với vai trò điều tiết của OR, nên làm rõ ý nghĩa thực tiễn và hàm ý quản trị cụ thể.

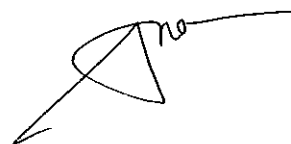
Cuối cùng, phần hàm ý quản trị có thể chuyển từ mô tả sang khuyến nghị khả thi theo nhóm giải pháp, đồng thời phân biệt hàm ý cho doanh nghiệp và cơ quan quản lý. Danh mục tài liệu tham khảo cũng cần chuẩn hóa theo một định dạng thống nhất và ưu tiên nguồn cập nhật, đặc biệt các nghiên cứu quốc tế giai đoạn 2018–2024.

3. Kết luận chung: (khẳng định mức độ đáp ứng các yêu cầu đối với luận án tiến sĩ, chọn 1 trong 2 kết luận)

- Đạt yêu cầu bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp Trường ☒
- Chưa đạt yêu cầu bảo vệ trước Hội đồng đánh giá luận án cấp Trường ☐

Cần Thơ, ngày ..14 tháng ..01.. năm 2026

Người nhận xét



TS. Nguyễn Quốc Nghi

**NHẬN XÉT
CỦA NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC LUẬN ÁN TIẾN SĨ**

Thông tin về luận án tiến sĩ:

Tên luận án:

Ngành: **Quản trị kinh doanh**

Mã ngành: **9340101**

Họ tên nghiên cứu sinh: **Nguyễn Tấn Phước**

Mã số nghiên cứu sinh: **219030002**

Khóa, đợt: **1**

Người hướng dẫn nghiên cứu sinh: **PGS.TS. Đào Duy Huân**

1. Nhận xét tác phong của Nghiên cứu sinh (NCS)

Nghiên cứu sinh có thái độ học tập và nghiên cứu nghiêm túc, chấp hành tốt quy định đào tạo. Trong quá trình thực hiện luận án, NCS làm việc độc lập, chủ động, cầu thị, tiếp thu tốt ý kiến góp ý của người hướng dẫn và hội đồng. Tác phong làm việc khoa học, đúng tiến độ, thể hiện tinh thần trách nhiệm cao và ý thức học thuật nghiêm túc.

2. Nhận xét năng lực khoa học

Nghiên cứu sinh thể hiện năng lực khoa học tốt, có tư duy nghiên cứu độc lập, khả năng tổng hợp và phân tích tài liệu khoa học trong và ngoài nước một cách hệ thống. NCS xây dựng được vấn đề nghiên cứu rõ ràng, mô hình nghiên cứu logic, lựa chọn phương pháp phù hợp và triển khai nghiên cứu đúng quy trình khoa học. Kết quả nghiên cứu có giá trị học thuật và khả năng ứng dụng thực tiễn, thể hiện năng lực nghiên cứu ở trình độ tiến sĩ.

3. Nhận xét chất lượng luận án

Luận án có tính khoa học và thực tiễn cao, phù hợp với định hướng nghiên cứu trong lĩnh vực quản trị và hành vi tổ chức. Tác giả xây dựng được cơ sở lý thuyết vững chắc, mô hình nghiên cứu có tính logic và mới, làm rõ vai trò trung gian của niềm tin tổ chức trong mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và kết quả công việc của nhân viên. Phương pháp nghiên cứu được triển khai nghiêm túc, dữ liệu được xử lý đúng quy trình khoa học, đảm bảo độ tin cậy và giá trị của kết quả. Kết quả nghiên cứu có ý nghĩa bổ sung lý luận và giá trị ứng dụng cao trong thực tiễn quản trị doanh nghiệp tại Việt Nam. Luận án đạt yêu cầu và được đề nghị hội đồng thông qua.

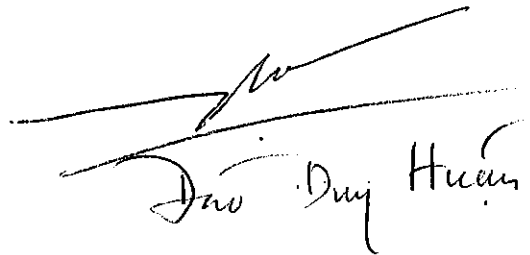
4.Hướng sử dụng Nghiên cứu sinh (NCS) –

Sau khi tốt nghiệp, Nghiên cứu sinh có thể được sử dụng hiệu quả trong công tác giảng dạy, nghiên cứu khoa học tại các cơ sở giáo dục đại học, viện nghiên cứu hoặc trong lĩnh vực quản trị, tư vấn và hoạch định chính sách tại các tổ chức, doanh nghiệp. NCS có đủ năng lực để tiếp tục nghiên cứu chuyên sâu, công bố khoa học và tham gia đào tạo ở trình độ cao.

Cần thơ, ngày...14...tháng...01...năm 2025

NGƯỜI HƯỚNG DẪN

(Ký tên, ghi họ tên)



Đào Duy Huân

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

**BẢN GIẢI TRÌNH CHỈNH SỬA LUẬN ÁN TIẾN SĨ
THEO KẾT LUẬN CỦA HỘI ĐỒNG ĐÁNH GIÁ LUẬN ÁN
TIẾN SĨ CẤP TRƯỜNG**

Nghiên cứu sinh (NCS): Nguyễn Tấn Phước

Ngành: Quản trị kinh doanh

Khóa: 1

Mã số NCS: 219030004

Mã ngành: 9340101

Tên luận án tiến sĩ: “Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuộc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng Sông Cửu Long”.

Người hướng dẫn: PGS.TS. Đào Duy Huân

Người đồng hướng dẫn: PGS.TS. Nguyễn Thị Phương Thảo

Tập thể hướng dẫn và NCS xin chân thành cảm ơn các ý kiến nhận xét của quý nhà khoa học trong hội đồng. Dưới đây là giải trình việc chỉnh sửa luận án theo kết luận của Hội đồng đánh giá luận án tiến sĩ cấp Trường.

1. GIẢI TRÌNH NHỮNG NỘI DUNG CHỈNH SỬA THEO CÁC KẾT LUẬN CỦA HỘI ĐỒNG:

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
I. Giải trình theo quyết nghị hội đồng (bắt buộc).		

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
Phần tổng quan còn thiên về mô tả các nghiên cứu trước, chưa thể hiện rõ chiều sâu phân tích tổng hợp, so sánh và phản biện. Việc cập nhật các nghiên cứu mới nhất còn hạn chế, khiến cho khoảng trống nghiên cứu và mức độ cấp thiết của đề tài chưa được làm nổi bật một cách thật sự thuyết phục về cả phương diện lý luận lẫn thực tiễn	Tác giả đã tiến hành rà soát, hệ thống hóa và viết lại toàn bộ phần tổng quan nghiên cứu một cách có hệ thống và logic, bao quát cả các nghiên cứu trong nước và quốc tế có liên quan đến chủ đề luận án. Quá trình tổng hợp tài liệu không chỉ dừng lại ở việc liệt kê các công trình trước đây mà còn tập trung phân tích sâu nội dung, phương pháp tiếp cận, mô hình nghiên cứu, thang đo và kết quả thực nghiệm của từng nghiên cứu tiêu biểu	Trang 31-86
Về lập luận lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu: các giả thuyết tuy được xây dựng trên nền tảng lý thuyết phù hợp nhưng phần biện luận còn chưa sâu, còn nặng tính mô tả, thiếu liên kết chặt chẽ với các bằng chứng thực nghiệm trước đó. Một số mối quan hệ, đặc biệt là vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức, cần được giải thích rõ hơn.	Tác giả đã viết lại toàn bộ phần xây dựng giả thuyết nghiên cứu gắn với bối cảnh nghiên cứu và lý thuyết được sử dụng, cụ thể như sau: 2.4. XÂY DỰNG GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU 2.4.1. Nhận thức trách nhiệm xã hội và Niềm tin tổ chức Khái niệm nhận thức (perception) theo Endsley (1995) được hiểu là tri thức hình thành thông qua sự tương tác giữa cá nhân và môi trường xung quanh. Trong bối cảnh tổ chức, nhận thức của nhân viên phản ánh cách họ hiểu, diễn giải và đánh giá các hoạt động của	Trang 86-93

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	doanh nghiệp. Dưới góc độ trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), Woodcock và cộng sự (2002) cho rằng nhận thức CSR (Perceived Corporate Social Responsibility – PCSR) là cách các bên liên quan nhìn nhận và đánh giá các hoạt động CSR của doanh nghiệp. Tương tự, Dahlsrud (2006) nhấn mạnh PCSR là quá trình các bên liên quan diễn giải và hiểu thông tin về CSR, trong khi Crane và Matten (2007) xem PCSR là cách các bên liên quan hình thành và duy trì niềm tin liên quan đến các hoạt động CSR của doanh nghiệp. Từ các quan điểm trên có thể hiểu rằng, nhận thức CSR của nhân viên là mức độ hiểu biết và đánh giá của họ về những cam kết, chính sách và hành động của doanh nghiệp đối với các bên liên quan như nhân viên, khách hàng, cộng đồng và chính phủ. Nhận thức này không đơn thuần là sự tiếp nhận thông tin mà còn là quá trình diễn giải mang tính chủ quan, chịu ảnh hưởng bởi giá trị cá nhân và trải nghiệm làm việc. Theo Hansen và cộng sự (2011), các hoạt động CSR gửi đi những tín hiệu quan trọng về đạo đức và hệ giá trị của tổ chức. Khi doanh nghiệp thể hiện trách nhiệm đối với các bên liên quan, bao	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	gồm chính phủ, nhân viên và khách hàng – nhân viên sẽ hình thành đánh giá về mức độ đáng tin cậy của tổ chức. Nói cách khác, CSR đóng vai trò như một “tín hiệu đạo đức” giúp củng cố hoặc làm suy giảm niềm tin của nhân viên đối với tổ chức. Niềm tin (trust) được xem là một thuộc tính nền tảng của các mối quan hệ bền vững. Theo Mayer và Gavin (2005), niềm tin phản ánh kỳ vọng rằng một bên sẽ hành xử có lợi hoặc ít nhất không gây tổn hại đến lợi ích của bên kia. Trong tổ chức, niềm tin thể hiện mức độ mà nhân viên tin tưởng rằng tổ chức hành xử công bằng, minh bạch và có trách nhiệm. Hansen và cộng sự (2011) cho rằng chất lượng của quá trình trao đổi giữa các bên trong tổ chức phụ thuộc vào mức độ tin tưởng, bởi niềm tin quyết định cách các bên phản ứng trước hành động của nhau. Lý thuyết trao đổi xã hội của Blau (1964), Homans (1961) và Emerson (1972) cung cấp nền tảng lý luận quan trọng để giải thích mối quan hệ giữa PCSR và niềm tin tổ chức. Theo lý thuyết này, các mối quan hệ xã hội được xây dựng trên nguyên tắc có đi có lại (reciprocity). Khi một bên thể hiện thiện chí hoặc hành vi tích cực, bên còn lại có	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	xu hướng đáp lại bằng thái độ hoặc hành vi tương ứng. Trong bối cảnh CSR, khi nhân viên nhận thấy tổ chức thực hiện trách nhiệm xã hội một cách chân thực và có ý nghĩa, họ có xu hướng đáp lại bằng việc gia tăng niềm tin và cam kết đối với tổ chức (Farooq và cộng sự, 2014). Peterson (2004) cho rằng nhân viên đánh giá cao các hoạt động CSR và coi đó là biểu hiện của giá trị đạo đức doanh nghiệp. Gond và cộng sự (2010) nhấn mạnh rằng CSR có thể kích hoạt các cơ chế trao đổi xã hội tích cực, từ đó củng cố mối quan hệ giữa nhân viên và tổ chức. Bauman và Skitka (2012) cũng cho rằng CSR ảnh hưởng đến cách nhân viên hiện tại và tiềm năng nhìn nhận tổ chức, qua đó tác động đến thái độ và hành vi của họ. Niềm tin tổ chức vì thế được xem là một nguồn lực vô hình có giá trị chiến lược. Bello (2012) cho rằng niềm tin tổ chức góp phần gia tăng sự gắn kết, ý định ở lại và hành vi đạo đức của nhân viên. Krot và Lewicka (2012) chỉ ra rằng niềm tin giúp giảm chi phí giao dịch, hạn chế rủi ro trong vận hành và nâng cao năng suất lao động. Khi nhân viên tin tưởng vào tổ chức, họ sẵn sàng tuân thủ quy định, ủng hộ thay đổi và đóng góp	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	nhiều hơn cho mục tiêu chung. Tổng hợp các lập luận lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm cho thấy, khi doanh nghiệp thực hiện CSR một cách rõ ràng và nhất quán, các hoạt động này sẽ gửi tín hiệu tích cực đến nhân viên về đạo đức và giá trị tổ chức. Thông qua cơ chế trao đổi xã hội, nhận thức tích cực về CSR sẽ củng cố niềm tin của nhân viên đối với tổ chức. Do đó, trong bối cảnh nghiên cứu này, tác giả đề xuất giả thuyết sau: <i>H1: Nhận thức CSR (PCSR) có tác động đến Niềm tin tổ chức (OT).</i> 2.4.2. Nhận thức trách nhiệm xã hội và Kết quả công việc Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) được xem là một yếu tố có tiềm năng tạo ra những kết quả tích cực đối với nhân viên tại nơi làm việc. Theo Bhattacharya và cộng sự (2009), khi nhân viên nhận thức tổ chức của mình thực hiện tốt các hoạt động CSR, họ có xu hướng hình thành cảm giác thuộc về và sự đồng nhất với tổ chức. Quan điểm này phù hợp với lý thuyết nhận dạng tổ chức (Ashforth & Mael, 1989), theo đó sự đồng nhất giữa cá nhân và tổ chức sẽ thúc đẩy các thái độ và hành vi tích cực. Dutton và cộng sự (1994) cũng cho rằng hình ảnh tổ	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	chức tích cực, bao gồm cả hình ảnh về trách nhiệm xã hội sẽ làm gia tăng mức độ tự hào và cam kết của nhân viên, từ đó khuyến khích họ đầu tư nhiều hơn về mặt cảm xúc và nhận thức vào công việc. Khi nhân viên đánh giá cao CSR của doanh nghiệp, họ không chỉ cải thiện thái độ đối với tổ chức mà còn gia tăng động lực thực hiện công việc, qua đó nâng cao kết quả làm việc cá nhân. Từ góc độ lý thuyết định hướng mục tiêu, mục tiêu đóng vai trò định hướng hành vi và tập trung sự chú ý của cá nhân vào các hoạt động liên quan đến kết quả mong đợi (Dweck & Leggett, 1988). Dweck (2013) nhấn mạnh rằng định hướng mục tiêu phản ánh những niềm tin tương đối ổn định về năng lực và sự phát triển cá nhân. Elliot và Church (1997) phân biệt giữa định hướng tiếp cận hiệu suất và định hướng né tránh hiệu suất; trong khi đó, những cá nhân có định hướng làm chủ (mastery orientation) thường chủ động tiếp cận thử thách nhằm phát triển năng lực (Elliot, 2005). Barron và Harackiewicz (2000) cho rằng các cá nhân có định hướng tiếp cận hiệu suất có xu hướng nỗ lực để đạt được thành tích vượt trội so với người khác.	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	Trong khuôn khổ luận án này, kết quả công việc được xem xét ở hai thành phần chính: (1) kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP), phản ánh mức độ hoàn thành công việc theo mô tả chức danh; và (2) hành vi công dân tổ chức (OCB), phản ánh các hành vi vượt trên vai trò chính thức. Khi nhân viên nhận thức tích cực về CSR, họ có xu hướng cảm thấy tổ chức của mình có mục tiêu rõ ràng, đạo đức và hướng đến lợi ích chung. Điều này tạo ra sự phù hợp giá trị giữa cá nhân và tổ chức, từ đó thúc đẩy họ nỗ lực hơn trong việc hoàn thành nhiệm vụ và đạt được mục tiêu công việc. Các nghiên cứu trước đây cũng chỉ ra rằng doanh nghiệp hướng đến các bên liên quan sẽ nâng cao hiệu quả hoạt động thông qua việc đáp ứng mong đợi của các nhóm liên quan (Ferrell và cộng sự, 2010; Phillips và cộng sự, 2010). Trong đó, các bên liên quan nội bộ, đặc biệt là nhân viên có vai trò quyết định trong việc hiện thực hóa mục tiêu tổ chức (Rupp và cộng sự, 2006). Nhận thức CSR tích cực sẽ tác động đến động lực, thái độ và hành vi của nhân viên, từ đó ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả công việc của họ. Đồng thời, thái độ và hành vi tích cực của nhân viên cũng góp phần	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	định hình hình ảnh tổ chức trong mắt các bên liên quan bên ngoài (Harris & Chernatony, 2000). Theo Fassin (2008), nhân viên vừa là đối tượng bị ảnh hưởng vừa là chủ thể tác động trong mạng lưới các bên liên quan. Do đó, khi doanh nghiệp thực hiện CSR một cách nhất quán và có ý nghĩa, nhân viên có xu hướng phản hồi bằng cách gia tăng nỗ lực và hành vi tích cực. Chaudhary (2018), Mensah và cộng sự (2017) và Helm (2013) cho rằng các công ty có CSR tốt có khả năng thu hút và duy trì nhân viên, mặc dù mức độ ảnh hưởng cụ thể đến hiệu suất có thể khác nhau theo bối cảnh. Bên cạnh đó, các nghiên cứu của Wagner và cộng sự (2004) và Van Knippenberg và cộng sự (2000) cho thấy những nhân viên có mức độ đồng nhất cao với tổ chức sẽ thể hiện thái độ tích cực và hành vi xây dựng, qua đó nâng cao hiệu quả công việc. Đối với hành vi công dân tổ chức, nhận thức CSR có thể thúc đẩy cả hành vi hướng đến cá nhân (OCB-I), như hỗ trợ đồng nghiệp, chia sẻ kinh nghiệm, và hành vi hướng đến tổ chức (OCB-O), như tuân thủ quy định, bảo vệ hình ảnh doanh nghiệp và tham gia hoạt động	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	chung. Khi nhân viên cảm nhận rằng tổ chức hành xử có trách nhiệm và đạo đức, họ có xu hướng đáp lại bằng các hành vi mang tính tự nguyện nhằm duy trì và củng cố giá trị tổ chức. Từ các lập luận lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm trên, có thể kỳ vọng rằng nhận thức CSR không chỉ ảnh hưởng đến thái độ mà còn tác động trực tiếp đến các thành phần cụ thể của kết quả công việc. Do đó, tác giả luận án đề xuất các giả thuyết H2 như sau: <i>H2a: Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) có tác động đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP)</i> <i>H2b: Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) có tác động đến Hành vi công dân (OCB-I).</i> <i>H2c: Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) có tác động đến Hành vi công dân (OCB-O).</i> 2.4.3. Niềm tin tổ chức và Kết quả định hướng nhiệm vụ Niềm tin tổ chức (OT) được xem là một cấu phần nền tảng trong mối quan hệ giữa nhân viên và tổ chức. Podsakoff và cộng sự (1990) cho rằng niềm tin tổ chức phản ánh mức độ mà nhân viên tin tưởng vào cấp trên và đồng nghiệp của mình, đặc biệt trong việc thực hiện các	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	cam kết và hành xử công bằng. Ở góc độ rộng hơn, George và cộng sự (2020) tiếp cận niềm tin tổ chức như một dạng quan hệ trao đổi xã hội, trong đó niềm tin hình thành và phát triển thông qua các tương tác lặp lại giữa cá nhân và tổ chức. Từ quan điểm của Yang và Tsai (2022), niềm tin tổ chức có thể được giải thích dựa trên nền tảng tháp nhu cầu của Maslow (1943). Khi nhân viên nhận thấy tổ chức hoặc người lãnh đạo hành xử theo cách mang lại lợi ích, công bằng và hỗ trợ cho họ, họ sẽ có xu hướng đáp lại bằng thái độ và hành vi tích cực. Sự đáp lại này phản ánh cơ chế có đi có lại (reciprocity), trong đó niềm tin trở thành chất xúc tác thúc đẩy hành vi hợp tác và cống hiến. Do đó, niềm tin tổ chức có thể được hiểu là mức độ đáng tin cậy mà nhân viên cảm nhận đối với tổ chức, bao gồm cả sự tin tưởng vào định hướng hiện tại, tương lai phát triển và cách thức vận hành của doanh nghiệp. Khi mức độ tin tưởng cao, nhân viên không chỉ cảm thấy an toàn về tâm lý mà còn sẵn sàng đầu tư nhiều hơn vào công việc của mình. Các nghiên cứu của Akdere và cộng sự (2012) và Vineburgh (2010) cho thấy niềm tin tổ chức có mối quan hệ	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	tích cực với sự hài lòng công việc, năng suất và hiệu suất lao động. Bên cạnh đó, hành vi của nhân viên chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ cách tổ chức đối xử và tương tác với họ. Rupp và cộng sự (2013) cũng như Bridoux và cộng sự (2016) nhấn mạnh rằng các tín hiệu từ tổ chức, bao gồm sự công bằng, minh bạch và trách nhiệm có vai trò định hình thái độ và hành vi của nhân viên. Nisar và cộng sự (2014) khẳng định rằng hành vi của nhân viên là yếu tố quyết định hiệu quả hoạt động của tổ chức. Khi tổ chức tạo dựng được niềm tin, nhân viên có xu hướng “đền đáp” bằng cách gia tăng nỗ lực, hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao và nâng cao chất lượng công việc (Yang & Tsai, 2022). Từ góc độ hiệu quả công việc, kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) phản ánh mức độ hoàn thành công việc theo yêu cầu chính thức của tổ chức. Một môi trường có mức độ tin tưởng cao giúp giảm bớt lo lắng, tăng cường hợp tác và tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên tập trung vào mục tiêu công việc. Niềm tin tổ chức vì vậy có thể đóng vai trò là yếu tố tâm lý thúc đẩy hiệu quả thực hiện nhiệm vụ. Mặc dù một số nghiên cứu đã đề cập gián tiếp đến mối quan hệ giữa	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	niềm tin và hiệu suất công việc, song việc kiểm định trực tiếp tác động của niềm tin tổ chức đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) vẫn còn hạn chế, đặc biệt trong bối cảnh doanh nghiệp sản xuất tại Việt Nam. Do đó, việc kiểm nghiệm mối quan hệ này là cần thiết nhằm làm rõ vai trò của niềm tin tổ chức trong việc nâng cao hiệu quả thực hiện nhiệm vụ của nhân viên. Từ những lập luận lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm nêu trên, tác giả luận án đề xuất giả thuyết: <i>H3: Niềm tin tổ chức có tác động đến kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP)</i> 2.4.4. Niềm tin tổ chức và Hành vi công dân trong tổ chức Hành vi công dân tổ chức (OCB) là một trong những chủ đề được nghiên cứu rộng rãi trong lĩnh vực hành vi tổ chức. Nhiều học giả đã quan tâm phân tích vai trò của OCB trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động và tính bền vững của doanh nghiệp, bao gồm Organ (1988), Podsakoff và cộng sự (1990), He và cộng sự (2019), Tourigny và cộng sự (2019), Kunda và cộng sự (2019), Ahmad và cộng sự (2020), Chaudhary (2020) và Nuryanto và cộng sự (2023). Organ (1988) là người đầu tiên hệ thống	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	hóa khái niệm OCB và đề xuất mô hình gồm năm thành phần: (1) lòng vị tha (altruism), (2) sự tận tâm/lương tâm (conscientiousness), (3) tinh thần thể thao (sportsmanship), (4) lịch sự (courtesy) và (5) đạo đức công dân (civic virtue). Trong đó, tinh thần thể thao được hiểu là khả năng chấp nhận những điều kiện bất lợi mà không phàn nàn, thể hiện thái độ tích cực đối với tổ chức. Podsakoff và cộng sự (1990) đã phát triển thang đo 24 mục dựa trên năm chiều cạnh này, và được Kunda và cộng sự (2019) kế thừa trong nghiên cứu của mình. Các mục đo lường bao gồm những hành vi như làm việc vượt mức bình thường, tuân thủ nội quy ngay cả khi không có giám sát, tham gia các cuộc họp không bắt buộc nhưng có ý nghĩa với tổ chức, hạn chế phàn nàn về những vấn đề nhỏ nhất, và duy trì thái độ tích cực. Tuy nhiên, LePine và cộng sự (2002) cho rằng các nhà nghiên cứu nên xem OCB như một cấu trúc tiềm ẩn thay vì tập trung quá mức vào từng khía cạnh riêng lẻ. Hoffman và cộng sự (2007) cũng ủng hộ quan điểm rằng mô hình một yếu tố có thể mang lại hiệu quả tương đương so với mô hình đa chiều.	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	Mặc dù vậy, hướng tiếp cận phân tách OCB theo hai chiều chính: hành vi hướng đến cá nhân (OCB-I) và hành vi hướng đến tổ chức (OCB-O), được Williams và Anderson (1991) đề xuất lại mang lại lợi ích rõ rệt trong việc phân tích cơ chế tác động cụ thể. Theo Williams và Anderson (1991), OCB-I bao gồm các hành vi như giúp đỡ đồng nghiệp khi họ vắng mặt, hỗ trợ khi khối lượng công việc lớn, hướng dẫn nhân viên mới, lắng nghe và chia sẻ với đồng nghiệp. Trong khi đó, OCB-O bao gồm các hành vi như tuân thủ nội quy không chính thức, bảo vệ hình ảnh tổ chức, báo trước khi vắng mặt, hạn chế phàn nàn không cần thiết và thể hiện lòng trung thành với tổ chức. Từ góc độ lý thuyết trao đổi xã hội (Blau, 1964), niềm tin tổ chức đóng vai trò nền tảng trong việc thúc đẩy các hành vi vượt trên vai trò chính thức. Khi nhân viên tin tưởng rằng tổ chức hành xử công bằng, minh bạch và có trách nhiệm, họ có xu hướng đáp lại bằng các hành vi tự nguyện nhằm hỗ trợ tổ chức và đồng nghiệp. Ahmad và cộng sự (2020), Tourigny và cộng sự (2019), Top và cộng sự (2015) và He và cộng sự (2019) đều khẳng định niềm tin tổ chức	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	có tác động tích cực đến OCB. Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu trước đây tiếp cận OCB như một khái niệm tổng quát hoặc chưa phân tích sâu các thuộc tính cụ thể của OCB-I và OCB-O trong từng bối cảnh ngành nghề. Đặc biệt trong môi trường sản xuất nông nghiệp tại Việt Nam, các hành vi như giúp đỡ nhân viên mới, lắng nghe đồng nghiệp, tuân thủ quy tắc không chính thức hay thể hiện lòng trung thành với tổ chức chưa được kiểm định một cách riêng biệt dưới tác động của niềm tin tổ chức. Vì vậy, việc phân tích tác động trực tiếp của niềm tin tổ chức đến từng chiều cạnh của hành vi công dân tổ chức là cần thiết nhằm làm rõ cơ chế tâm lý và hành vi trong bối cảnh nghiên cứu hiện tại. Từ các lập luận lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm nêu trên, tác giả luận án đề xuất các giả thuyết sau: <i>H4: Niềm tin tổ chức (OT) có tác động đến Hành vi công dân (OCB-I).</i> <i>H5: Niềm tin tổ chức (OT) có tác động đến Hành vi công dân (OCB-O).</i> 2.4.5. Danh tiếng tổ chức Theo Lý thuyết Nhận dạng xã hội (SIT) của Tajfel và Turner (1979), cá nhân có xu hướng xác định bản thân thông qua việc đồng nhất với các nhóm	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	xã hội mà họ là thành viên. Trong bối cảnh tổ chức, nhân viên thường tìm kiếm sự tự hào và giá trị bản thân thông qua danh tiếng và hình ảnh của tổ chức nơi họ làm việc. Khi tổ chức có danh tiếng tích cực, nhân viên cảm thấy tự hào khi là thành viên của tổ chức đó, từ đó gia tăng mức độ đồng nhất và niềm tin đối với tổ chức. Danh tiếng tổ chức (OR) được xem là sự đánh giá tổng thể của các bên liên quan về uy tín, đạo đức và năng lực của doanh nghiệp. Tilakasiri (2012) cho rằng việc tuân thủ chuẩn mực đạo đức và trách nhiệm xã hội giúp doanh nghiệp duy trì danh tiếng tích cực; ngược lại, nếu vi phạm đạo đức, doanh nghiệp sẽ phải đối mặt với những hậu quả nghiêm trọng như suy giảm uy tín, giảm năng suất, sáng tạo và lòng trung thành của nhân viên. Điều này cho thấy danh tiếng không chỉ là một tài sản vô hình mà còn là nguồn lực chiến lược có khả năng ảnh hưởng sâu rộng đến hoạt động nội bộ. Theo quan điểm của Donaldson và Preston (1995), khi doanh nghiệp đáp ứng yêu cầu của các bên liên quan thông qua việc thực hiện CSR, danh tiếng tổ chức sẽ được củng cố. Gainess-Ross (2008) cũng nhấn mạnh rằng khi danh	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	tiếng bị tổn hại, niềm tin của các bên liên quan, bao gồm cả nhân viên, sẽ suy giảm đáng kể. Điều này phù hợp với lập luận của SIT: nhân viên có xu hướng gắn niềm tin của mình với hình ảnh và vị thế xã hội của tổ chức. Nếu tổ chức được xã hội đánh giá cao, nhân viên sẽ cảm thấy giá trị bản thân được nâng lên; ngược lại, danh tiếng tiêu cực sẽ làm suy yếu quá trình nhận dạng và niềm tin. Trong mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) và niềm tin tổ chức (OT), danh tiếng tổ chức có thể đóng vai trò điều tiết quan trọng. Khi danh tiếng tổ chức ở mức cao, các hoạt động CSR được nhân viên nhận thức sẽ càng được diễn giải như bằng chứng xác thực về giá trị đạo đức và định hướng bền vững của tổ chức. Điều này làm gia tăng hiệu ứng tích cực của PCSR đối với niềm tin tổ chức. Ngược lại, trong bối cảnh danh tiếng tổ chức yếu hoặc bị nghi ngờ, các hoạt động CSR dù được triển khai cũng có thể bị xem là hình thức hoặc đối phó, làm suy giảm tác động của PCSR đến niềm tin. Nói cách khác, theo SIT, danh tiếng tổ chức khuếch đại hoặc làm suy yếu quá trình nhận dạng của nhân viên với tổ chức. Khi danh tiếng cao, PCSR	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	trở thành nguồn củng cố mạnh mẽ niềm tin; khi danh tiếng thấp, tác động của PCSR đến niềm tin sẽ yếu hơn do thiếu nền tảng nhận dạng xã hội tích cực. Từ các lập luận lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm nêu trên, tác giả luận án đề xuất giả thuyết sau: <i>H6: Danh tiếng tổ chức (OR) có vai trò điều tiết mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) và niềm tin tổ chức (OT).</i>	
Về phương pháp và phạm vi nghiên cứu: phạm vi khảo sát chỉ giới hạn tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, làm giảm khả năng khái quát hóa kết quả cho toàn ngành thuốc bảo vệ thực vật trên phạm vi cả nước. Ngoài ra, luận án chưa	Ngay từ giai đoạn thiết kế nghiên cứu, luận án đã xác định rõ phạm vi khảo sát tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long và đồng thời đưa ra cơ sở lý luận cũng như thực tiễn để lý giải cho sự lựa chọn này. Cụ thể, Đồng bằng sông Cửu Long là vùng sản xuất nông nghiệp trọng điểm của Việt Nam, nơi tập trung nhiều doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất thuốc bảo vệ thực vật, một ngành có mức độ nhạy cảm cao về môi trường và trách nhiệm xã hội. Do đó, việc lựa chọn khu vực này không chỉ mang tính phù hợp về mặt bối cảnh nghiên cứu mà còn đảm bảo tính đại diện cho một môi trường đặc thù, nơi các vấn đề liên quan đến CSR có ý nghĩa thực tiễn rõ rệt. Vì phạm vi nghiên cứu đã được xác định có chủ đích ngay từ đầu, kèm theo lập	Trang 147

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
biện luận đầy đủ nguyên nhân loại bỏ một số biến quan sát trong quá trình phân tích	luận và căn cứ khoa học cụ thể, nên đây không được xem là một hạn chế của luận án cần điều chỉnh. Ngược lại, việc giới hạn phạm vi trong một bối cảnh địa lý cụ thể giúp tăng tính chiều sâu của phân tích, đảm bảo sự phù hợp của thang đo và mô hình nghiên cứu với đặc thù ngành và môi trường kinh tế – xã hội tại địa phương. Điều này góp phần nâng cao giá trị nội tại của nghiên cứu. Do đó, việc tập trung nghiên cứu tại Đồng bằng sông Cửu Long là một lựa chọn có cơ sở khoa học và chiến lược, phù hợp với mục tiêu nghiên cứu của luận án, thay vì là một hạn chế phương pháp luận. Tác giả đã biện luận đầy đủ nguyên nhân loại bỏ một số biến quan sát trong quá trình phân tích, cụ thể như: ❖ EWR8 bị loại ra khỏi nhân tố “Kết quả định hướng nhiệm vụ” và tiến hành kiểm định lần thứ hai. Việc loại bỏ biến quan sát EWR8 với nội dung “Nhân viên trong công ty này có năng lực trong mọi lĩnh vực công việc” khỏi thang đo Kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) là hoàn toàn hợp lý cả về mặt lý thuyết lẫn phương pháp đo lường. Thứ nhất, xét về nội hàm khái niệm, IRTP phản ánh mức độ hoàn thành nhiệm vụ theo mô tả công việc của cá nhân trong phạm vi chức	Trang 153

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
Luận án như chưa làm rõ các biện pháp kiểm soát sai lệch do dữ liệu tự báo cáo	danh cụ thể. Trong khi đó, biến EWR8 lại đánh giá năng lực tổng quát của “nhân viên trong công ty” và mở rộng sang “mọi lĩnh vực công việc”, vượt ra ngoài phạm vi nhiệm vụ cụ thể của một cá nhân. Điều này làm giảm tính tương thích nội dung giữa biến quan sát và khái niệm cần đo lường. Thứ hai, về mặt đo lường, cụm từ “mọi lĩnh vực công việc” mang tính khái quát cao, thiếu tiêu chí cụ thể và khó được người trả lời đánh giá một cách khách quan. Người tham gia khảo sát có thể diễn giải khác nhau về “mọi lĩnh vực”, dẫn đến sai lệch nhận thức và làm giảm độ tin cậy của thang đo. Ngoài ra, việc đánh giá năng lực chung của toàn bộ nhân viên trong công ty cũng có thể gây ra thiên lệch cảm tính, ảnh hưởng đến độ chính xác của dữ liệu. Thứ ba, trong phân tích định lượng (EFA/CFA/PLS-SEM), những biến quan sát mang tính bao quát hoặc mơ hồ thường có hệ số tải thấp, hệ số tương quan chéo cao hoặc làm giảm giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo. Do đó, việc loại bỏ EWR8 góp phần cải thiện độ tin cậy tổng hợp (CR), hệ số Cronbach’s Alpha và giá trị AVE của thang đo IRTP. Vì những lý do trên, việc loại bỏ biến EWR8 giúp đảm bảo tính	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	nhất quán khái niệm, nâng cao độ tin cậy và giá trị đo lường của thang đo Kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP), đồng thời làm tăng tính chính xác của mô hình nghiên cứu. Tác giả đã bổ sung nội dung này: Đối với kiểm soát sai lệch dữ liệu, để giải quyết mối quan ngại này, nghiên cứu hiện tại đã tuân thủ nghiêm ngặt các hướng dẫn về thủ tục do Podsakoff, MacKenzie, Lee và Podsakoff (2003) đề xuất nhằm kiểm soát sai lệch do phương pháp chung (common method bias – CMB). Cụ thể, nghiên cứu đã tiến hành kiểm định một nhân tố của Harman (Harman’s single-factor test) thông qua phân tích nhân tố khám phá (EFA). Đây là một trong những phương pháp được sử dụng phổ biến để đánh giá xem liệu phần lớn phương sai của các biến quan sát có bị chi phối bởi một nhân tố chung hay không – điều có thể phản ánh sự tồn tại của sai lệch phương pháp. Kết quả phân tích cho thấy không có một nhân tố đơn lẻ nào giải thích hơn 50% tổng phương sai của các biến quan sát. Điều này cho thấy dữ liệu không bị chi phối bởi một nguồn phương sai	

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	chung duy nhất, qua đó làm giảm lo ngại về hiện tượng các biến độc lập và phụ thuộc bị ảnh hưởng bởi cùng một phương pháp thu thập dữ liệu. Nói cách khác, các biến trong mô hình nghiên cứu có xu hướng phản ánh các cấu trúc khái niệm riêng biệt thay vì chỉ phản ánh một yếu tố chung do phương pháp đo lường tạo ra. Phát hiện này củng cố độ tin cậy và giá trị nội tại của nghiên cứu, cho thấy sai lệch phương pháp chung khó có khả năng ảnh hưởng đáng kể đến các mối quan hệ được kiểm định trong mô hình. Do đó, các kết luận rút ra từ kết quả phân tích có thể được xem là hợp lệ và đáng tin cậy, góp phần nâng cao tính chặt chẽ về phương pháp luận của nghiên cứu.	
Về thảo luận kết quả và hàm ý quản trị: phần thảo luận chưa đạt độ sâu cần thiết, chưa lý giải rõ nguyên nhân của những điểm khác biệt so với các nghiên cứu trước. Các hàm ý quản trị còn mang tính khái quát, cần bám sát hơn vào kết quả định lượng và đặc thù của doanh nghiệp sản xuất	Tác giả đã tiến hành chỉnh sửa và viết lại toàn bộ phần thảo luận và hàm ý nghiên cứu theo góp ý của Hội đồng, bảo đảm bám sát chặt chẽ vào kết quả phân tích định lượng và đặc thù của doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long	Trang 177 đến cuối bài

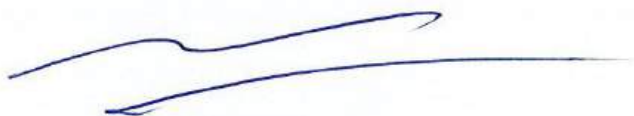
Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
thuốc bảo vệ thực vật		
Về hình thức trình bày: luận án cần được rà soát, chỉnh sửa kỹ lưỡng các lỗi về trích dẫn, tài liệu tham khảo, thuật ngữ học thuật và cách diễn đạt để đảm bảo chuẩn mực khoa học của một công trình luận án tiến sĩ	Tác giả đã rà soát và hiệu chỉnh theo góp ý	
2. Giải trình theo chốt lại tất cả những điểm cần bổ sung, sửa chữa trước khi nộp luận án cho Thư viện Quốc gia Việt Nam		
1. Làm rõ và nhấn mạnh tính cấp thiết của đề tài cả về phương diện thực tiễn, lý luận và khoảng trống nghiên cứu, nhằm khẳng định giá trị và sự cần thiết của luận án	Tác giả đã viết lại tính cấp thiết của đề tài theo góp ý	Từ trang 01- 06
2. Trình bày bổ sung mục tiêu nghiên cứu tổng quát của luận án để định hướng xuyên suốt nội dung và logic nghiên cứu	Tác giả đã bổ sung theo góp ý: 1.1.1. Mục tiêu tổng quát Nghiên cứu nhằm phân tích mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội của tổ chức (PCSR), niềm tin tổ chức (OT) và danh tiếng tổ chức (OR), đồng thời đánh giá vai trò trung gian của niềm tin tổ chức trong việc giải thích ảnh hưởng của PCSR đến các kết quả công việc của	Từ trang 06

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
	nhân viên, bao gồm kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) và hành vi công dân tổ chức đối với cá nhân (OCB-I) và tổ chức (OCB-O). Từ đó, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm nâng cao kết quả công việc của nhân viên đang làm việc tại viên trong lĩnh vực sản xuất thuốc BVTV tại ĐBSCL.	
3. Tăng cường biện luận học thuật trong việc phát triển các giả thuyết nghiên cứu, gắn kết chặt chẽ giữa lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm	Tác giả đã viết lại toàn bộ phần này	Trang 86-93
4. Cập nhật nghiên cứu có liên quan mang tính hiện đại, tái cấu trúc tổng quan tài liệu theo các vấn đề nghiên cứu trọng tâm, tránh trình bày dàn trải	Tác giả đã viết lại toàn bộ phần này	Trang 31-86
5. Bổ sung phân tích sự khác biệt về nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và kết quả công việc theo đặc điểm nhân khẩu học.	Luận án không có mục tiêu này, nên tác giả không thể tiến hành phân tích sự khác biệt, tác giả đã đưa vào phần hạn chế nghiên cứu	
6. Hiệu chỉnh các hàm ý quản trị bám sát kết quả nghiên cứu và phù hợp với đặc thù doanh nghiệp	Tác giả đã rà soát và hiệu chỉnh theo góp ý	Trang 197-197

Nội dung góp ý	Giải trình điều chỉnh	Ghi chú (trang)
sản xuất thuốc bảo vệ thực vật		
7. Rà soát toàn diện hình thức trình bày, trích dẫn, tài liệu tham khảo đúng qui định. Đặc biệt, rút gọn nội dung luận án, tập trung vào nội dung trọng tâm	Tác giả đã rà soát và hiệu chỉnh theo góp ý	Toàn bộ luận án

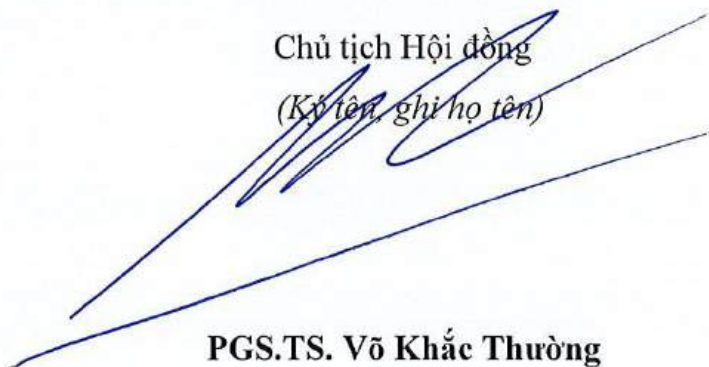
Cần Thơ, ngày 07 tháng 03 năm 2026

Người hướng dẫn
(Ký tên, ghi họ tên)



PGS.TS. Đào Duy Huân

Chủ tịch Hội đồng
(Ký tên, ghi họ tên)



PGS.TS. Võ Khắc Thường

Nghiên cứu sinh
(Ký tên, ghi họ tên)



Nguyễn Tấn Phước

Thư ký
(Ký tên, ghi họ tên)

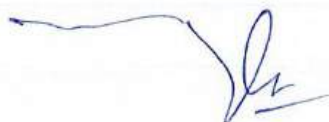


TS. Nguyễn Quốc Nghi

Thành viên hội đồng xem lại giải trình

Phản biện 3

(Ký tên, ghi họ tên)



PGS.TS. Lê Nguyễn Đoàn Khôi

XÁC NHẬN CỦA TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÂY ĐÔ



GS.TS. Trần Công Luận

**: Căn cứ vào Quyết nghị của Hội đồng đánh giá luận án cấp trường, những thành viên hội đồng (không phải là chủ tịch và thư ký) có yêu cầu hoặc được ủy quyền xem lại giải trình thì có phần xác nhận gồm họ tên và chữ ký của thành viên đó vào bản giải trình.*



Số: 660/XNTLDL

Cần Thơ, ngày 22 tháng 12 năm 2025

**XÁC NHẬN KẾT QUẢ KIỂM TRA TRÙNG LẬP DỮ LIỆU
CỦA KHÓA LUẬN/ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP/LUẬN ÁN TIẾN SĨ/GIÁO
TRÌNH/SÁCH VÀ TẠP CHÍ KHOA HỌC**

1. Thông tin

- Loại tài liệu

Khóa luận tốt nghiệp ☐ Đề án tốt nghiệp ☐ Luận án ☒

Giáo trình/Sách ☐ Tạp chí khoa học ☐

- Tên tài liệu: Tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức: Nghiên cứu thực nghiệm tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại Đồng bằng sông Cửu Long

- Tổng số trang (nội dung chính): 187

- Ngày kiểm tra: 22/12/2025 9:29:00 AM

- Họ tên: **Nguyễn Tấn Phước**

- Ngành đào tạo: Quản trị Kinh doanh

2. Kết quả kiểm tra

2.1. Tên hệ thống kiểm tra trùng lặp: <https://app.kiemtratailieu.vn/>

2.2. Kết quả kiểm tra trùng lặp: 20%

3. Kết luận

3.1. Kết quả kiểm tra có tỷ lệ trùng lặp so với Quy định liên chính học thuật của Trường

Phù hợp ☒

Chưa phù hợp ☐

3.2. QR Code kết quả lượt kiểm tra cuối



Lưu ý: Kết quả trùng lặp phụ thuộc vào dữ liệu hệ thống tại thời điểm kiểm tra

Người kiểm tra
(Ký và ghi rõ họ tên)

Mai Linh Cảnh



Trần Công Luận

✓ KiểmTraTàiLiệu

BÁO CÁO KIỂM TRA TRÙNG LẶP

Thông tin tài liệu

Tên tài liệu:	660. LUẬN ÁN_NỘP BÁO CÁO CẤP TRƯỜNG
Tác giả:	NCS. Nguyễn Tấn Phước
Điểm trùng lặp:	20
Thời gian tải lên:	09:29 22/12/2025
Thời gian sinh báo cáo:	09:34 22/12/2025
Các trang kiểm tra:	187/187 trang



Kết quả kiểm tra trùng lặp

20%

Có 20% nội dung trùng
lặp

80%

Có 80% nội
dung không
trùng lặp

0%

Có 0% nội dung
người dùng loại
trừ

0%

Có 0% nội dung
hệ thống bỏ qua

Nguồn trùng lặp tiêu biểu

[tailieu.vn](#) [123docz.net](#) [luanvan.moet.gov.vn](#)

