

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÂY ĐÔ



NGUYỄN TẤN PHƯỚC

BẢN TÓM TẮT

LUẬN ÁN TIẾN SĨ
QUẢN TRỊ KINH DOANH

CẦN THƠ, 2025

**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**

Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh

Mã ngành: 9340101

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, 2025

MỤC LỤC

MỤC LỤC	3
I. PHẦN MỞ ĐẦU	5
1.1. Giới thiệu	5
1.2. Lý do và tính cấp thiết của việc chọn đề tài	8
1.3. Khoảng trống cho nghiên cứu mới.....	8
1.4. Mục tiêu nghiên cứu	10
1.5. Đối tượng nghiên cứu	10
1.6. Đối tượng khảo sát.....	10
1.7. Phạm vi nghiên cứu	10
1.8. Câu hỏi nghiên cứu.....	11
1.9. Giả thuyết nghiên cứu	11
1.10. Mô hình nghiên cứu lý thuyết đề xuất	11
II. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU:	12
2.1. Nghiên cứu định tính	12
2.1.1. Quy trình nghiên cứu định tính	12
2.1.2. Với dữ liệu thứ cấp	13
2.1.3. Với dữ liệu sơ cấp	14
2.1.4. Thiết kế phỏng vấn sâu	14
2.1.5. Kết quả của phỏng vấn sâu.....	14
2.1.6. Thảo luận nhóm	14
2.1.7. Kết quả của thảo luận nhóm chuyên gia	15
2.1.8. Thang đo sơ bộ.....	21
2.1.1. Sơ đồ nghiên cứu.....	24
2.2. Nghiên cứu định lượng	24
2.2.1. Quy trình nghiên cứu định lượng	25
2.2.2. Cỡ mẫu cho khảo sát thử nghiệm (Pilot test).....	25
2.2.3. Thang đo Likert.....	26
2.2.4. Mã hóa dữ liệu	26
2.2.5. Cỡ mẫu cho khảo sát chính thức.....	26
III. TÓM TẮT KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU CHÍNH:	26

3.1.	Thông tin nhân khẩu học.....	26
3.2.	Kiểm định hệ số Cronbach's Alpha	26
3.3.	Phân tích nhân tố khám phá (EFA)	27
3.4.	Phân tích nhân tố khẳng định (CFA).....	28
3.5.	Kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính SEM	29
3.6.	Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu.....	33
IV.	KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ:	33
4.1.	Kết luận	33
4.2.	Đóng góp về lý thuyết và thực tiễn.	34
4.3.	Hạn chế.....	35
4.4.	Khuyến nghị hướng nghiên cứu tiếp theo.....	36

I. PHẦN MỞ ĐẦU

1.1. Giới thiệu

Nhận thức về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) và trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) ngày càng trở thành một yếu tố quan trọng quyết định sự thành công và phát triển bền vững của tổ chức doanh nghiệp. Với sự cạnh tranh gay gắt và yêu cầu phát triển bền vững ngày càng gia tăng, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) và đặc biệt là nhận thức của người lao động về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) đang dần trở thành những yếu tố then chốt trong việc định hình thành công và sự phát triển lâu dài của tổ chức. Khởi đầu từ công trình kinh điển của Carroll (1979), CSR được xác định trên ba khía cạnh chính: kinh tế, xã hội và môi trường. Mô hình này đã mở ra một cách tiếp cận mới cho doanh nghiệp, thay vì chỉ tập trung vào lợi nhuận, các tổ chức cần đặt mình vào mối quan hệ hài hòa với cộng đồng và môi trường sống, đồng thời tạo dựng uy tín thông qua cam kết thực hiện trách nhiệm xã hội.

Điều này không chỉ thúc đẩy sự chuyển dịch tư duy quản trị doanh nghiệp mà còn tác động đến nhận thức của nhân viên, những người trực tiếp cảm nhận và đánh giá các hoạt động trách nhiệm xã hội doanh nghiệp trong nội bộ tổ chức. Chính vì vậy, nhận thức về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) đã trở thành một biến số ngày càng được quan tâm trong các lĩnh vực như quản trị chiến lược, marketing, tài chính, quản trị nhân sự và môi trường. Nhiều nghiên cứu, tiêu biểu như của Choi và Yu (2014), đã chỉ ra mối liên hệ giữa trách nhiệm xã hội doanh nghiệp và hiệu quả tài chính doanh nghiệp (CFP), quản trị quan hệ khách hàng (CRM), cũng như hành vi tổ chức (OB).

Tại Việt Nam, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) đã bắt đầu được triển khai và nghiên cứu trong nhiều ngành nghề, từ ngân hàng đến nông nghiệp, ghi nhận những tác động tích cực trong việc nâng cao hình ảnh doanh nghiệp, thu hút nhân tài và cải thiện hiệu quả hoạt động. Tuy nhiên, trong những lĩnh vực đặc thù có ảnh hưởng mạnh đến môi trường và sức khỏe cộng đồng như sản xuất thuốc bảo vệ thực vật, các nghiên cứu liên quan đến trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) nói chung và nhận thức về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) nói riêng vẫn còn hạn chế, thậm chí chưa được khai thác. Trong khi đó, khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) là một vùng kinh tế trọng điểm trong cả nước đang đối mặt với nhiều vấn đề về môi trường và

phát triển kinh tế bền vững. Do đó, việc nghiên cứu về nhận thức về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) trong ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại ĐBSCL, xét trong mối quan hệ với kết quả công việc của nhân viên (EWR), là một yêu cầu cấp thiết mang ý nghĩa cả lý luận lẫn thực tiễn.

Nghiên cứu này nhằm mục tiêu khám phá tác động của nhận thức về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) đến kết quả công việc của nhân viên (EWR), đồng thời phân tích vai trò trung gian của niềm tin tổ chức (OT) và vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức (OR) trong mối quan hệ này. Qua đó, tác giả kỳ vọng xây dựng cơ sở để đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả làm việc của nhân viên, đóng góp cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp trong bối cảnh ngành đặc thù và vùng địa lý đặc thù.

Kết quả công việc của nhân viên (EWR), theo nhìn nhận của Story và Castanheira (2019) được xem là trách nhiệm cơ bản mà người lao động cần hoàn thành để xứng đáng với phần thù lao nhận được. Svyantek và cộng sự (1999) xác định đây là những mục tiêu mà người lao động phải đạt, đảm bảo các tiêu chí về hiệu suất công việc. Đồng quan điểm, Castanheira và Story (2019) nhấn mạnh kết quả công việc của nhân viên (EWR) là những hành vi hướng đến việc thực hiện nhiệm vụ được nêu trong bản mô tả công việc. Từ góc nhìn hiệu suất, Hakim (2020) và Dewa (2023) cho rằng EWR phản ánh khả năng làm việc hiệu quả của nhân viên. Trong khi đó, Sutrisno (2010) nhấn mạnh vai trò của con người như nguồn tài nguyên trọng yếu, và mọi nỗ lực cải thiện hiệu quả công việc đều phải bắt đầu từ việc xem xét hành vi của con người trong môi trường tổ chức.

Ở góc nhìn hệ thống, Soetopo và Kamsyach (2012) lập luận rằng hiệu quả công việc là kết quả của nỗ lực hợp tác giữa các cá nhân để đạt được mục tiêu tổ chức. Nhận định này được củng cố bởi các tác giả như Dewi (2012), Prawirosentono (2000) và Sutrisno (2010), khi cho rằng hiệu quả làm việc là sản phẩm của quá trình phối hợp trong nội bộ doanh nghiệp nhằm đáp ứng các nhu cầu vận hành. Cụ thể hơn, Bouckenooghe và cộng sự (2013) cùng Goodman và Svyantek (1999) nhấn mạnh rằng đánh giá kết quả công việc của nhân viên (EWR) cần dựa trên nhiều yếu tố như khả năng đạt mục tiêu, mức độ hoàn thành nhiệm vụ, sự đáp ứng các tiêu chuẩn nghề nghiệp và năng lực xử lý công việc ở mức cao.

Từ các quan điểm nêu trên, có thể hiểu rằng kết quả công việc của nhân viên (EWR) không chỉ là kết quả đầu ra về công việc mà còn phản ánh năng lực, trách nhiệm và hành vi tương tác trong tổ chức. Từ cách tiếp cận hiện đại, Borman và

Motowidlo (1993) phân chia kết quả công việc của nhân viên (EWR) thành hai thành phần chính: (1) Kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) và (2) Hành vi bối cảnh (CP). Trong khi đó, Rotundo và Sackett (2002) nhìn nhận mô hình với ba thành phần gồm: (1) Kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP), (2) Hành vi công dân tổ chức (OCB) và (3) Hành vi phá hoại (CWB). Với Hành vi công dân tổ chức (OCB) bao gồm hành vi hướng đến tổ chức (OCB-O) và hành vi hướng đến cá nhân (OCB-I).

Tuy nhiên, dựa trên bối cảnh ngành và mục tiêu nghiên cứu, qua việc thực tế, khảo sát chuyên gia, thảo luận nhóm, tác giả luận án lựa chọn đồng thuận với hai thành phần đầu tiên trong mô hình của Borman và Motowidlo (1993) và Rotundo và Sackett (2002) gồm (1) Kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP), (2) Hành vi công dân tổ chức (OCB) và đồng thuận với Rotundo và Sackett (2002) về Hành vi công dân tổ chức (OCB) bao gồm hành vi hướng đến tổ chức (OCB-O) và hành vi hướng đến cá nhân (OCB-I). Đồng thời, tác giả không đưa vào CWB như đề xuất của Rotundo và Sackett (2002) do đặc thù ngành thuốc bảo vệ thực vật và bối cảnh nghiên cứu không phù hợp để đánh giá hành vi phá hoại tiêu cực, nhất là khi mô hình gốc của Rotundo và Sackett được phát triển từ khảo sát định tính trên nhiều ngành nghề chung, không nhắm đến ngành cụ thể. Việc không đưa CWB vào nghiên cứu là có cơ sở, bởi trong ngành đặc thù như sản xuất thuốc bảo vệ thực vật, sự đánh giá hiệu quả công việc cần đặt trọng tâm vào năng lực thực hiện nhiệm vụ và hành vi hỗ trợ trong tổ chức. Theo Gomes (2010), hiệu suất không chỉ là kết quả cụ thể mà còn phản ánh hành vi của nhân viên trong việc hiện thực hóa mục tiêu tổ chức. Các hành vi công dân tổ chức (OCB) được nhiều nghiên cứu ghi nhận là có mối quan hệ tích cực với hiệu quả làm việc như Ridwan và cộng sự (2020); Chelagat và cộng sự (2015); Basu và cộng sự (2017); Al-Mahasneh (2015) và Sumarsi (2022).

Tóm lại, nghiên cứu này tập trung khám phá tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) đến kết quả công việc của nhân viên (EWR) trong ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại ĐBSCL, với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức (OT), vai trò điều tiết là Danh tiếng tổ chức (OR). Từ đó, tác giả hướng tới việc đề xuất giải pháp cải thiện kết quả công việc, đóng góp vào sự phát triển của các tổ chức doanh nghiệp. Tác giả, với cách tiếp cận này vừa đảm bảo tính kế thừa lý thuyết của Borman và Motowidlo (1993) và Rotundo và Sackett (2002), vừa phù hợp với thực tiễn ngành nghề, góp phần hoàn thiện khung lý thuyết về kết quả công việc trong môi trường tổ chức hiện đại.

1.2. Lý do và tính cấp thiết của việc chọn đề tài

Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), Nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) là một công cụ quan trọng giúp doanh nghiệp tăng cường năng lực cạnh tranh, xây dựng danh tiếng, thúc đẩy phát triển, mang lại hiệu quả cao trong hoạt động kinh doanh, sản xuất của doanh nghiệp. Các nghiên cứu quốc tế cho thấy CSR; PCSR của nhân viên trong tổ chức doanh nghiệp không chỉ mang lại lợi ích tài chính cho doanh nghiệp mà còn có tác động, ảnh hưởng mạnh mẽ đến kết quả phi tài chính như lòng tin của nhân viên, sự gắn kết và hành vi công dân tổ chức (OCB).

Tại Việt Nam, khái niệm CSR đã có các nghiên cứu liên quan và trong các ngành từ ngân hàng đến nông nghiệp, với những kết quả tốt trong việc nâng cao danh tiếng và hiệu quả hoạt động doanh nghiệp. Tuy nhiên, trong nhận thức về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) và trong lĩnh vực sản xuất thuốc bảo vệ thực vật, các ngành có tác động lớn đến môi trường và sức khỏe cộng đồng thì các nghiên cứu vẫn còn hạn chế và chưa có nghiên cứu.

Khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), nơi tập trung nhiều doanh nghiệp trong ngành, là một địa bàn kinh tế trọng điểm nhưng cũng đối mặt với nhiều thách thức về sự phát triển của tổ chức doanh nghiệp. Vì thế, rất cần có sự quan tâm đặc biệt đến CSR, đến PCSR nhằm vừa bảo vệ môi trường, vừa thúc đẩy phát triển bền vững cho tổ chức doanh nghiệp.

Vì lý do và sự cấp thiết đó, tác giả thực hiện nghiên cứu này và hướng tới làm rõ mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) và kết quả công việc của nhân viên (EWR) với vai trò trung gian là niềm tin tổ chức (OT) một yếu tố quan trọng nhưng chưa được nghiên cứu toàn diện tại Việt Nam, vai trò điều tiết là Danh tiếng tổ chức (OR), với các lý thuyết nền tảng như lý thuyết các bên liên quan, bản sắc xã hội và trao đổi xã hội. Qua đó, nghiên cứu góp phần nâng cao nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) và thực hành CSR trong ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại các tổ chức doanh nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long nói riêng, tại Việt Nam nói chung.

1.3. Khoảng trống cho nghiên cứu mới.

Nghiên cứu về tác động của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) đến kết quả công việc của nhân viên với vai trò trung gian của niềm tin tổ chức (OT)

đã trở thành chủ đề đáng chú ý. Mặc dù đã có nhiều nghiên cứu về CSR và niềm tin tổ chức, nhưng ứng dụng vào ngành sản xuất thuốc bảo vệ thực vật (BVTV), đặc biệt ở Việt Nam, vẫn là một lĩnh vực mới mẻ. Các nghiên cứu trước đây chủ yếu tập trung vào các ngành khác như ngân hàng, nông nghiệp với một số nghiên cứu đáng chú ý tại Việt Nam như của Nguyễn Thị Ngọc Phương và cộng sự (2019), Châu Thị Lệ Duyên (2018), Lê Hà Như Thảo và cộng sự (2023), Trần Thị Ninh (2020), Nguyễn Phạm Tuyết Anh và Châu Thị Lệ Duyên (2019), và Hoàng Thị Phương Thảo và Huỳnh Long Hồ (2015). Các nghiên cứu trên thế giới như nghiên cứu của 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) đã chỉ ra rằng CSR có thể tác động mạnh mẽ đến niềm tin tổ chức, hiệu quả công việc, và sự cam kết của nhân viên đối với tổ chức.

Trong lĩnh vực ngành sản xuất, thương mại thuốc Bảo vệ thực vật (BVTV), các nghiên cứu về CSR chủ yếu tập trung vào các khía cạnh bảo vệ môi trường, như giảm thiểu rác thải, tái chế nguyên vật liệu, tiết kiệm tài nguyên, và giảm ô nhiễm. Tuy nhiên, ít có nghiên cứu quan tâm đến nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR), ít đề cập đến các khía cạnh khác như trách nhiệm với nhân viên, khách hàng, và chính phủ. PCSR; CSR trong ngành này đòi hỏi sự chú trọng không chỉ đến lợi ích ngắn hạn mà còn phải xem xét đến tác động lâu dài đối với cộng đồng và môi trường, cũng như tạo dựng mối quan hệ bền vững với các bên liên quan.

Niềm tin tổ chức (OT) đã được chứng minh có tác động mạnh mẽ đến hiệu quả công việc của nhân viên. Các nghiên cứu của Yoon, Jang và Lee (2016), Park, Miao và Kim (2015), và Douglas, Merritt, Roberts và Watkins (2022) đã chỉ ra rằng OT có thể cải thiện hiệu quả công việc bằng cách tạo ra một môi trường làm việc tích cực và gắn kết nhân viên với tổ chức. Niềm tin tổ chức cũng ảnh hưởng đến hành vi công dân trong tổ chức (OCB), bao gồm cả hành vi công dân cá nhân (OCB-I) và hành vi công dân tổ chức (OCB-O). Các nghiên cứu của Ahmad và cộng sự (2020), Tourigny và cộng sự (2019), Podsakoff và cộng sự (1990) cho thấy rằng nhân viên có niềm tin cao vào tổ chức thường sẽ thể hiện các hành vi tích cực, như giúp đỡ đồng nghiệp và cam kết với mục tiêu của tổ chức.

Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện tại vẫn chưa đề cập trực tiếp đến tác động của niềm tin tổ chức đối với kết quả công việc của nhân viên theo các khía cạnh như kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP) hay hành vi công dân tổ chức (OCB). Đặc biệt,

ngiên cứu về mối quan hệ giữa CSR và niềm tin tổ chức trong ngành sản xuất thuốc BVTV vẫn chưa được khai thác sâu. Theo nghiên cứu của Janssen và Van Yperen (2004), kết quả định hướng nhiệm vụ bao gồm các yếu tố như hoàn thành nhiệm vụ mô tả công việc và đáp ứng yêu cầu công việc, điều này càng quan trọng trong ngành có yêu cầu khắt khe như sản xuất thuốc BVTV.

Như vậy, nghiên cứu này không chỉ làm rõ mối quan hệ giữa CSR, niềm tin tổ chức và kết quả công việc của nhân viên, mà còn mở rộng nghiên cứu trong ngành sản xuất thuốc BVTV tại Việt Nam, đặc biệt tại khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Đây là một khoảng trống lý thuyết cần được nghiên cứu và phát triển, với các giả thuyết nghiên cứu liên quan đến tác động của CSR đến niềm tin tổ chức và kết quả công việc trong lĩnh vực này.

1.4. Mục tiêu nghiên cứu

Tác giả luận án tiến hành nghiên cứu với các mục tiêu sau:

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 EWR (IRTP, OCB-I, OCB-O) thông qua niềm tin tổ chức.

1.5. Đối tượng nghiên cứu

Những 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 là niềm tin tổ chức (OT).

1.6. Đối tượng khảo sát

Nhân viên đã và đang làm việc tại các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật tại đồng bằng sông cửu long

1.7. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi không gian là các doanh nghiệp sản xuất thuốc bảo vệ thực vật khu vực đồng bằng sông Cửu Long.

Với Dữ liệu thứ cấp là trong giai đoạn từ năm 2021 –2022- 2023.

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

1.8. Câu hỏi nghiên cứu.

Với những mục tiêu nghiên cứu nêu trên, tác giả có các câu hỏi nghiên cứu sau:

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.

1.9. Giả thuyết nghiên cứu

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

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).

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

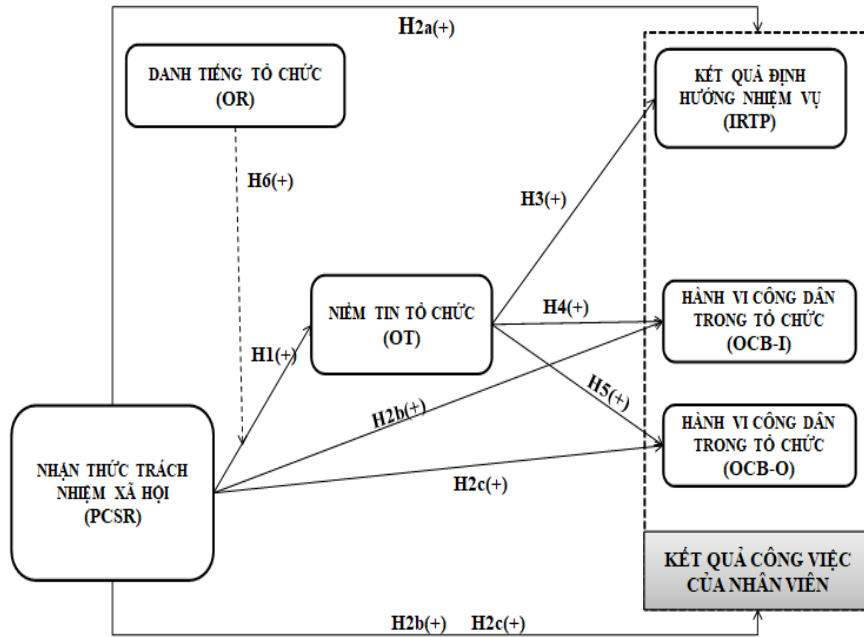
H4: Niềm tin tổ chức (OT) có tác động đến Hành vi công dân (OCB-I).

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

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

1.10. Mô hình nghiên cứu lý thuyết đề xuất

Mô hình nghiên cứu được tác giả luận án đề xuất như hình Hình 1 như sau:



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

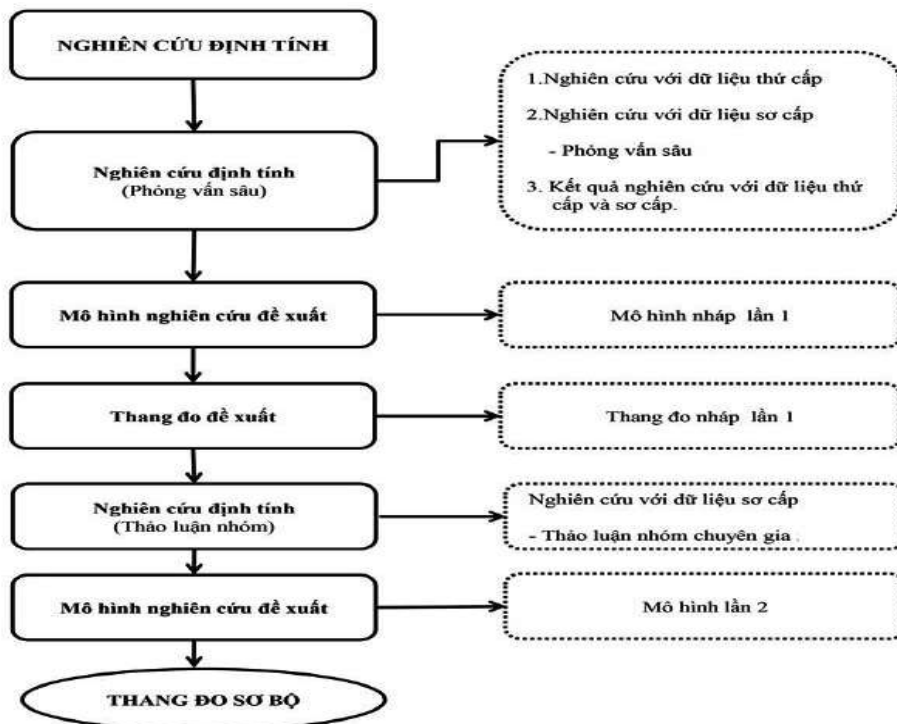
Nguồn: Tác giả luận án (2023)

II. 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**.

2.1. Nghiên cứu định tính

2.1.1. Quy trình nghiên cứu định tính



Hình 2: Quy trình nghiên cứu định tính

Nguồn: Tác giả luận án

2.1.2. Với dữ liệu thứ cấp

- **Phương pháp thu thập số liệu:** Tác giả luận án 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.

- **Phương pháp thống kê:** Phương pháp này nhằm 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.

- **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 (OCB-O), (OCB-I) mà mục tiêu của nghiên cứu nhắm tới.

- **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 (OCB-O), (OCB-I) 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.

2.1.3. Với dữ liệu sơ cấp

- **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 (OCB-I), (OCB-O)và (6) kết quả công việc của nhân viên. Những người tham gia phỏng vấn sâu được khuyến khích và khuyến khích nói chuyên sâu về chủ đề đang nghiên cứu.

- **Bão 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).

2.1.4. Thiết kế phỏng vấn sâu

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.

2.1.5. 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 trong Phụ lục 3 và tiến hành thảo luận nhóm.

2.1.6. Thảo luận nhóm

Quá trình thảo luận nhóm, tác giả căn cứ theo lý thuyết của Gundumogula (2020), thảo luận nhóm tập trung giúp khám phá các khía cạnh và thông tin mới

về nghiên cứu và Barnett (2002) việc 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, là một công cụ rất có giá trị cho nghiên cứu định tính. Về số lượng người tham gia thảo luận nhóm, Krueger (1994) nêu tối thiểu 03 người và tối đa là 12 người, đối với Twinn (1998) nhóm có từ 04 người đến 05 người. Tác giả luận án tổ chức thảo luận nhóm với số lượng người theo Krueger (1994) là 10 người. Chương trình và bố trí như sau:

- Điều hành thảo luận: **Nguyễn Tấn Phước**
- Thư ký ghi chép: **Nguyễn Linh Chi**
- Số lượng chuyên gia: Gồm 10 chuyên gia (Danh sách chi tiết Phụ lục 5), với CT001 đến CT008 là 1 người, CT009 có 2 người, tổng là 10 người.
- Nội dung gồm 6 phần như sau:
 1. Thảo luận và điều chỉnh 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 COB-I; OCB-O
 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: **Phòng họp của Công ty GAS Thu Ngọc (tác giả luận án)**
- 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**

2.1.7. 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. 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%. (phụ lục 6 Luận Án). Các ý kiến của chuyên gia xác nhận độ phù hợp và sự điều chỉnh thuộc tính, từ ngữ của thang đo (Bảng 1)

Bảng 1: Bảng kết quả đề xuất điều chỉnh thang đo

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 well-being 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%
I.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%
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	(Turker,	Quyền lợi	Công ty tôi bảo vệ quyền lợi người tiêu	Đồng ý

	requirements Công ty chúng tôi bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng ngoài các yêu cầu pháp lý	2009)	người tiêu dùng	dùng vượt các yêu cầu pháp lý.	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 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%
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 (OCB-I)	Tỷ lệ	Khía cạnh	Hành vi công dân -Cá nhân (OCB-I)	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. Cố gắng tránh gây rắc rối cho đồng nghiệp.	Podsakoff và cộng sự (1990)	Tránh gây rắc rối	Nhân viên trong 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 (OCB-O)	Tỷ lệ	Khía cạnh	Hành vi công dân –Tổ chức(OCB-O)	Tỷ lệ
1	Attendance at work is above the norm. Sự tham gia làm việc vượt quá định mức.	Williams và Anderson (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	Chaudhary (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	Chaudhary (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 VanYperen (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 VanYperen (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 VanYperen (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 VanYperen (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 job-related 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%

Nguồn: Tác giả luận án.

2.1.8. 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 OT1-OT5; 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 (OCB-I) và hành vi đối với tổ chức (OCB-O) và mã hóa từ EWR1-EWR20; Kết quả thang đo (Bảng 2 (xem chi tiết phụ lục 8 Luận Án))

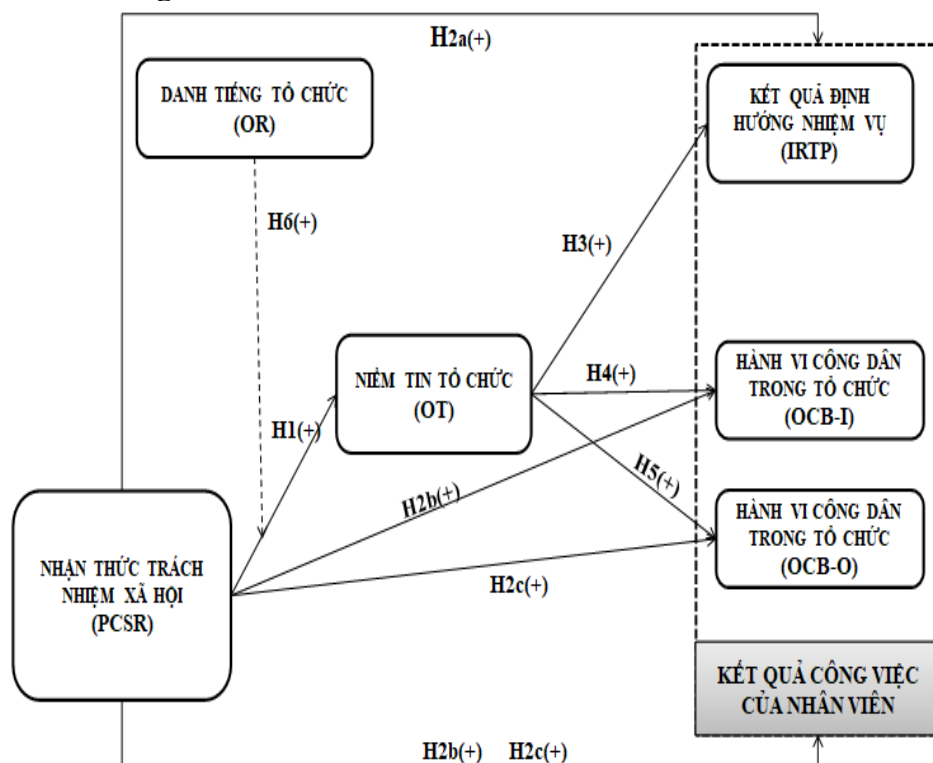
Bảng 2: Thang đo sơ bộ

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(OCB-I)	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(OCB-O)	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.					

2.1.1. Sơ đồ nghiên cứu.



Hình 3.2: Mô hình nghiên cứu sau thao luận nhóm

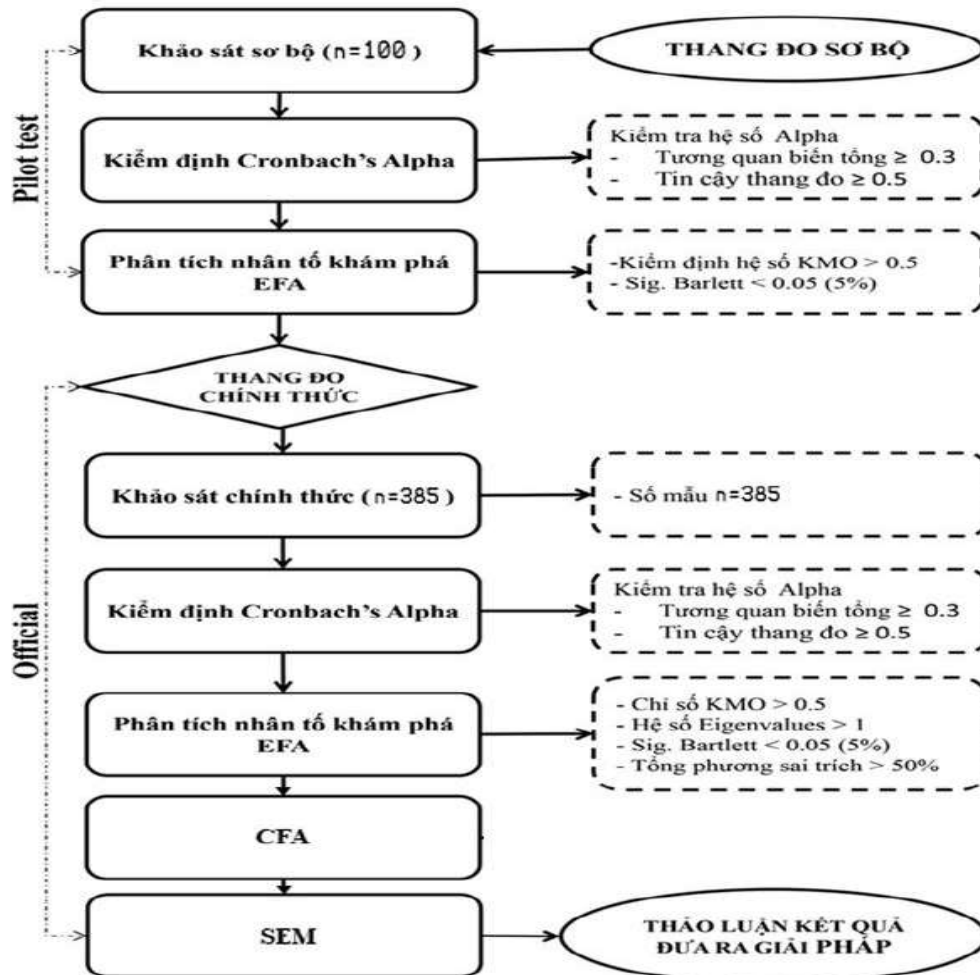
Nguồn: Tác giả luận án

2.2. 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.

2.2.1. Quy trình nghiên cứu định lượng



Hình 1: Quy trình nghiên cứu định lượng

Nguồn: Tác giả luận án tổng hợp

2.2.2. Cỡ mẫu cho khảo sát thử nghiệm (Pilot test)

Theo Hill (1998), nghiên cứu khảo sát thử nghiệm với cỡ mẫu đề xuất là $n=10$ đến $n=30$. 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 (Pilot test) là $n=100$ nhằm đáp ứng tất cả các đề xuất của các tác giả nghiên cứu trên.

2.2.3. Thang đo Likert

Tác giả luận án sử dụng thang đo Likert 5 mức độ của Rensis Likert (1932). Với 5 cấp 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;

2.2.4. Mã hóa dữ liệu

Tác giả mã hóa dữ liệu với :

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

2.2.5. Cỡ mẫu cho khảo sát chính thức

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

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

Tác giả luận án làm tròn là 385 mẫu

III. TÓM TẮT KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU CHÍNH:

3.1. Thông tin nhân khẩu học

Sau quá trình khảo sát từ ngày 15.08.2024 đến ngày 15.09.2024 với việc thực hiện gửi bảng khảo sát trực tiếp hoặc qua 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 các đặc điểm mẫu như: **Giới tính; Độ Tuổi; Tình trạng hôn nhân; Vị trí công việc; Trình độ học vấn; Mức thu nhập/tháng.** Tất cả yếu tố này đều phù hợp và đáp ứng yêu cầu cho quá trình nghiên cứu các bước tiếp theo.

3.2. Kiểm định hệ số Cronbach's Alpha

Quá trình kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha của các biến quan sát trong mỗi thang đo đều cho giá trị **Cronbach's Alpha** > 0,6 và các biến quan sát PCSR - Các bên liên quan; PCSR - Nhân viên; PCSR - Khách hàng; PCSR - Chính phủ; OR - Danh tiếng; OT - Niềm tin; EWR - Định hướng nhiệm vụ; EWR - OCB-I; EWR - OCB-O đều có tương quan biến tổng lớn hơn 0,3. Do đó, các biến quan sát đều được

giữ lại và các thang đo này đều đáp ứng độ tin cậy, 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.

3.3. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo đã nêu trên, tác giả tiếp tục phân tích nhân tố dựa trên 43 biến quan sát của các nhân tố trong mô hình đề xuất ban đầu. Kết quả 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, $df = 903$, $Sig. = 0.000 < 0.05$). 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 (Phụ lục 12 Luận án)

Bảng 3. Ma trận nhân tố xoay trong phân tích EFA

Biến quan sát	Nhân tố								
	IRTP	OR	OT	OCB-I	OCB-O	PCSR-B	PCSR-A	PCSR-D	PCSR-C
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						
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			

Biến quan sát	Nhân tố								
	IRTP	OR	OT	OCB-I	OCB-O	PCSR-B	PCSR-A	PCSR-D	PCSR-C
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 3 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 về **Giá trị hội tụ; Giá trị phân biệt**. 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.

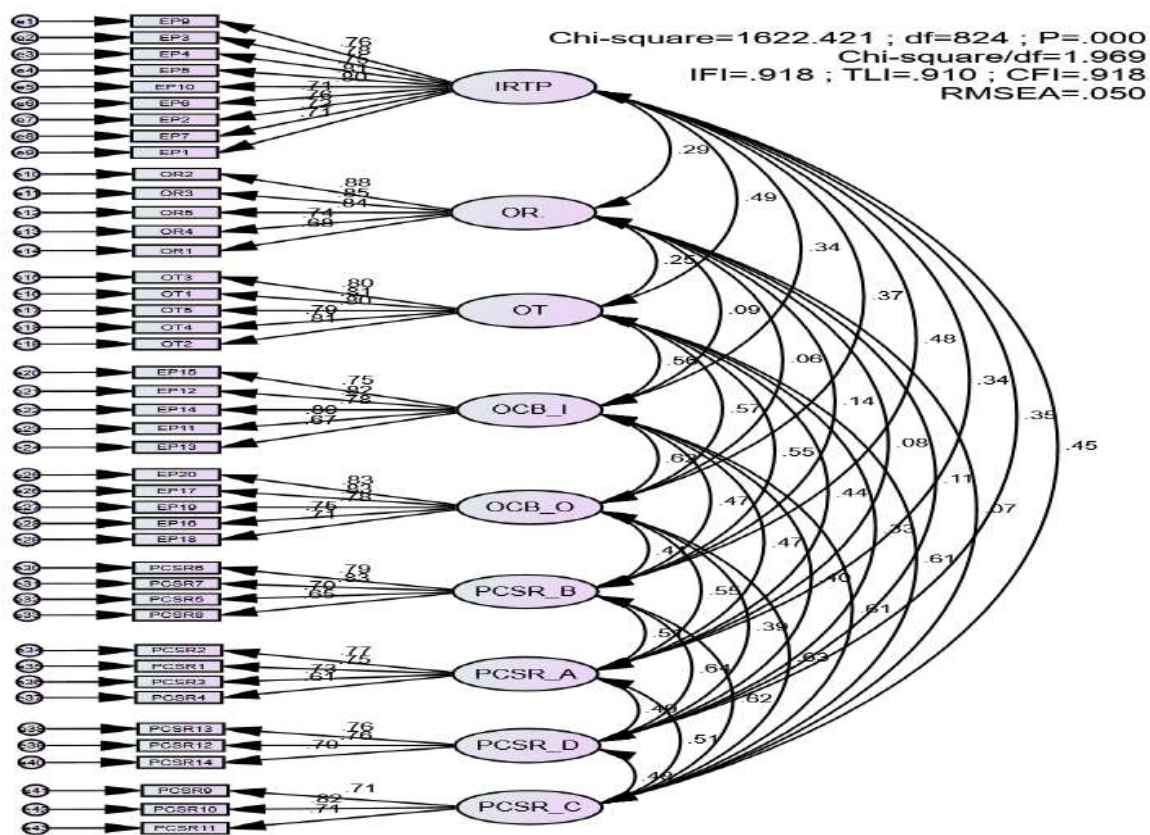
3.4. Phân tích nhân tố khẳng định (CFA)

Quá trình phân tích nhân tố khẳng định (CFA) nhằm (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.

Kết quả **Kiểm định tính đơn hướng và độ phù hợp với dữ liệu thị trường** 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 tới hạn đạt được tính đơn hướng và tương thích với dữ liệu thị trường. **Kiểm định giá trị hội tụ của thang đo** cho thấy thang đo đạt giá trị hội tụ nếu các trọng số hồi qui chuẩn hóa đều cao hơn 0,5 và phương sai trích $\geq 0,5$ vì các trọng số hồi qui đã chuẩn hóa của các biến quan sát có 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 các thang đo của các khái niệm nghiên cứu đều đạt giá trị hội tụ. **Đánh giá độ tin cậy của thang đo** cho thấy kết quả các giá trị độ tin cậy tổng hợp và tổng phương

sai rút trích của mỗi thang đo đều thỏa mãn yêu cầu $\rho_c > 0,6$ và $\rho_{vc} > 0,5$. Nên các thang đo đạt yêu cầu. **Kiểm định giá trị phân biệt của thang đo** cho thấy các hệ số tương quan r kèm với sai lệch chuẩn SE cho thấy chúng đều khác 1 và tại mức ý nghĩa $p < 0.05$. Vì thế, các thang đo đạt giá trị phân biệt, khẳng định sự khác biệt rõ ràng giữa các khái niệm trong mô hình.

Tóm lại, với các kết quả kiểm định tác giả luận án nêu trên, mô hình CFA tới hạn đã xây dựng là phù hợp với dữ liệu thu thập 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.



Hình 2: Kết quả CFA của mô hình đo lường tới hạn (chuẩn hóa)

3.5. Kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Quá trình kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính SEM; Kiểm định mối quan hệ giữa các nhân tố trong mô hình và Kiểm định mô hình với phương pháp **Bootstrap** cho thấy mô hình có 654 bậc tự do với giá trị thống kê Chi-bình phương là 1424.091 ($P\text{-value} = 0.000$); Chi-bình phương/df = 2,178 < 3; do đó ta xét thêm 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 kết quả ước lượng hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa cho

thấy các mối quan hệ đều có ý nghĩa thống kê ($p < 5\%$). Hình 3 là kết quả SEM của mô hình nghiên cứu (chuẩn hóa). Bảng 4: Trọng số chưa chuẩn hóa và Bảng 5: Trọng số chuẩn hóa của mô hình SEM.

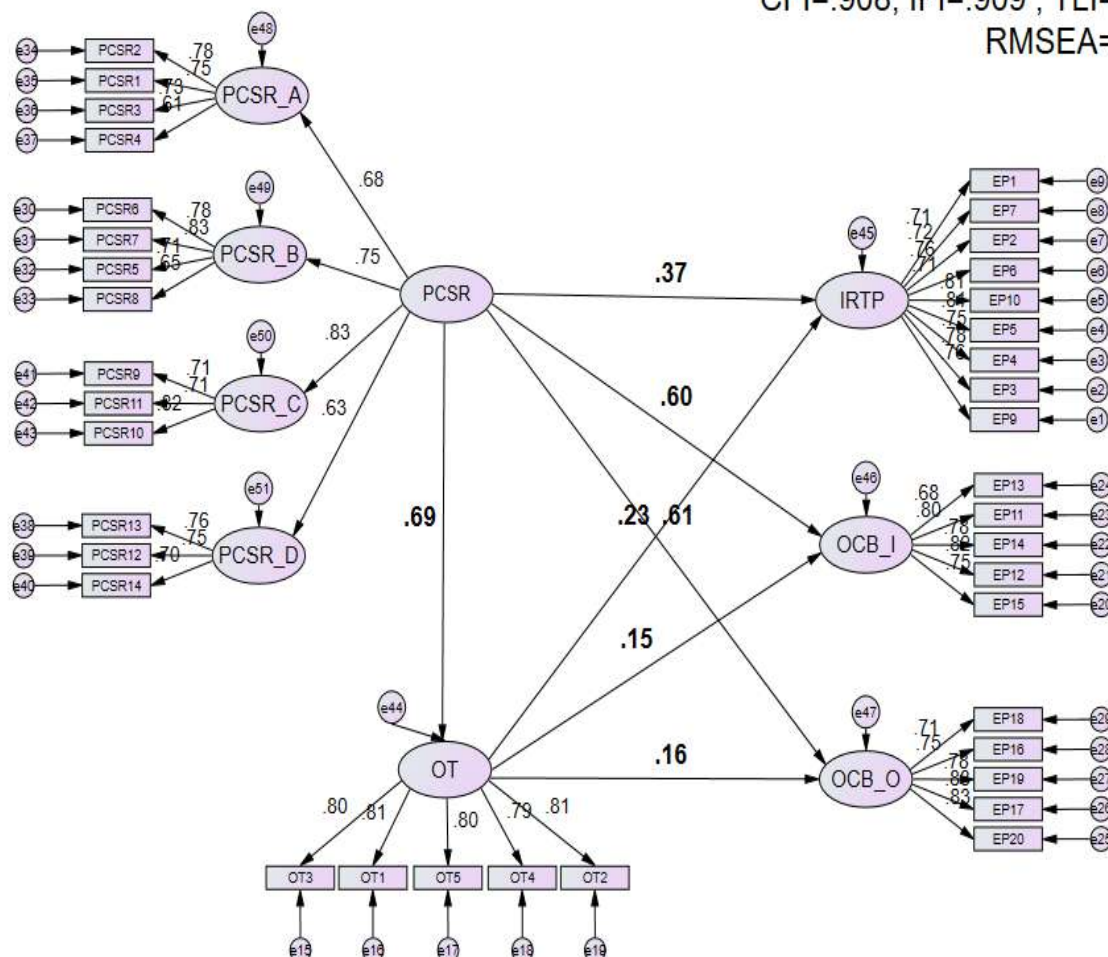
Hình 3. Kết quả SEM của mô hình nghiên cứu (chuẩn hóa)

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

Chi-square/df=2.178

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

RMSEA=.055



Bảng 4: Trọng số chưa chuẩn hóa

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

Bảng 5: Trọng số chuẩn hóa

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	0.140	0.068	2.068	0.039
OT	→	OCB_O	0.151	0.070	2.174	0.030

OT	→	OCB_I	0.153
OT	→	OCB_O	0.159

Từ kết quả phân tích, tác giả nhận thấy PCSR_A (trách nhiệm với các bên liên quan) có tác động quan trọng đến niềm tin tổ chức (OT), với dù hệ số hồi quy chuẩn hóa $\beta = 0.678$ thấp hơn so với PCSR_C và PCSR_B. PCSR_B (trách nhiệm với nhân viên) có $\beta = 0.747$, phản ánh vai trò của môi trường làm việc hỗ trợ và bảo vệ quyền lợi trong việc củng cố niềm tin. Trong khi đó, PCSR_C (trách nhiệm với khách hàng) có $\beta = 0.832$, cao nhất trong các nhóm, cho thấy cách doanh nghiệp đối xử với khách hàng ảnh hưởng mạnh mẽ đến niềm tin của nhân viên. PCSR_D (trách nhiệm với chính phủ) có $\beta = 0.634$, nhấn mạnh tầm quan trọng của việc tuân thủ pháp luật trong xây dựng niềm tin. Và yếu tố Niềm tin tổ chức (OT) đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy kết quả công việc. OT ảnh hưởng mạnh nhất đến IRTP (kết quả định hướng nhiệm vụ) với giá trị $\beta = 0.229$, cho thấy khi nhân viên tin tưởng tổ chức, họ tập trung và nỗ lực hoàn thành nhiệm vụ hiệu quả hơn. Tác động của OT đến hành vi công dân tổ chức (OCB_O) ở giá trị $\beta = 0.159$ cao hơn so với hành vi công dân cá nhân (OCB_I) $\beta = 0.153$, qua đó phản ánh niềm tin vào tổ chức thúc đẩy hành vi hướng đến lợi ích chung hơn lợi ích cá nhân. Khi Phân tích trực tiếp tác động của PCSR lên kết quả công việc cho thấy PCSR ảnh hưởng mạnh nhất đến OCB_O với giá trị $\beta = 0.606$, khẳng định nhận thức về trách nhiệm xã hội kích thích tinh thần cống hiến vì tổ chức. PCSR cũng ảnh hưởng đáng kể đến hành vi công dân ở OCB_I với giá trị $\beta = 0.602$, thể hiện xu hướng hỗ trợ đồng nghiệp và xây dựng quan hệ tích cực. Dù tác động lên IRTP thấp hơn có giá trị $\beta = 0.374$, thì PCSR vẫn giúp nâng cao hiệu quả công việc định hướng nhiệm vụ. Tóm lại, PCSR là yếu tố quan trọng thúc đẩy niềm tin tổ chức, hành vi công dân và kết quả công việc, góp phần nâng cao hiệu quả trong hoạt động tổ chức doanh nghiệp.

Đối với kết quả Kiểm định mô hình với phương pháp Bootstrap được trình bày tóm gọn trong Bảng 6

Bảng 6: Kết quả ước lượng mô hình (phương pháp Bootstrap)

	Parameter	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	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

Với kết quả ước lượng mô hình tổng hợp trong Bảng 4.10 cho thấy chênh lệch (Bias) của các hệ số rất nhỏ, khẳng định mô hình vẫn tin cậy với cỡ mẫu lớn. Cột Mean thể hiện hệ số hồi quy bootstrap, cột Bias là chênh lệch giữa Mean và giá trị ước lượng gốc, còn SE-Bias là sai số chuẩn của Bias. Giá trị C.R (Critical Ratios) được tính bằng Bias chia SE-Bias và so sánh với 1.96 (mức ý nghĩa 5%). Nếu $C.R < 1.96$, độ lệch không có ý nghĩa thống kê, mô hình được chấp nhận. Khi kiểm định vai trò điều tiết của danh tiếng tổ chức có kết quả thể hiện trong Bảng 7

Bảng 7: 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	381.0000
	.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

Thông tin trong Bảng 7 cũng cho thấy mô hình phù hợp với dữ liệu ($p = 0.000$), giải thích được 33.91% phương sai của OT. Trong tác động chính, nhận thức trách nhiệm xã hội có tác động dương và có ý nghĩa thống kê lên niềm tin tổ chức ($\text{coeff} = 0.7697$, $p = .0000$). Danh tiếng tổ chức có tác động dương và có ý nghĩa thống kê lên niềm tin tổ chức ($\text{coeff} = .1558$, $p = .0003$). Trong tác động điều tiết thì tương tác $\text{PCSR} * \text{OR}$ có ý nghĩa thống kê ($\text{coeff} = 0.1850$; $p = 0,0166$), hệ số tác động (+) 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. Vì thế, 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.

3.6. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Bảng 8: Kết quả kiểm định vai trò điều tiết

Giả thuyết				Hệ số hồi quy	Kết quả
H1	PCSR	→	OT	0.687	Chấp nhận
H2a	PCSR	→	IRTTP	0.374	Chấp nhận
H2b	PCSR	→	OCB-I	0.606	Chấp nhận
H2c	PCSR	→	OCB-O	0.602	Chấp nhận
H3	OT	→	IRTTP	0.229	Chấp nhận
H4	OT	→	OCB-I	0.153	Chấp nhận
H5	OT	→	OCB-O	0.159	Chấp nhận
H6	OR ↓ PCSR → OT			0.185	Chấp nhận

Từ kết quả Bảng 8 ước lượng mô hình lý thuyết và Bootstrap trong phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) cho thấy các mối quan hệ được giả thuyết trong mô hình lý thuyết có mức ý nghĩa P-value biến thiên từ 0.000 đến 0.005 đạt mức ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95% và các giả thuyết H1; H2a; H2b; H2c; H3; H4; H5; H6 đều được chấp nhận.

IV. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ:

4.1. Kết luận

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 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 sử dụng phương pháp định tính (phỏng vấn sâu và nhóm chuyên gia) và định lượng (khảo sát sơ bộ 100 mẫu, chính thức 385 mẫu). Dữ liệu phân tích bằng SPSS 4.2 qua các kỹ thuật gồm kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), nhân tố khẳng định (CFA), và mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM). Kết quả chỉ ra rằng Nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) ảnh hưởng tích cực đến Kết quả công việc của nhân viên (EWR) thông qua Niềm tin tổ chức (OT). Đối với khía cạnh PCSR bao gồm: Trách nhiệm với bên liên quan, nhân viên, khách hàng, và chính phủ. PCSR được chứng minh có tác động mạnh nhất đến niềm tin tổ chức với hệ số hồi quy $\beta = 0.687$. Niềm tin tổ chức sau đó ảnh hưởng đến các yếu tố như Hành vi công dân tổ chức ở cấp độ cá nhân (OCB-I) với hệ số $\beta = 0.153$, Hành vi công dân tổ chức ở cấp độ tổ chức (OCB-O) với hệ số $\beta = 0.159$, và kết quả định hướng nhiệm

vụ (IRTP) với hệ số $\beta = 0.229$. Trách nhiệm với khách hàng (PCSR_C) có tác động mạnh nhất đến niềm tin tổ chức ($\beta = 0.832$), phản ánh tầm quan trọng của sự minh bạch, công bằng trong xây dựng lòng tin. Trách nhiệm với nhân viên (PCSR_B) với hệ số $\beta = 0.747$ và chính phủ (PCSR_D) với hệ số $\beta = 0.634$ cũng đóng vai trò tích cực.

Đối với mô hình nghiên cứu thì kết quả chỉ ra có độ phù hợp cao với Chi-bình phương/df = $2.178 < 3$; CFI = 0.908; RMSEA = 0.055, như vậy thấy rõ các mối quan hệ đều có ý nghĩa thống kê. Sự tác động của PCSR đến các yếu tố được sắp xếp từ mạnh đến yếu (1) niềm tin tổ chức (OT), (2) OCB cấp độ cá nhân (OCB-I), (3) OCB cấp độ tổ chức (OCB-O), và (4) IRTP. Niềm tin tổ chức cũng có tác động tích cực lên OCB và IRTP. Danh tiếng tổ chức (OR) được xác định là yếu tố điều tiết, làm tăng cường mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) và niềm tin tổ chức (OT).

Kết quả nghiên cứu cũng đóng góp, hỗ trợ các lý thuyết trao đổi xã hội, lý thuyết hiệu suất kết quả, và lý thuyết các bên liên quan. Thực hiện CSR không chỉ mang lại giá trị xã hội mà còn tạo lợi ích kinh tế cho doanh nghiệp. Nghiên cứu mở rộng lý thuyết bằng việc xác định vai trò của danh tiếng tổ chức và mức độ ảnh hưởng của nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (PCSR) đến hành vi công dân tổ chức (OCB) và hiệu quả công việc nhân viên (EWR). Nhân viên có xu hướng gắn bó, cống hiến khi cảm nhận, nhận thức thấy doanh nghiệp có trách nhiệm với xã hội, cộng đồng.

Cuối cùng, kết quả nghiên cứu cũng gợi ý các hướng tiếp cận trong tương lai rằng nên mở rộng phạm vi các yếu tố điều tiết khác như đặc điểm kinh tế xã hội, môi trường làm việc..., và hành vi nhân viên trong các ngành đặc thù như sản xuất, kinh doanh thuốc bảo vệ thực vật. Điều này nhằm tối ưu hóa hiệu quả từ việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) và gia tăng hành vi tích cực của nhân viên trong tổ chức (OCB).

4.2. Đóng góp về lý thuyết và thực tiễn.

Kết quả của nghiên cứu này cũng chỉ ra rằng, vai trò quan trọng của nhận thức trách nhiệm xã hội (PCSR) trong việc thúc đẩy hiệu quả làm việc và phát triển tổ chức. Sự kết hợp giữa niềm tin tổ chức (OT) và kết quả công việc (EWR) không chỉ tạo môi trường làm việc tích cực mà còn khuyến khích hành vi công dân trong tổ chức (OCB). Với cấp độ tổ chức (OCB-O) và cấp độ cá nhân (OCB-I) cho thấy mối gắn kết giữa

người lao động và tổ chức không chỉ mang lại lợi ích cho tổ chức doanh nghiệp mà còn nâng cao sự hài lòng, hiệu suất làm việc của nhân viên với tổ chức doanh nghiệp.

Kết quả của nghiên cứu này cũng chỉ ra rằng, nhận thức PCSR thúc đẩy niềm tin tổ chức và hiệu quả công việc, đồng thời đóng góp vào giá trị văn hóa, xây dựng môi trường làm việc bền vững. Nghiên cứu này đã sử dụng các lý thuyết trách nhiệm xã hội, trao đổi xã hội, nhận dạng xã hội và các bên liên quan để giải thích mối liên hệ giữa PCSR, OT, và IRTP, OCB-O và OCB-I. PCSR được xác nhận là một yếu tố trung tâm, ảnh hưởng mạnh mẽ đến hiệu quả công việc thông qua vai trò trung gian của niềm tin tổ chức (OT).

Nghiên cứu cũng chỉ ra rằng thực tiễn CSR không chỉ mang lại lợi ích xã hội mà còn tạo giá trị chia sẻ cho doanh nghiệp và người lao động. Sự cam kết từ lãnh đạo và nhân viên trong việc thực hiện các giá trị trách nhiệm xã hội chính là chìa khóa để xây dựng tổ chức bền vững.

Đồng thời, nghiên cứu nhấn mạnh sự cần thiết phải tiếp tục tìm hiểu mối quan hệ giữa các yếu tố như CSR, PCSR, OT, danh tiếng tổ chức (OR), kết quả định hướng nhiệm vụ (IRTP), và các loại hành vi công dân gồm OCB-I, OCB-O. Điều này nhằm mục tiêu xây dựng tổ chức doanh nghiệp không chỉ thành công về kinh tế mà còn có trách nhiệm với xã hội, cộng đồng. Tập thể lãnh đạo và nhân viên trong tổ chức doanh nghiệp cũng cần cam kết thực hiện các giá trị này để tạo nền tảng cho sự phát triển lâu dài và bền vững của tổ chức doanh nghiệp.

Kết quả nghiên cứu này cũng chỉ ra rằng, nghiên cứu không chỉ đóng góp về mặt lý thuyết mà còn cung cấp thực tiễn quan trọng cho các tổ chức doanh nghiệp trong việc kết hợp trách nhiệm xã hội vào chiến lược kinh doanh, giúp doanh nghiệp phát triển toàn diện và mang lại lợi ích chung cho cộng đồng, xã hội.

4.3. Hạn chế

Trong nghiên cứu này, kết quả đạt được của nghiên cứu này thông qua các quá trình thảo luận, phân tích, kiểm tra, kiểm định, nghiên cứu định lượng, vẫn còn những hạn chế như: Nghiên cứu này mới chỉ giới hạn trong việc kiểm tra với số lượng mẫu $n=385$ mẫu, còn quá ít để nghiên cứu có thể bao quát cho toàn ngành thuốc bảo vệ thực vật, và khu vực khảo sát mới giới hạn ở khu vực đồng bằng Sông Cửu Long. Nghĩa là đang còn giới hạn về không gian địa lý và dữ liệu phân tích chưa đủ để có thể

bao quát cho toàn bộ ngành thuốc bảo vệ thực vật. Vì thế, cần có số mẫu khảo sát nhiều hơn và khảo sát ở nhiều doanh nghiệp cùng ngành hay khác ngành, thêm nhiều địa phương, tỉnh, thành phố khác để nghiên cứu có thể sâu hơn về nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR), đồng thời xác định mức độ ảnh hưởng sâu hơn đến niềm tin tổ chức (OT), tác động đến định hướng nhiệm vụ công việc của nhân viên (IRTP), tác động đến hành vi công dân trong tổ chức (OCB) nói chung, hành vi công dân trong tổ chức đối với cá nhân (OCB-I), hành vi công dân trong tổ chức đối với tổ chức (OCB-O) nói riêng. Việc mở rộng nghiên cứu ở nhiều doanh nghiệp hơn cùng với bảng câu hỏi của nghiên cứu này, có thể mở rộng thêm, nâng thêm về số lượng câu hỏi, biến quan sát, mở rộng thêm về các khía cạnh, thuộc tính nhằm gia tăng tính khái quát của nghiên cứu, tính bao phủ của nghiên cứu với toàn ngành thuốc bảo vệ thực vật. Trong nghiên cứu này, biến danh tiếng tổ chức (OR) đóng vai trò điều tiết cho mối quan hệ giữa nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR) với niềm tin tổ chức (OT), các nghiên cứu tiếp theo trong tương lai có thể xem xét tới các biến điều tiết khác như biến tầm nhìn của doanh nghiệp, sứ mạng của doanh nghiệp, kết quả của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, kết quả thực hiện nghĩa vụ pháp luật của doanh nghiệp, nhận thức lãnh đạo của doanh nghiệp...

4.4. Khuyến nghị hướng nghiên cứu tiếp theo

Kết quả của nghiên cứu này đã chỉ ra được các mối quan hệ, tác động giữa các yếu tố nhận thức trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (PCSR), niềm tin tổ chức (OT), định hướng nhiệm vụ công việc của nhân viên (IRTP), hành vi công dân trong tổ chức (OCB) nói chung, hành vi công dân trong tổ chức đối với cá nhân (OCB-I), hành vi công dân trong tổ chức đối với tổ chức (OCB-O) nói riêng, kết quả công việc của nhân viên (EWR). Bảng thang đo được tác giả luận án xây dựng từ việc phát triển các thang đo của các tác giả (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 VanYperen (2004); Goodman và Svyantek (1999) thông qua quá trình kết hợp điều tra, thảo luận nhóm chuyên gia để điều chỉnh, phát triển thành thang đo của nghiên cứu này với các thuộc tính mới trong thang đo, tiếp tục tác giả luận án tiến hành pilot test với 100 mẫu, chính thức với 385 mẫu, quá trình kiểm tra thang đo với hệ số Cronbach's Alpha, nhân tố khám phá EFA, nhân tố

khẳng định CFA, kiểm tra mô hình cấu trúc tuyến tính SEM. Và thu được kết quả thang đo, mô hình nghiên cứu là phù hợp, đảm bảo yếu tố khoa học trong nghiên cứu.

Với kết quả nghiên cứu thu được, với bảng thang đo được phát triển sẽ là tiền đề mở ra một hướng nghiên cứu tiếp theo cho toàn ngành thuốc bảo vệ thực vật. Vì thế, các nghiên cứu tương lai có thể kế thừa và chọn lựa thêm các nghiên cứu liên quan trong cùng ngành, xây dựng thêm cho bảng câu hỏi với những thuộc tính, khía cạnh mới và quá trình lấy mẫu nghiên cứu tương lai cần độ bao phủ rộng hơn, mở rộng thêm không gian địa lý tại các tỉnh thành khác nhau nhằm đạt được kết quả có thể đại diện, bao phủ rộng hơn cho toàn ngành thuốc bảo vệ thực vật và với ngành gần.