

# Mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội doanh nghiệp với niềm tin và sự cam kết gắn bó với tổ chức của nhân viên Công ty TNHH Lê Cường

LÊ THU HẠNH\*  
NGUYỄN THU TRÂM\*\*  
CHU PHƯƠNG LINH\*\*\*

## Tóm tắt

Bài viết nghiên cứu về mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) với niềm tin và cam kết gắn bó của nhân viên Công ty TNHH Lê Cường. Kết quả cho thấy, Trách nhiệm từ thiện; Trách nhiệm kinh tế; Trách nhiệm pháp lý; Trách nhiệm đạo đức và xã hội là 4 nhân tố có ảnh hưởng tích cực đến Niềm tin của nhân viên vào tổ chức và Cam kết gắn bó của nhân viên Công ty TNHH Lê Cường. Từ kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đưa ra một số hàm ý quản trị nhằm phát huy hơn nữa hiệu quả từ việc thực hiện CSR, giúp tăng cường niềm tin và cam kết gắn bó lâu dài trong tổ chức.

**Từ khóa:** trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, niềm tin, cam kết gắn bó

## Summary

This paper examines the relationship between corporate social responsibility (CSR), trust and attachment of employees to Le Cuong Co., Ltd. The result shows that four factors of Charity responsibility, Economic responsibility, Legal responsibility, Ethical and social responsibility have a positive influence on employees' trust and attachment to Le Cuong Co., Ltd. From the finding, the authors provide some governance implications to further promote the effectiveness of CSR implementation, strengthening trust and long-term commitment to the organization.

**Keywords:** corporate social responsibility, trust, attachment

## GIỚI THIỆU

Nhìn vào bức tranh toàn cảnh kinh tế ngày nay, có thể thấy CSR đang là một phần của “luật chơi” trong nền kinh tế thế giới. Việc tiếp cận với CSR và xây dựng chúng như một chiến lược phát triển không chỉ giúp doanh nghiệp phát triển kinh doanh lâu bền, mà còn là tạo ra hình ảnh tốt trong nhận thức của công chúng và thái độ tích cực của nhân viên đối với doanh nghiệp (Lee, Park, Lee, 2013). Chính vì vậy, mỗi doanh nghiệp khi muốn phát triển bền vững cần phải lưu tâm đến các hoạt động CSR. Bên cạnh đó, tổ chức cũng thiết lập niềm tin, bởi một doanh nghiệp có uy tín hay không chính là phụ thuộc vào đội ngũ nhân sự đáng tin, và tin vào tổ chức là mẫu chốt quan trọng. Ngoài ra, để tạo

nên lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp, thì vấn đề cam kết gắn bó của nhân viên là một khía cạnh quan trọng. Xuất phát từ những lập luận trên, nhóm tác giả đã chọn cách tiếp cận nội dung trong nghiên cứu về mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tới niềm tin và cam kết gắn bó với tổ chức của nhân viên: Trường hợp Công ty TNHH Lê Cường.

## CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

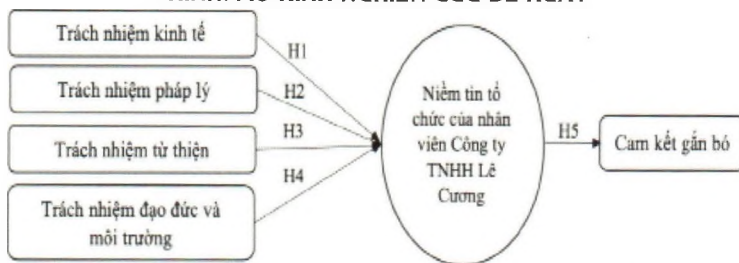
### Cơ sở lý thuyết

Định nghĩa về CSR phổ biến nhất là nhận định của Carroll (1979): “CSR bao gồm sự mong đợi của xã hội về kinh tế, luật pháp, đạo đức và lòng từ thiện đối với các tổ chức tại một thời điểm nhất định”. Nghiên cứu này dựa trên nền tảng cơ sở lý thuyết của mô hình, định nghĩa của Carroll (1979, 1991) để phân tích bởi đây là mô hình có tính khả thi cao, thích hợp với Công ty TNHH Lê Cường.

\* TS., \*\* ThS., \*\*\* , Học viện Ngân hàng

Ngày nhận bài: 16/5/2022; Ngày phản biện: 20/6/2022; Ngày duyệt đăng: 02/7/2022

HÌNH: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



Nguồn: Đề xuất của nhóm tác giả

BẢNG 1: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH CRONBACH'S ALPHA CỦA CÁC BIẾN

		Giá trị trung bình nếu xóa nhân tố	Tỷ lệ phương sai nếu xóa nhân tố	Hệ số tương quan biến tổng	Hệ số Cronbach's Alpha nếu xóa nhân tố
Trách nhiệm kinh tế Cronbach's Alpha = 0.798	KT1	16.16	8.006	.610	.749
	KT2	16.09	9.131	.564	.769
	KT3	16.20	8.360	.545	.769
	KT4	16.10	7.384	.668	.729
	KT5	16.10	8.089	.532	.776
Trách nhiệm pháp lý Cronbach's Alpha = 0.847	PL1	16.10	9.876	.612	.827
	PL2	16.17	9.848	.651	.818
	PL3	16.32	9.349	.633	.822
	PL4	16.15	9.454	.675	.811
	PL5	16.21	8.971	.710	.801
Trách nhiệm đạo đức và môi trường Cronbach's Alpha = 0.808	DD1	19.46	15.595	.570	.778
	DD2	19.52	15.071	.677	.754
	DD3	19.48	15.465	.640	.763
	DD4	19.46	14.365	.718	.743
	DD5	19.63	17.859	.270	.843
	DD6	19.37	15.513	.573	.777
Trách nhiệm từ thiện Cronbach's Alpha = 0.838	TT1	15.80	11.765	.676	.795
	TT2	15.68	12.579	.616	.812
	TT3	15.78	12.058	.644	.804
	TT4	15.65	12.082	.688	.792
	TT5	15.75	12.797	.578	.822
Niềm tin vào tổ chức của nhân viên Cronbach's Alpha = 0.877	NT1	12.06	4.497	.736	.842
	NT2	12.08	4.682	.688	.860
	NT3	12.07	4.511	.757	.833
	NT4	12.06	4.513	.757	.833
Cam kết gắn bó Cronbach's Alpha = 0.809	CK1	11.98	3.663	.651	.747
	CK2	11.83	3.946	.584	.779
	CK3	11.89	3.767	.641	.752
	CK4	11.93	3.832	.624	.760

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả

Nguyễn Ngọc Thắng (2010) đã có những nghiên cứu về nhân sự và rút ra các chính sách cho người lao động với CSR nhằm gia tăng lợi ích cho doanh nghiệp. Quan điểm về CSR của Lê Tuấn Bách (2015) thì cho thấy, lợi ích doanh nghiệp có được là nhờ việc thực hiện các hoạt động CSR. Nhận ra tầm quan trọng của CSR, học giả Lê Phước Hương và Lưu Tiến Thuận (2017) đã tập trung nghiên cứu vào doanh nghiệp nhỏ và vừa, hoàn thiện về mặt thể chế chung, bổ sung các biến trung gian và đưa ra các giải pháp nhằm tối đa hóa lợi nhuận từ các hoạt động CSR. Hồ Viết Tiến và Hồ Thị Vân Anh (2018) đã sử dụng mô hình kim tự tháp của Carroll (1979) để nghiên cứu CSR trên ba khía cạnh là: thể chế, tổ chức và cá nhân, cũng như đưa ra các phương pháp nghiên cứu thường được sử dụng trong nghiên cứu về CSR và các vấn đề về CSR đang được quan tâm.

Theo góc tiếp cận của Rodrigo và Arenas (2008), các hoạt động CSR được đưa ra để đánh giá thái độ và phản ứng của nhân viên trên cấp độ cơ sở. Nghiên cứu được tìm hiểu ở 2 công ty xây dựng tại Chile. Kết quả cho rằng việc thực hiện hoạt động CSR tạo ra 2 luồng thái độ của nhân viên: thái độ xã hội và thái độ tổ chức. Theo Lee và cộng sự (2013), mối quan hệ giữa CSR bao gồm các yếu tố: kinh tế, pháp luật, từ thiện, bắt buộc và bổ sung với niềm tin tổ chức được cho là rất cao. Tiếp đó, Claxton và cộng sự (2014) cũng nhận định rằng, việc để nhân viên tiếp xúc nhiều với các hoạt động CSR nội bộ sẽ làm gia tăng sự gắn kết hơn là chỉ tiếp xúc với các hoạt động CSR bên ngoài.

### Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Từ tiền đề của các nghiên cứu đi trước, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu về mối quan hệ giữa CSR tới niềm tin và cam kết gắn bó với tổ chức, trường hợp cụ thể tại Công ty TNHH Lê Cương (Hình) cùng với các giả thuyết nghiên cứu như sau:

**H1:** Trách nhiệm kinh tế có ảnh hưởng tích cực đến Niềm tin của nhân viên vào tổ chức.

**H2:** Trách nhiệm pháp lý có ảnh hưởng tích cực đến Niềm tin của nhân viên vào tổ chức.

**H3:** Trách nhiệm đạo đức và môi trường có ảnh hưởng tích cực đến Niềm tin của nhân viên vào tổ chức.

**H4:** Trách nhiệm từ thiện có ảnh hưởng tích cực đến Niềm tin của nhân viên vào tổ chức.

**H5:** Niềm tin của nhân viên vào tổ chức có ảnh hưởng tích cực đến Cam kết gắn bó của nhân viên với tổ chức.

### Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp định tính và định lượng, dữ liệu được ghi nhận tại Công ty TNHH Lê Cương với số mẫu là 123 nhân sự đang công tác tại Công ty. Thời gian điều tra, khảo sát được tiến hành từ tháng 2-5/2022 (Bài viết sử dụng cách viết số thập phân theo chuẩn quốc tế).

### KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

#### Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Từ kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha ở Bảng 1 có thể thấy, có 3 thang đo gồm: "Trách nhiệm kinh tế (KT)", "Trách nhiệm pháp lý (PL)",



“Trách nhiệm từ thiện (TT)” đảm bảo độ tin cậy, do hệ số tương quan biến tổng > 0.3 và hệ số Cronbach’s Alpha > 0.6. Ngoài ra, thang đo “Trách nhiệm đạo đức và môi trường (DD)” loại biến quan sát DD5, do không đảm bảo độ tin cậy.

**Phân tích nhân tố khám phá (EFA)**

**Phân tích EFA các biến độc lập.** Kết quả phân tích EFA lần thứ nhất cho thấy, hệ số KMO = 0.842 > 0.5 nên phân tích nhân tố là phù hợp. Sig. = 0,000 < 0.05 chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể.

Tuy nhiên, ma trận xoay nhân tố cho thấy, biến KT2 có hệ số tải yếu (< 0.5), do vậy loại biến KT2. Nhóm tác giả tiến hành phân tích nhân tố lần thứ hai với việc loại biến này cho thấy, hệ số KMO = 0.839 > 0.5, nên phân tích nhân tố là phù hợp. Sig. = 0.000 < 0.05 chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể.

**Phân tích EFA biến trung gian** Cam kết gắn bó (CK) cho thấy, hệ số KMO = 0.833 > 0.5, do đó việc phân tích nhân tố là phù hợp. Sig. = 0.000 < 0.05 chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể.

**Phân tích EFA biến phụ thuộc** cho thấy, hệ số KMO = 0.781 > 0.5, do đó việc phân tích nhân tố là phù hợp. Sig. = 0.000 < 0.05 chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể.

**Phân tích hồi quy**

**Phân tích hồi quy biến độc lập và biến phụ thuộc**

Kết quả phân tích tương quan giữa các biến cho thấy, tất cả các giá trị Sig. tương quan Pearson giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc đều < 0.05. Điều này chứng tỏ các biến độc lập đều có tương quan tuyến tính với biến phụ thuộc. Ngoài ra, hệ số tương quan giữa biến phụ thuộc và các biến độc lập đều dương, nên tương quan này là tương quan thuận (Bảng 2).

Kết quả kiểm định độ phù hợp của mô hình cho thấy, hệ số R<sup>2</sup> = 0.682 (khác 0) cho thấy, mô hình nghiên cứu phù hợp, R<sup>2</sup> hiệu chỉnh là 0.672 = 67.2% < R<sup>2</sup> đánh giá mức độ phù hợp của mô hình an toàn, đồng nghĩa với việc các biến độc lập được đưa vào chạy hồi quy ảnh hưởng tới 67.2% sự thay đổi của biến phụ thuộc.

Kết quả ở Bảng 3 cho thấy, trọng số hồi quy Beta của các biến độc lập đều có ý nghĩa thống kê, Sig. kiểm định của từng biến độc lập đều < 0.05. Bên cạnh

BẢNG 2: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH TƯƠNG QUAN GIỮA CÁC BIẾN

		Các mối tương quan					
		CK	NT	TT	DD	PL	KT
CK	Hệ số tương quan Pearson	1	.750**	.524**	.405**	.627**	.604**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	123	123	123	123	123	123
NT	Hệ số tương quan Pearson	.750**	1	.717**	.489**	.528**	.557**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	123	123	123	123	123	123
TT	Hệ số tương quan Pearson	.524**	.717**	1	.471**	.366**	.373**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	123	123	123	123	123	123
DD	Hệ số tương quan Pearson	.405**	.489**	.471**	1	.209*	.266**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.020	.003
	N	123	123	123	123	123	123
PL	Hệ số tương quan Pearson	.627**	.528**	.366**	.209*	1	.297**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.020		.001
	N	123	123	123	123	123	123
KT	Hệ số tương quan Pearson	.604**	.557**	.373**	.266**	.297**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.001	
	N	123	123	123	123	123	123

\*\* . Tương quan có ý nghĩa ở mức 0.01

\* . Tương quan có ý nghĩa ở mức 0.05

BẢNG 3: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỒI QUY TUYẾN TÍNH BỘT

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy đã chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Độ lệch chuẩn	Beta			Dung sai	VIF
I	Hằng số	.141	.264		.533	.595	
	TT	.367	.052	.452	7.110	.000	.666 1.501
	DD	.125	.049	.151	2.558	.012	.769 1.301
	PL	.230	.052	.250	4.406	.000	.836 1.197
	KT	.252	.053	.274	4.783	.000	.822 1.216

a. Biến phụ thuộc: NT

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của nhóm tác giả

đó, khi kiểm định đa cộng tuyến, hệ số phóng đại phương sai (VIF) các biến độc lập đều < 10, như vậy không có đa cộng tuyến xảy ra.

**Phân tích hồi quy biến trung gian**

Đánh giá sự phù hợp của mô hình cho thấy, hệ số R<sup>2</sup> = 0.563 (khác 0) cho thấy mô hình nghiên cứu phù hợp, R<sup>2</sup> hiệu chỉnh là 0.560 = 56.0% < R<sup>2</sup> đánh giá mức độ phù hợp của mô hình an toàn, đồng nghĩa với việc các biến độc lập được đưa vào chạy hồi quy ảnh hưởng tới 56.0% sự thay đổi của biến phụ thuộc.

Kết quả ở Bảng 4 cho thấy, biến NT có tác động lên biến CK do Sig. kiểm định = 0.000 < 0.05. Bên cạnh đó, khi kiểm định đa cộng tuyến, hệ số VIF < 10, như vậy không có đa cộng tuyến xảy ra.

**KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP**

**Kết luận**

Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 4 nhân tố đó là: Trách nhiệm từ thiện; Trách nhiệm kinh tế; Trách nhiệm pháp lý; Trách nhiệm đạo đức và môi trường có ảnh hưởng tích cực đến Niềm tin của nhân viên vào tổ

**BẢNG 4: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỒI QUY TUYẾN TÍNH BỘT**

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy đã chuẩn hóa	t	Sig.	Thông kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	Hệ số phóng đại phương sai
Hằng số	1.240	.222		5.591	.000		
NT	.679	.054	.750	12.491	.000	1.000	1.000

a. Biến phụ thuộc: CK

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu của tác giả

chức và Cam kết gắn bó của nhân viên Công ty TNHH Lê Cương.

**Một số đề xuất**

- *Đối với nhân tố Trách nhiệm từ thiện*, Công ty cần tham gia vào các hoạt động từ thiện theo nhiều hình thức khác nhau, như: ủng hộ cho các quỹ nhân ái hay cứu trợ đồng bào lũ lụt. Bên cạnh đó, có thể thành lập các quỹ hỗ trợ từ thiện để hoạt động từ thiện có hiệu quả hơn. Ngoài ra, Công ty có thể thành lập một phòng ban chuyên trách công tác xã hội, nhằm tham vấn cho lãnh đạo những chiến lược truyền thông về hỗ trợ từ thiện và những người đứng đầu cũng cần đưa ra các chính sách tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên tham gia, cũng như thu hút sự cộng tác cùng tiến của các doanh nghiệp bạn.

- *Đối với nhân tố Trách nhiệm kinh tế*, Công ty cần tạo ra môi trường làm việc với mức thù lao và đãi ngộ xứng đáng cho nhân viên (đào tạo kỹ năng bổ sung như: kỹ năng giao tiếp, kỹ năng quản lý và chăm sóc khách hàng...). Ngoài ra, Công ty có thể áp dụng các tiêu chuẩn như là ISO 9001, đầu tư trang thiết bị tân tiến nhằm giảm thiểu tỷ lệ sai sót với chất lượng đầu

ra, từ đó nâng cao uy tín hơn với người tiêu dùng và các bên liên quan (nhà đầu tư, đối tác...). Thêm vào đó, Công ty cần có những đợt đánh giá tình trạng sản phẩm, dịch vụ thường kỳ bằng cách lắng nghe phản hồi từ khách hàng, kiểm nghiệm lại sản phẩm trước khi đưa tới tay người tiêu dùng.

- *Đối với nhân tố Trách nhiệm pháp lý*, Công ty cần tuân thủ tinh thần “thượng tôn pháp luật”, như: không sử dụng lao động trẻ em, tạo điều kiện và bảo đảm quyền làm việc của người khuyết tật theo pháp luật Việt Nam, cũng như có sự minh bạch trong các vấn đề phúc lợi, lương thưởng. Bên cạnh đó, cũng cần bảo đảm an toàn, vệ sinh lao động cho đội ngũ nhân viên.

- *Đối với nhân tố Trách nhiệm đạo đức và môi trường*, Công ty cần phổ biến tới toàn bộ nhân sự trong Công ty về việc thay đổi nhận thức trong việc ứng xử với môi trường thông qua các cuộc họp, các buổi đào tạo tay nghề... Bên cạnh đó, có thể xây dựng bộ quy tắc ứng xử thiên nhiên, phù hợp với các tiêu chuẩn đạo đức về môi trường nhằm nâng cao việc thực hiện bảo vệ tài nguyên cho nhân viên. Ngoài ra, Công ty cần đổi mới sáng tạo, cũng như cải tiến công nghệ để tối ưu đầu nguồn nguyên liệu cho dây chuyền sản xuất. □

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Lê Tuấn Bách (2015). Phân tích những nhân tố thúc đẩy việc thực hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở thành phố Cần Thơ, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 25, 9-16
2. Hồ Viết Tiến và Hồ Thị Vân Anh (2018). Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong ngành dệt may Việt Nam: Trường hợp Công ty Cổ phần May Đáp Cầu, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Kinh tế và Kinh doanh*, 29
3. Nguyễn Ngọc Thắng (2010). Gắn quản trị nhân sự với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội*, 26, 232-238
4. Lê Phước Hương và Lưu Tiến Thuận (2017). Gắn quản trị nhân sự với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội*, 26, 232-238
5. Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate social performance, *Academy of Management Review*, 4, 497-505.
6. Carroll A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, (July/August), 39-48
7. Carroll A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct, *Business & Society*, 38(3)
8. Claxton và cộng sự (2014), Does corporate social responsibility impact on employee engagement?, *Journal of Workplace Learning*, 26(3/4), 232-247
9. Lee et al (2013). The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment, *The International Journal of Human Resource Management*, 18(10), 1701-1719
10. Rodrigo và Arenas (2008). Do Employees Care About CSR Programs?, A Typology of Employees According to their Attitudes, *Journal of Business Ethics*, 83, 265-283