BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

ĐẠI HỌC DUY TÂN

NGHIÊN CỨU TÁC ĐỘNG CỦA TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP ĐẾN LÒNG TRUNG THÀNH CỦA NHÂN VIÊN TRONG CÁC DOANH NGHIỆP KHOA HỌC CÔNG NGHỆ TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 9340101

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng, Năm 2026

CÔNG TRÌNH ĐƯỢC HOÀN THÀNH TẠI

ĐẠI HỌC DUY TÂN

Người hướng dẫn khoa học: **1. TS. Lê Nguyên Bảo**

2. TS. Võ Thanh Hải

Phản biện 1: .....

Phản biện 2: .....

Phản biện 3: .....

Luận án được bảo vệ tại Hội đồng đánh giá luận án cấp ..... họp tại Đại học Duy Tân vào lúc giờ ngày tháng năm 2026.

Có thể tìm hiểu luận án tại:

- Thư viện Quốc gia Việt Nam
- Trung tâm Thông tin tư liệu Đại học Duy Tân

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Xuất phát từ yêu cầu học thuật và thực tiễn, tác giả tiến hành thực hiện đề tài: "Nghiên cứu tác động của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đến lòng trung thành nhân viên của các doanh nghiệp khoa học công nghệ trên địa bàn thành phố Hà Nội", nhằm cung cấp những bằng chứng khoa học và hàm ý quản trị thiết thực, góp phần lấp đầy khoảng trống tri thức và hỗ trợ các doanh nghiệp KHCN xây dựng chiến lược nhân sự bền vững.

2. Mục tiêu nghiên cứu và câu hỏi nghiên cứu

2.1. Mục tiêu chung

Phân tích tác động của CSR đối với lòng trung thành của nhân viên trong các doanh nghiệp KH&CN tại Hà Nội. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất các hàm ý quản trị nhằm hỗ trợ nhà quản trị nâng cao mức độ trung thành của nhân viên thông qua việc tác động đến các biến trung gian.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Hệ thống hóa và biện giải mối quan hệ giữa CSR và lòng trung thành nhân viên thông qua tổng quan hệ thống.
- Hiệu chỉnh và kiểm định thang đo CSR, lòng trung thành nhân viên, sự hài lòng nhân viên, niềm tin tổ chức, hình ảnh tổ chức và sự phù hợp giữa cá nhân - tổ chức trong bối cảnh doanh nghiệp KH&CN Việt Nam.
- Đề xuất mô hình nghiên cứu và phân tích thực nghiệm nhằm kiểm định chiều hướng, mức độ và cơ chế tác động của CSR đối với lòng trung thành của nhân viên, bao gồm các biến trung gian.
- Kiểm định sự khác biệt về mức độ lòng trung thành của nhân viên theo đặc điểm cá nhân.
- Kiểm định sự khác biệt về các mối quan hệ trong mô hình giữa các nhóm nhân viên theo các đặc điểm cá nhân

3. Câu hỏi nghiên cứu

- Câu hỏi thứ nhất: Mối quan hệ giữa CSR và lòng trung thành nhân viên được thể hiện thế nào?
- Câu hỏi thứ hai: Thang đo CSR cũng như các thang đo lòng trung thành nhân viên, sự hài lòng nhân viên, niềm tin tổ chức, hình ảnh tổ chức và sự phù hợp giữa cá nhân - tổ chức có phù hợp trong bối cảnh doanh nghiệp KH&CN?

- Câu hỏi thứ ba: Chiều hướng, mức độ và cơ chế tác động của CSR cùng các biến trung gian đến lòng trung thành nhân viên được thể hiện như thế nào?
- Câu hỏi thứ tư: Liệu có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ lòng trung thành nhân viên giữa các nhóm đặc điểm nhân khẩu học khác nhau tại các doanh nghiệp KH&CN tại Hà Nội hay không?
- Câu hỏi thứ năm: Các mối quan hệ trong mô hình nghiên cứu có sự khác biệt như thế nào giữa các nhóm nhân viên có đặc điểm cá nhân khác nhau?
- Câu hỏi thứ sáu: Dựa trên các cơ chế đã xác định, cần đề xuất những hàm ý quản trị nào để nâng cao lòng trung thành nhân viên?

4. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu

- **Đối tượng nghiên cứu:** là sự tác động của CSR đến lòng trung thành nhân viên trong doanh nghiệp KH&CN thông qua các biến trung gian.
- **Đối tượng khảo sát:** Đối tượng khảo sát bao quát đầy đủ các thành phần nhân lực KH&CN theo quy định hiện hành
- **Phạm vi nghiên cứu**

  Nội dung: Luận án nghiên cứu mối quan hệ của CSR và lòng trung thành của nhân viên thông qua vai trò trung gian của các nhân tố: sự phù hợp giữa cá nhân - tổ chức (POF), sự hài lòng của nhân viên (SAT), niềm tin vào tổ chức (OT) và hình ảnh tổ chức (IMG).

  Không gian: Luận án thực hiện nghiên cứu đối với các doanh nghiệp KH&CN tại Hà Nội, Việt Nam.

  Thời gian: Đối với dữ liệu thứ cấp, các bài báo khoa học được đăng trên các tạp chí nước ngoài và trong nước được khảo sát trong tháng 3/2023, sau đó được cập nhật vào tháng 12/2025. Không có hạn chế về thời gian đối với các nghiên cứu thứ cấp. Đối với phỏng vấn chuyên gia và thảo luận nhóm, nghiên cứu được thực hiện vào tháng 4/2023. Khảo sát định lượng sơ bộ được thực hiện trong khoảng thời gian từ tháng 8/2023 đến tháng 10/2023. Khảo sát định lượng chính thức được thực hiện từ tháng 12/2023 đến tháng 06/2024.

5. Phương pháp nghiên cứu

Luận án này áp dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp, kết hợp giữa các phương pháp định tính và định lượng nhằm hoàn thành các mục tiêu nghiên cứu.

Phương pháp trắc lượng thư mục được thực hiện thông qua khai thác dữ liệu từ Web of Science, Semantic Scholar và Google Scholar, kết hợp phần mềm VOSviewer để trực quan hóa mạng lưới tri thức và xác định khoảng trống nghiên cứu. Tiếp theo, nghiên cứu áp dụng kỹ thuật định tính qua phỏng vấn sâu 07 chuyên gia và thảo luận nhóm nhằm hiệu chỉnh mô hình lý thuyết, bản địa hóa bảng hỏi phù hợp đặc thù doanh nghiệp KH&CN tại Hà Nội.

Giai đoạn hai tập trung vào phân tích định lượng nhằm đo lường các mối quan hệ cấu trúc, có vai trò của các biến kiểm soát . Sau nghiên cứu sơ bộ, khảo sát chính thức được triển khai trên mẫu gồm 479 nhân viên tại các doanh nghiệp KH&CN Hà Nội, sử dụng phần mềm SmartPLS 4để kiểm định dữ liệu. Quy trình phân tích bắt đầu bằng việc đánh giá mô hình đo lường qua hệ số tải, độ tin cậy, giá trị hội tụ và phân biệt. Cuối cùng, nghiên cứu thực hiện kỹ thuật Bootstrap (5.000 mẫu) để kiểm định hệ thống giả thuyết trực tiếp và trung gian. Đặc biệt, các phân tích nâng cao bao gồm kiểm định tính bất biến đo lường (MICOM), phân tích đa nhóm (PLS-MGA) và ma trận tầm quan trọng - hiệu suất (IPMA) được thực hiện để bóc tách sự phân hóa hành vi và định vị các tọa độ quản trị cốt lõi.

6. Những đóng góp mới của Luận án

6.1. Về mặt lý thuyết

Thứ nhất, luận án bối cảnh hóa thang đo CSR dành riêng cho doanh nghiệp KH&CN. Bằng việc tích hợp "Đổi mới sáng tạo" vào khung bộ ba bền vững cổ điển (kinh tế, xã hội, môi trường), nghiên cứu luận giải rằng đối với khối doanh nghiệp KH&CN, đổi mới sáng tạo không thuần túy là năng lực kỹ thuật mà là một nội dung biểu hiện của trách nhiệm xã hội. Khía cạnh này được cụ thể hóa qua các chỉ báo về bảo hộ sở hữu trí tuệ, cơ chế chia sẻ công bằng lợi ích tài sản trí tuệ và kiến tạo không gian sáng tạo an toàn cho người lao động.

Thứ hai, luận án kiểm định thành công mô hình cấu trúc bậc hai dạng phức hợp cho biến CSR. Kết quả thực nghiệm cung cấp bằng chứng khoa học làm rõ cơ chế truyền dẫn thông qua 4 biến trung gian đồng thời: sự phù hợp giữa cá nhân – tổ chức, sự hài lòng trong công việc, niềm tin tổ chức và hình ảnh doanh nghiệp. Mô hình giúp giải thích lộ trình chuyển hóa từ nhận thức khách quan của nhân viên về CSR thành các phản ứng tâm lý và lòng trung thành bền vững đối với tổ chức.

Thứ ba, luận án củng cố và tích hợp đồng bộ hệ thống ba lý thuyết nền tảng gồm lý thuyết trao đổi xã hội, lý thuyết nhận diện xã hội và lý thuyết các bên liên quan. Trong đó, SET đóng vai trò bao trùm giải thích cơ chế tương hỗ khi người lao động đáp lại nguồn lực phi vật chất từ CSR bằng thái độ tích cực. Góc nhìn này được củng cố bởi lý thuyết nhận diện xã hội về sự đồng điệu hệ giá trị cá nhân - tổ chức, và lý thuyết các bên liên quan khi tái khẳng định nhân viên là nhóm lợi ích nội bộ trọng tâm trong nền kinh tế tri thức

6.2. V*ề mặt thực tiễn*

Các doanh nghiệp đang cân nhắc triển khai CSR có thể áp dụng mô hình 4 trụ cột: môi trường – xã hội – kinh tế - đổi mới sáng tạo để tối ưu hóa hiệu quả hoạt động.

Giúp tổ chức không chỉ tương tác tốt với khách hàng mà còn nâng cao sự gắn kết của cộng đồng và đội ngũ nội bộ.

Cung cấp cơ sở khoa học cho các nhà hoạch định chính sách tại Hà Nội trong việc xây dựng cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp KH&CN thu hút và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao.

Làm phong phú hệ thống tài liệu về quản trị nhân sự, phát triển bền vững và marketing nội bộ trong bối cảnh nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam.

7. Bố cục nghiên cứu

Bố cục của luận án được chia thành các phần chính như sau:

Phần mở đầu

Phần nội dung bao gồm các chương:

Chương 1: Tổng quan nghiên cứu.

Chương 2: Cơ sở lý thuyết.

Chương 3: Thiết kế nghiên cứu.

Chương 4: Kết quả nghiên cứu.

Chương 5: Kết luận và hàm ý.

Phần kết luận

CHƯƠNG 1
TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CÓ LIÊN QUAN

1.1 TỔNG QUAN CÁC NGHIÊN CỨU CÓ LIÊN QUAN

1.1.1. Quy trình tìm kiếm và lựa chọn tài liệu tổng quan

1.1.2. Lòng trung thành nhân viên

1.1.2.1. Xu hướng lựa chọn ngành trong nghiên cứu về lòng trung thành của nhân viên

Các nghiên cứu quốc tế về lòng trung thành của nhân viên chủ yếu tập trung đa ngành và các lĩnh vực có tính tương tác cao như dịch vụ, y tế, sản xuất, trong khi khối ngành công nghệ vẫn chiếm tỷ lệ rất khiêm tốn. Tại Việt Nam, chủ đề này đã được thực hiện trong bối cảnh đa dạng, bao phủ từ các nhóm nhân khẩu học mang tính thế hệ đến các loại hình doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và sản xuất truyền thống. Đặc biệt, các ngành có tính cạnh tranh nguồn nhân lực chất lượng cao như tài chính - ngân hàng, công nghệ thông tin và kế toán - kiểm toán là những môi trường thu hút được nhiều sự quan tâm nghiên cứu nhất.

1.1.2.2. Nền tảng lý thuyết và phương pháp đo lường đánh giá trong các nghiên cứu

Trong các nghiên cứu quốc tế, lý thuyết trao đổi xã hội và nhận diện xã hội đóng vai trò nền tảng chủ đạo, kết hợp cùng các mô hình quản trị nguồn lực và phương pháp định lượng (SEM) để kiểm định mối quan hệ dẫn đến lòng trung thành của nhân viên. Bên cạnh nỗ lực đa dạng hóa các khung lý thuyết bổ trợ và duy trì khoảng 15% nghiên cứu phát triển lý thuyết, các thiết kế thuần định tính chủ yếu dựa trên phỏng vấn bán cấu trúc với quy mô mẫu nhỏ từ 11 đến 17 đối tượng. Tại Việt Nam, các công trình chủ yếu dựa trên mô hình quản trị nguồn nhân lực kinh điển và đang có sự dịch chuyển trong phương pháp nghiên cứu, từ đánh giá tác động trực tiếp sang kiểm định các cơ chế truyền dẫn gián tiếp thông qua các biến như sự hài lòng và sự gắn kết tổ chức.

1.1.2.3. Kết quả nghiên cứu về lòng trung thành nhân viên

Các nghiên cứu quốc tế chỉ ra rằng lòng trung thành của nhân viên đã chuyển dịch thành một kết quả tâm lý phức tạp được thúc đẩy bởi sự trao quyền, các giá trị đạo đức trong CSR, nhưng cũng dễ bị suy giảm trước các hành vi "tẩy xanh" hay thao túng thương hiệu nội bộ. Tại Việt Nam, lòng trung thành được định hình dựa trên sự hội tụ của nhóm yếu tố nền tảng như đãi ngộ tài chính đối với ngành sản xuất, ngân hàng, và môi trường làm việc đối với thế hệ Z cùng khối FDI. Đồng thời, cơ chế hình thành sự gắn kết lâu dài này chịu sự chi phối mạnh mẽ của các trạng thái tâm lý bên trong, nơi sự hài lòng công việc đóng vai trò là biến trung gian cốt lõi và sự trao quyền tự chủ là yếu tố đặc thù đối với nhân sự ngành chuyên môn sâu.

1.1.3. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

1.1.3.1. Mạng lưới hợp tác trong các nghiên cứu về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Mạng lưới nghiên cứu quốc tế về chủ đề này chứng kiến sự phân hóa rõ rệt với Trung Quốc giữ vai trò trung tâm về số lượng công bố, trong khi Vương quốc Anh đóng vai trò cầu nối cho khối các nước châu Âu và các quốc gia nói tiếng Anh. Sự liên kết học thuật toàn cầu được chia thành năm cụm màu đặc trưng theo vùng địa lý và truyền thống ngôn ngữ, trong đó các quốc gia như Ý, Tây Ban Nha hay Pháp đóng vai trò hạt nhân kết nối các tiểu vùng khác nhau. Tại Việt Nam, các nghiên cứu thực chứng về CSR dù phân bổ mật độ cao ở Thành phố Hồ Chí Minh, đồng bằng sông Cửu Long và miền Trung, nhưng việc tiếp cận chủ đề này gắn với khía cạnh đổi mới sáng tạo tại các doanh nghiệp KH&CN ở Hà Nội vẫn là một khoảng trống địa lý.

1.1.3.2. Nền tảng lý thuyết và phương pháp sử dụng trong nghiên cứu

Nghiên cứu quốc tế về CSR trên Web of Science hiện được dẫn dắt bởi hệ thống nhiều lý thuyết, đồng thời chứng kiến sự thống trị của phương pháp định lượng, dù các kỹ thuật khoa học dữ liệu hiện đại và phương pháp cấu trúc tập mờ (fsQCA) đang dần mở ra những góc nhìn mới. Tại Việt Nam, nền tảng lý thuyết giai đoạn 2013–2025 đã chuyển dịch mạnh mẽ từ việc định hình khái niệm CSR tự nguyện truyền thống sang tích hợp sâu các học thuyết về hành vi tổ chức, quản trị xanh và trách nhiệm số hóa mang tính thời đại. Đi đôi với sự thay đổi đó, phương pháp nghiên cứu của các học giả trong nước cũng có bước hội nhập sâu sắc từ phân tích tình huống, định tính đơn thuần sang ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính PLS-SEM đa chiều bậc cao và kỹ thuật trắc lượng thư mục bài bản.

1.1.3.3. Chủ đề nghiên cứu chính

Phân tích trắc lượng thư mục quốc tế cho thấy CSR đã chuyển dịch thành một chiến lược đa chiều gồm 5 cụm chủ đề, bóc tách toàn diện từ góc độ quản trị tài chính, hành vi khách hàng, truyền thông số hóa, đến tác động nội bộ và bối cảnh các ngành đặc thù tại các quốc gia đang phát triển. Tại Việt Nam, các công trình thực chứng trong hơn một thập kỷ qua được phân định rõ ràng thành hai nhánh tiếp cận chính hướng đến hai nhóm đối tượng cốt lõi là khách hàng và nhân viên. Trong khi nhánh khách hàng chứng minh CSR là tác nhân gia tăng niềm tin thương hiệu và ý định mua lại, thì nhánh nhân viên xác lập

vững chắc mối liên kết giữa cảm nhận CSR nội bộ với sự hài lòng công việc và lòng trung thành bền vững của người lao động.

1.1.4. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và lòng trung thành nhân viên

1.1.4.1. Bối cảnh trong các nghiên cứu về mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và lòng trung thành nhân viên

Nghiên cứu quốc tế về CSR chứng kiến sự chuyển dịch mạnh mẽ khi bối cảnh đa dạng hóa, từ các ngành công nghiệp nặng, dịch vụ thâm dụng lao động đến lĩnh vực công nghệ phần mềm và viễn thông trong nền kinh tế số. Xu hướng này cũng ghi nhận sự mở rộng đối tượng khảo sát sang các loại hình doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp do người thiểu số làm chủ, đồng thời sử dụng kết quả xếp hạng của bên thứ ba để tăng tính khách quan cho các phân tích định lượng. Tại Việt Nam, phương pháp lựa chọn bối cảnh thực chứng thể hiện sự phân hóa rõ rệt giữa hai hướng tiếp cận, bao gồm nghiên cứu chuyên sâu vào một trường hợp doanh nghiệp chế tạo FDI cụ thể hoặc khảo sát diện rộng, đa ngành, tại các doanh nghiệp quy mô lớn ở Thành phố Hồ Chí Minh.

1.1.4.2. Nền tảng lý thuyết sử dụng trong nghiên cứu

Nghiên cứu về CSR và lòng trung thành của nhân viên cho thấy sự chuyển dịch mạnh mẽ từ các học thuyết nền tảng như lý thuyết các bên liên quan sang mô hình trung gian nối tiếp SOR nhằm làm rõ chuỗi phản ứng tâm lý chuyển hóa từ chính sách tổ chức sang hành vi vi mô của người lao động. Về mặt phương pháp luận, hệ thống nghiên cứu chủ yếu ưu tiên mô hình định lượng cắt ngang thông qua các kỹ thuật cấu trúc tuyến tính phức tạp như PLS-SEM trên SmartPLS hoặc CB-SEM trên AMOS, bên cạnh sự xuất hiện chọn lọc của phương pháp hỗn hợp và phân tích chủ đề định tính. Tại Việt Nam, dù có sự đồng bộ trong việc ứng dụng các công cụ SEM hiện đại để kiểm định dữ liệu, các tác giả vẫn thể hiện lăng kính lý thuyết riêng biệt khi tiếp cận cấu trúc CSR theo góc độ các bên hữu quan hoặc phát triển dựa trên mô hình tháp kinh điển của Carroll.

1.1.4.3. Kết quả nghiên cứu chính

Hệ thống nghiên cứu quốc tế khẳng định CSR là nhân tố cốt lõi thúc đẩy lòng trung thành nội bộ thông qua các cơ chế tâm lý trung gian như niềm tin, sự phù hợp cá nhân - tổ chức, và niềm tự hào tại nơi làm việc. Sự cam kết gắn bó dài hạn này không chỉ bảo vệ nguồn

vốn tri thức của tổ chức mà còn chịu sự điều tiết mạnh mẽ bởi bối cảnh văn hóa tập thể và xu hướng dịch chuyển kỳ vọng, hướng tới các phúc lợi thực tế. Tại Việt Nam, các kết quả thực chứng đồng nhất chỉ ra rằng việc tuân thủ pháp luật thuần túy không phải là động lực chính, mà chính các hoạt động vượt trên sự bắt buộc như chính sách phúc lợi nhân văn, trách nhiệm thiện nguyện và đặc biệt là phát triển xanh mới là tác nhân quyết định tạo nên niềm tin và sự gắn kết bền vững của người lao động.

1.2. ĐÁNH GIÁ VÀ KHOẢNG TRỐNG NGHIÊN CỨU

1.2.1. Đánh giá chung

Tổng quan nghiên cứu cho thấy sự giao thoa giữa các học thuyết quản trị kinh điển, trong đó lý thuyết trao đổi xã hội và nhận diện xã hội được vận dụng khéo léo để khẳng định rằng nhân viên trung thành với tổ chức không chỉ vì lợi ích kinh tế mà còn vì niềm tự hào đạo đức. Về phương pháp luận và bối cảnh, các nghiên cứu chủ yếu ưu tiên phương pháp định lượng cắt ngang với các kỹ thuật phân tích hiện đại (SEM, fsQCA) và có sự đa dạng hóa đối tượng từ các ngành công nghiệp nặng đến dịch vụ cao cấp, tuy nhiên, vẫn thiếu vắng thiết kế nghiên cứu dọc cũng như có sự tập trung quá mức vào các thị trường mới nổi. Cuối cùng, các kết quả thực chứng đồng thuận rằng CSR tác động tích cực đến lòng trung thành thông qua một cơ chế đa tầng gián tiếp (niềm tin, sự hài lòng nhân viên, sự phù hợp cá nhân - tổ chức, hình ảnh tổ chức) và mối quan hệ này chịu sự điều tiết mạnh mẽ bởi yếu tố văn hóa và tính tập thể tại địa phương.

1.2.2. Khoảng trống nghiên cứu

Mặc dù chủ đề CSR và lòng trung thành của nhân viên đã được nghiên cứu rộng rãi, tổng quan tài liệu cho thấy vẫn tồn tại các khoảng trống lớn về việc thiếu thang đo CSR đặc thù cho khối doanh nghiệp KH&CN, sự hạn chế trong kết hợp phương pháp hỗn hợp và việc chưa tích hợp các lý thuyết phụ trợ để giải thích hành vi của lực lượng lao động tri thức cao. Ngoài ra, cơ chế chuyển hóa từ nhận thức CSR sang hành vi gắn bó của nhân viên vẫn chưa được giải thích trọn vẹn do các nghiên cứu trước đây thường chỉ xem xét đơn lẻ các biến trung gian thay vì xây dựng một mô hình tích hợp đa chiều. Để giải quyết các khoảng trống địa lý và bối cảnh này, luận án tập trung hiệu chỉnh thang đo, áp dụng phương pháp hỗn hợp và đồng thời kiểm định mạng lưới bốn biến trung gian (sự hài lòng, niềm tin, sự phù hợp cá nhân - tổ

chức, hình ảnh doanh nghiệp) tại các doanh nghiệp KH&CN trên địa bàn Hà Nội.

1.2.3. Hướng tiếp cận nghiên cứu của tác giả

Luận án áp dụng hướng tiếp cận bối cảnh hóa, đa lý thuyết và phương pháp hỗn hợp theo trình tự định tính - định lượng nhằm giải thích bản chất lòng trung thành của lực lượng lao động tri thức cao tại các doanh nghiệp KH&CN trên địa bàn Hà Nội. Mô hình nghiên cứu cấu trúc CSR như một biến bậc cao bốn thành phần (kinh tế, xã hội, môi trường, đổi mới sáng tạo) và giải thích lộ trình chuyển hóa hành vi thông qua mạng lưới bốn biến trung gian đồng thời gồm sự hài lòng, niềm tin, sự phù hợp cá nhân - tổ chức và hình ảnh doanh nghiệp. Cơ chế nhân quả này được vận hành dựa trên quy luật tương hỗ của lý thuyết trao đổi xã hội làm nền tảng bao trùm, kết hợp đồng bộ với lý thuyết nhận diện xã hội, lý thuyết các bên liên quan và khung đổi mới sáng tạo có trách nhiệm, nhằm đảm bảo tính thực tiễn cao nhất.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

CSR được xem là yếu tố quan trọng thúc đẩy phát triển bền vững và có thể gia tăng lòng trung thành của nhân viên. Các nghiên cứu trước đây tập trung nhiều vào ngành khách sạn, ngân hàng, giáo dục và sản xuất, trong khi lĩnh vực công nghệ còn ít được nghiên cứu. Phương pháp nghiên cứu chủ yếu là định lượng, với các yếu tố ảnh hưởng đa dạng như sự hài lòng công việc, văn hóa tổ chức, lãnh đạo đạo đức và công bằng. Nghiên cứu hiện tại hướng tới khảo sát nhân viên tại doanh nghiệp KH&CN ở Hà Nội, tập trung vào vai trò trung gian của sự hài lòng công việc và sự phù hợp cá nhân – tổ chức, cùng biến trung gian hình ảnh doanh nghiệp trong mối quan hệ giữa CSR và lòng trung thành.

CHƯƠNG 2
CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1. CÁC KHÁI NIỆM DÙNG TRONG NGHIÊN CỨU

2.1.1. Định nghĩa và đặc điểm doanh nghiệp khoa học và công nghệ

Doanh nghiệp KH&CN hoạt động trong một khuôn khổ pháp lý song song, vừa tuân thủ các quy định chung của pháp luật doanh nghiệp, vừa được hưởng các chính sách đặc thù theo Luật KH&CN và Nghị định 13 để thúc đẩy hoạt động đổi mới sáng tạo. Theo Luật KH&CN số 29/2013/QH13 của Quốc hội, doanh nghiệp KH&CN là:

"doanh nghiệp thực hiện sản xuất, kinh doanh, dịch vụ khoa học và công nghệ để tạo ra sản phẩm, hàng hóa từ kết quả nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ."

2.1.2. Nhân viên tại các doanh nghiệp khoa học và công nghệ

Bộ Khoa học - Công nghệ vận dụng khái niệm nêu trong Luật Khoa học - Công nghệ đã có quy định cụ thể hơn về quan niệm nhân lực khoa học và công nghệ gồm các đối tượng "Đã tốt nghiệp đại học, cao đẳng và làm việc trong một ngành khoa học và công nghệ; đã tốt nghiệp đại học, cao đẳng, nhưng không làm việc trong một ngành khoa học và công nghệ nào; chưa tốt nghiệp đại học, cao đẳng, nhưng làm một công việc trong một lĩnh vực khoa học và công nghệ đòi hỏi trình độ tương đương" (Nguyễn Thị Quỳnh Giang, 2015).

2.1.3. Lòng trung thành nhân viên

Trong luận án này, lòng trung thành nhân viên được tiếp cận tập trung dưới lăng kính lòng trung thành mang tính thái độ và ý định gắn bó với doanh nghiệp. Điều đó có thể lý giải rằng, đối với doanh nghiệp KH&CN, trong bối cảnh công nghệ thay đổi nhanh chóng, việc duy trì đội ngũ nhân sự trung thành chính là lợi thế chiến lược giúp doanh nghiệp thích ứng và phát triển bền vững.

2.1.4. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

2.1.4.1. Định nghĩa

Hopkins (2003) đưa ra một định nghĩa rõ ràng về CSR là "đối xử với các bên liên quan của doanh nghiệp một cách có đạo đức hoặc có trách nhiệm", một định nghĩa cho phép CSR được hiểu cả dưới góc độ đạo đức và chiến lược. Định nghĩa của Hopkins (2003) được xem là đặc biệt thuyết phục vì nó bao hàm bản chất của CSR, vừa là một nguyên tắc đạo đức, vừa là một chiến lược thực tiễn. Định nghĩa này không giả định rằng doanh nghiệp sẽ nhận được lợi ích tài chính, do đó phù hợp với các nguyên tắc đạo đức, nhưng đồng thời cũng không phủ nhận khả năng CSR có thể góp phần nâng cao lợi nhuận thông qua việc phục vụ các bên liên quan. Vì vậy, CSR, khi được định nghĩa theo cách này, cung cấp một khuôn khổ vững chắc cho cả nghiên cứu lý thuyết và ứng dụng thực tiễn.

2.1.4.2. Các thành phần CSR

Kế thừa mô hình tháp Carroll, khung bộ ba bền vững (3P) của Elkington và trường phái CSR nội bộ - ngoại vi, luận án thiết lập cấu trúc đo lường bậc hai theo dạng reflective-formative, gồm bốn thành phần nguyên nhân cốt lõi: trách nhiệm kinh tế, xã hội, môi trường và đổi mới sáng tạo có trách nhiệm. Trong bối cảnh các KH&CN tại Hà Nội, ba trụ

cột kinh tế, xã hội, môi trường đóng vai trò là hệ thống định vị giá trị đạo đức đối với lực lượng lao động tri thức, trong khi cấu phần đổi mới sáng tạo có trách nhiệm được tích hợp như một khía cạnh chiến lược đặc thù nhằm bao quát năng lực bảo hộ tài sản trí tuệ và quản trị rủi ro công nghệ. Sự kết hợp định hướng này biến bốn khía cạnh độc lập thành các yếu tố cấu thành chỉnh thể khái niệm CSR tổng thể, cho phép đánh giá chính xác trọng số đóng góp của từng phương diện trước khi chuyển hóa cảm nhận của người lao động thành lòng trung thành dài hạn.

2.1.5. Sự phù hợp giữa cá nhân – tổ chức

Trong nghiên cứu này, sự phù hợp giữa cá nhân - tổ chức được tiếp cận dưới góc độ đồng điệu về hệ giá trị giữa người lao động và doanh nghiệp. Đối với đặc thù của nhân sự khối KH&CN tại Hà Nội, sự phù hợp giữa cá nhân - tổ chức không dừng lại ở lợi ích kinh tế, mà cốt lõi là sự tương thích giữa lý tưởng nghề nghiệp, đạo đức công nghệ của cá nhân với sứ mệnh, trách nhiệm xã hội của tổ chức. Cách tiếp cận này bám sát mô hình hấp dẫn - tuyển chọn - rời bỏ (ASA) của Schneider (1987), minh chứng rằng người lao động tri thức sẽ bị thu hút và trung thành với những doanh nghiệp có hệ giá trị CSR đồng điệu với các giá trị bền vững mà họ theo đuổi.

2.1.6. Sự hài lòng nhân viên

Trong phạm vi luận án này, tác giả đồng tình với định nghĩa của Locke (1976) và đây là sự hài lòng nhân viên đối với công việc. Nhân viên sẽ so sánh giữa thực tế và kỳ vọng trong tâm trí trước khi trả lời các câu hỏi đó, và đó chính là cốt lõi trong định nghĩa của Locke (1976).

2.1.7. Niềm tin tổ chức

Từ các nghiên cứu đi trước, nghiên cứu này lựa chọn mô hình đặc điểm đối tượng được tin tưởng của Mayer và cộng sự (1995) làm khung tham chiếu chính để điều chỉnh các biến quan sát. Mayer và cộng sự (1995) cho rằng niềm tin tổ chức bao gồm kỳ vọng tích cực của các thành viên về năng lực, độ tin cậy và thiện chí của tổ chức, bao gồm cả niềm tin giữa các cá nhân và niềm tin vào thể chế

2.1.8. Hình ảnh doanh nghiệp

Trong phạm vi luận án nghiên cứu doanh nghiệp KH&CN, hình ảnh không chỉ là logo hay màu sắc thương hiệu, mà còn là uy tín chuyên gia và vị thế đổi mới sáng tạo. Do đó, định nghĩa của Alwi và cộng sự (2022) bao phủ được cả sự công nhận năng lực và niềm tự hào của người lao động.

2.2. CÁC LÝ THUYẾT NỀN GIẢI HÍCH VỀ LÒNG TRUNG THÀNH CỦA NHÂN VIÊN

2.2.1. Lý thuyết trao đổi xã hội

Thuyết trao đổi xã hội được hình thành từ các công trình nền tảng của Homans, Blau và Emerson, nhằm lý giải cách con người xây dựng và duy trì các mối quan hệ xã hội thông qua những hành vi trao đổi tự nguyện dựa trên kỳ vọng về lợi ích và phản hồi từ đối tác. Lý thuyết này nhấn mạnh rằng cam kết, lòng trung thành và niềm tin được hình thành theo thời gian thông qua các quy tắc trao đổi, trong đó nguyên tắc đáp trả đóng vai trò trọng yếu. Trong môi trường doanh nghiệp, lý thuyết này cho rằng mối quan hệ bền chặt giữa nhân viên, cấp trên và tổ chức, dựa trên sự tin tưởng, văn hóa đạo đức và lợi ích chung – chính là nền tảng của lòng trung thành. Các nghiên cứu hiện đại cũng chỉ ra rằng CSR, lãnh đạo đạo đức, chiến lược số hóa và phát triển bền vững đều góp phần củng cố sự hài lòng, gắn kết và cam kết của nhân viên. Tóm lại, lý thuyết này khẳng định khi tổ chức thể hiện trách nhiệm xã hội và xây dựng niềm tin

2.2.2. Khung khái niệm bộ ba bền vững

Khung lý thuyết bộ ba bền vững (TBL) của Elkington (1994) tái định nghĩa cách đo lường hiệu suất tổ chức bằng cách tích hợp đồng thời ba mục tiêu kinh tế, xã hội và môi trường, đồng thời tương thích chặt chẽ với các mục tiêu phát triển bền vững (SDGs) của Liên Hợp Quốc. Nhờ tính linh hoạt cao về mặt cấu trúc, mô hình TBL được ứng dụng rộng rãi từ quản trị doanh nghiệp vĩ mô, các báo cáo chiến lược CSR cho đến các lĩnh vực thâm dụng kỹ thuật cụ thể như sản xuất công nghiệp, năng lượng tái tạo, y tế và quy hoạch đô thị. Trong phạm vi luận án, khung lý thuyết TBL được bối cảnh hóa đặc thù cho các doanh nghiệp KH&CN tại Việt Nam, qua đó gắn liền khía cạnh kinh tế; khía cạnh môi trường; và khía cạnh xã hội,

2.2.3. Khung khái niệm đổi mới sáng tạo có trách nhiệm

Đổi mới sáng tạo có trách nhiệm (RI) là tiến trình quản lý tập thể mang tính dự báo nhằm vượt qua các giới hạn của mô hình truyền thống thông qua việc chủ động điều chỉnh công nghệ ở giai đoạn đầu, linh hoạt phản hồi và giải quyết nghịch lý kiểm soát. Tại Việt Nam, việc vận dụng khung lý thuyết này mang ý nghĩa chiến lược sâu sắc trong bối cảnh thúc đẩy chuyển đổi số và phát triển các lĩnh vực công nghệ tiên tiến thay đổi nhanh chóng. Trong khuôn khổ luận án, RI được chuyển hóa thành cấu phần "CSR đổi mới sáng tạo" đặc thù

nhằm đo lường cam kết đầu tư R&D, thể chế hóa luật sở hữu trí tuệ và bảo vệ quyền lợi kinh tế - chất xám cho nguồn nhân lực tri thức; từ đó khẳng định trách nhiệm xã hội lớn nhất của doanh nghiệp công nghệ chính là thực thi một tiến trình đổi mới có đạo đức.

2.2.4. Lý thuyết nhận diện xã hội

Lý thuyết nhận diện xã hội (SIT) do Tajfel và Turner (1979) phát triển khẳng định rằng sự phân chia nhóm, dù mang tính ngẫu nhiên, vẫn có thể kích hoạt thiên vị nhóm nội bộ và định kiến nhóm ngoại vi nhằm củng cố lòng tự trọng của cá nhân. Trong khuôn khổ luận án, SIT được vận dụng làm nền tảng cốt lõi để giải thích cơ chế truyền dẫn cảm tính của CSR đến lòng trung loyalty thông qua hai trạm trung chuyển là hình ảnh doanh nghiệp và sự phù hợp giữa cá nhân - tổ chức (POF). Theo đó, khi doanh nghiệp KH&CN thực thi CSR và đổi mới sáng tạo có trách nhiệm, họ sẽ kiến tạo một hình ảnh tổ chức uy tín giúp kích hoạt niềm tự hào nghề nghiệp sâu sắc của người lao động, đồng thời thúc đẩy sự đồng nhất hóa hệ giá trị cá nhân với bản sắc tổ chức để chuyển hóa thành lòng trung thành tự nguyện bền vững.

2.2.5. Lý thuyết các bên liên quan

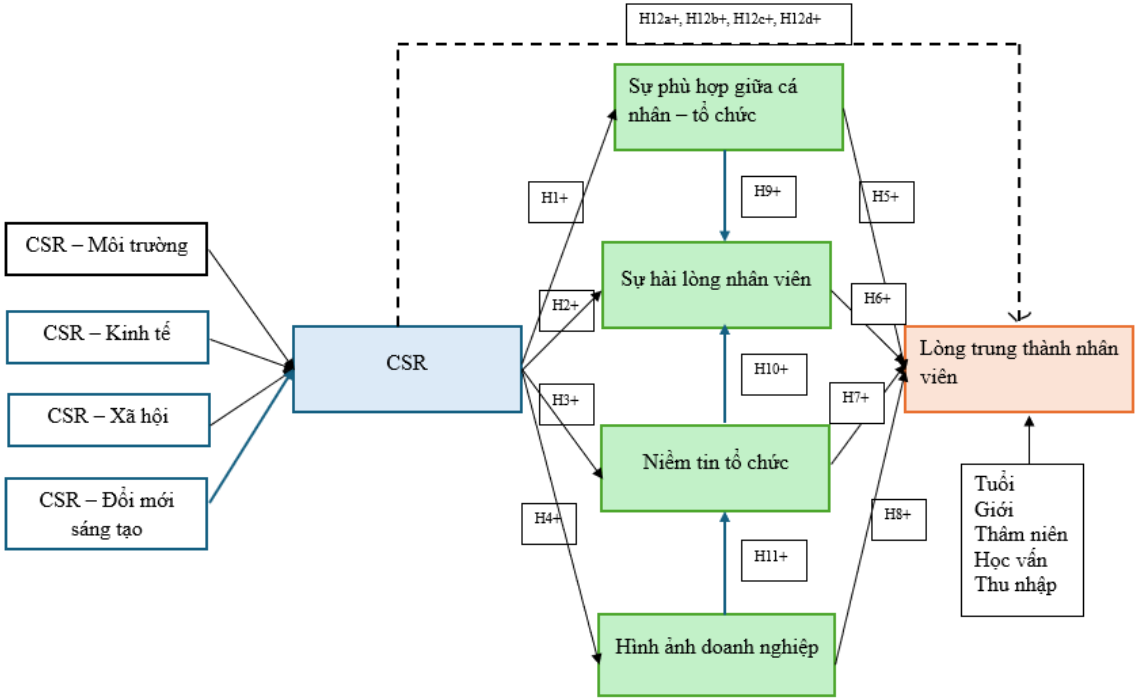
Lý thuyết các bên liên quan của Freeman (1984), kết hợp với ba cách tiếp cận của Donaldson và Preston (1995) cùng khung ưu tiên của Mitchell và cộng sự (1997), nhấn mạnh tầm quan trọng của việc hài hòa nhu cầu giữa các nhóm lợi ích có quyền lực, tính hợp pháp và tính cấp thiết thay vì chỉ tối đa hóa lợi nhuận cho cổ đông. Trong khuôn khổ luận án, lý thuyết này được vận dụng để giải thích sự hình thành lòng tin và sự hài lòng của nhân viên khi doanh nghiệp KH&CN chủ động đáp ứng các quyền lợi chính đáng của họ thông qua các chính sách an toàn, công bằng và bảo hộ tài sản trí tuệ. Bằng cách đặt người lao động vào vị trí trung tâm của chiến lược phát triển, việc thực thi đồng bộ CSR nội bộ và ngoại vi không chỉ khẳng định vị thế chiến lược của nhân sự tri thức mà còn chứng minh tính chính trực của ban lãnh đạo, từ đó củng cố vững chắc niềm tin của đội ngũ vào sự phát triển bền vững của tổ chức.

2.3. GIẢ THUYẾT VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Dựa trên khung lý thuyết đã trình bày, nghiên cứu này xây dựng mô hình kiểm định mối quan hệ giữa CSR và lòng trung thành nhân viên thông qua các biến trung gian, bao gồm sự phù hợp giữa cá nhân - tổ chức, sự hài lòng nhân viên, niềm tin tổ chức, và hình ảnh doanh nghiệp.

H1: CSR có tác động thuận chiều đến sự phù hợp giữa cá nhân - tổ chức
H2: CSR có tác động thuận chiều đến sự hài lòng nhân viên
H3: CSR có tác động thuận chiều đến niềm tin tổ chức
H4: CSR có tác động thuận chiều đến hình ảnh doanh nghiệp
H5: Sự phù hợp giữa cá nhân và tổ chức có tác động thuận chiều đến lòng trung thành nhân viên
H6: Sự hài lòng nhân viên có tác động thuận chiều đến lòng trung thành nhân viên
H7: Niềm tin tổ chức có tác động thuận chiều đến lòng trung thành nhân viên
H8: Hình ảnh doanh nghiệp có tác động thuận chiều đến lòng trung thành nhân viên
H9: Sự phù hợp giữa cá nhân - tổ chức có tác động thuận chiều đến sự hài lòng nhân viên
H10: Niềm tin tổ chức có tác động thuận chiều đến sự hài lòng nhân viên
H11: Hình ảnh doanh nghiệp có tác động thuận chiều đến niềm tin tổ chức
H12a: Sự phù hợp giữa cá nhân - tổ chức có vai trò trung gian tích cực cho mối quan hệ giữa CSR và lòng trung thành nhân viên
H12b: Sự hài lòng nhân viên có vai trò trung gian tích cực trong mối quan hệ giữa CSR và lòng trung thành nhân viên
H12c: Niềm tin tổ chức có vai trò trung gian tích cực trong mối quan hệ giữa CSR và lòng trung thành nhân viên
H12d: Hình ảnh doanh nghiệp có vai trò trung gian tích cực mối quan hệ giữa CSR và lòng trung thành nhân viên

2.4. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ XUẤT



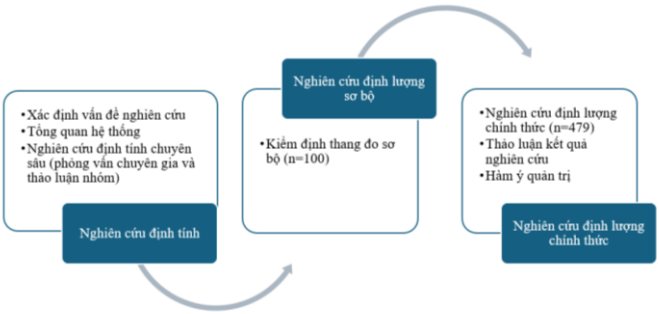
Hình 2.4. Mô hình nghiên cứu đề xuất

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Chương 2 đã tổng hợp và phân tích các khái niệm trọng yếu gồm lòng trung thành của nhân viên, CSR, sự phù hợp giữa cá nhân - tổ chức, niềm tin tổ chức, sự hài lòng trong công việc và hình ảnh doanh nghiệp. Trên cơ sở đó, tác giả vận dụng lý thuyết nền tảng (lý thuyết trao đổi xã hội, lý thuyết nhận diện xã hội, lý thuyết các bên liên quan), kết hợp với khung bộ ba bền vững và đổi mới sáng tạo có trách nhiệm, để xây dựng khung lý thuyết vững chắc cho mô hình nghiên cứu. Mô hình được hình thành với CSR là biến đầu vào cấu trúc bậc hai (gồm bốn thành phần: kinh tế, xã hội, môi trường và đổi mới sáng tạo), lòng trung thành của nhân viên là biến đầu ra, và cơ chế truyền dẫn gián tiếp được giải thích đồng thời qua mạng lưới bốn biến trung gian bao gồm: sự phù hợp giữa cá nhân – tổ chức, sự hài lòng trong công việc, niềm tin tổ chức và hình ảnh doanh nghiệp, cùng các biến kiểm soát nhân khẩu học phù hợp.

CHƯƠNG 3
THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU

3.1. QUY TRÌNH NGHIÊN CỨU



Hình 3.1 Quy trình nghiên cứu

(Nguồn: Tác giả xây dựng)

3.2. NGHIÊN CỨU ĐỊNH TÍNH

3.2.1. Phương pháp phỏng vấn chuyên gia

Sau khi phỏng vấn 7 chuyên gia, nghiên cứu khám phá các biến trung gian ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa CSR và lòng trung thành nhân viên.

Thang đo các khái niệm (biến) được sử dụng lại từ các công trình nghiên cứu trên thế giới, được dịch từ tiếng Anh sang Việt. Tuy nhiên, nhằm đảm bảo tính thực tiễn, thang đo được điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh doanh nghiệp KH&CN. Câu hỏi đóng theo thang đo Likert 5 bậc từ 1 đến 5 (Bậc 1 là hoàn toàn không đồng ý, mức độ đồng ý tăng dần đến bậc 5 là hoàn toàn đồng ý) cho các biến quan sát.

3.2.2. Phương pháp thảo luận nhóm

Thông qua thảo luận nhóm, nghiên cứu tiếp xúc với các đối tượng chủ yếu là nhân viên và cấp quản lý trong các doanh nghiệp và viện khoa học công nghệ. Từ đó, giúp thang đo sử dụng câu chữ, cách hành văn phù hợp với đối tượng khảo sát là nhân viên tại các doanh nghiệp khoa học và công nghệ tại Hà Nội.

3.2.3. Mô hình nghiên cứu sau khi thực hiện nghiên cứu định tính

Mô hình nghiên cứu sau khi thực hiện nghiên cứu định tính được giữ nguyên.

3.2.4. Mã hóa thang đo

3.3. NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG SƠ BỘ

3.3.1. Thiết kế nghiên cứu định lượng sơ bộ

3.3.2. Thiết kế bảng hỏi

3.3.3. Kích thước mẫu cho nghiên cứu định lượng sơ bộ

Do bảng câu hỏi có đến 50 câu hỏi tương ứng nên để đảm bảo độ tin cậy cao, tác giả lựa chọn mẫu gấp đôi so với số quan sát n = 50 × 2 = 100 để đảm bảo lớn hơn kích thước mẫu tối thiểu

3.3.4. Phương pháp phân tích dữ liệu định lượng sơ bộ

3.3.5. Kết quả đánh giá sơ bộ thang đo

Sau khi thực hiện nghiên cứu định lượng sơ bộ, bảng hỏi phục vụ khảo sát chính thức được giữ nguyên

3.4. NGHIÊN CỨU ĐỊNH LƯỢNG CHÍNH THỨC

3.4.1. Tổng thể nghiên cứu

3.4.2. Xác định kích thước mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phần mềm G*Power 3.1 (Faul và cộng sự, 2009) với các tham số $f^2 = 0,15$, $\alpha = 0,05$ và công suất thống kê (power) = 0,95, cỡ mẫu cần thiết được xác định là 129.

3.4.3. Quy trình thu thập dữ liệu

Để đảm bảo tính khách quan, tác giả đã căn cứ vào danh sách công bố chính thức của Sở Khoa học và Công nghệ (2024) để gửi thư ngỏ, đồng thời áp dụng linh hoạt phương pháp chọn mẫu thuận tiện

kết hợp kỹ thuật quả cầu tuyết thông qua các hình thức trực tuyến, trực tiếp và bưu điện. Quy trình thu thập dữ liệu được thực hiện theo nguyên tắc ẩn danh tuyệt đối và tự nguyện nhằm loại bỏ rào cản tâm lý cho người lao động, giúp nâng cao độ trung thực của thông tin và thu về kết quả cuối cùng gồm 479 mẫu khảo sát hợp lệ.

3.4.4. Làm sạch dữ liệu

3.4.5. Lý do lựa chọn mô hình phương trình cấu trúc bình phương tối thiểu từng phần (PLS-SEM)

Luận án lựa chọn phương pháp PLS-SEM làm công cụ chủ đạo nhờ năng lực xử lý chuyên biệt cấu trúc đo lường bậc cao dạng Reflective - Formative của biến CSR và mạng lưới nhiều biến trung gian đồng thời, điều mà phương pháp CB-SEM truyền thống thường gặp hạn chế về lỗi không hội tụ. Bên cạnh khả năng thích ứng xuất sắc với dữ liệu hành vi tổ chức không đạt phân phối chuẩn, phương pháp này còn tạo điều kiện thuận lợi để triển khai các phép phân tích nâng cao như kiểm định tính bất biến đo lường (MICOM), phân tích đa nhóm (PLS-MGA) và ma trận tầm quan trọng - hiệu suất (IPMA) nhằm định vị chính xác các hàm ý quản trị.

3.4.6. Phân tích dữ liệu

Nghiên cứu sử dụng phần mềm SPSS và SmartPLS 4 để thực hiện quy trình phân tích gồm kiểm định sai lệch phương pháp phổ biến (CMB) bằng kỹ thuật Harman, đánh giá mô hình đo lường hai cấp độ (phản ánh và cấu thành), và chạy Bootstrap kiểm định mô hình cấu trúc đa biến trung gian. Bên cạnh đó, luận án triển khai phép thử t-test, ANOVA để so sánh đặc điểm nhân khẩu học, kết hợp quy trình MICOM trước khi phân tích đa nhóm (MGA) và lập ma trận IPMA nhằm tối ưu hóa các đề xuất quản trị cho doanh nghiệp KH&CN.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Chương 3 mô tả tổng quan về thiết kế nghiên cứu, đặc điểm mẫu khảo sát, phương pháp chọn mẫu và quy trình thu thập dữ liệu phục vụ cho giai đoạn nghiên cứu định lượng chính thức. Những nội dung này đóng vai trò như nền tảng phương pháp luận, giúp đảm bảo tính khoa học và độ tin cậy của kết quả nghiên cứu.

CHƯƠNG 4
KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN NGHIÊN CỨU

4.1. THỰC TRẠNG NGUỒN LỰC VÀ BỐI CẢNH VẬN HÀNH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ TẠI HÀ NỘI

4.2. TÁC ĐỘNG TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP ĐẾN LÒNG TRUNG THÀNH NHÂN VIÊN TRONG CÁC DOANH NGHIỆP KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ TẠI HÀ NỘI

4.3. PHÂN TÍCH KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.3.1. Thống kê phiếu khảo sát

Tác giả đã phát ra 1.000 bảng hỏi. Số phiếu khảo sát thu về được là 578 phiếu. Các phiếu thu sau khảo sát đã được kiểm tra và sàng lọc để loại bỏ các phiếu không đạt yêu cầu chất lượng. Tác giả thu được 479 quan sát hợp lệ để sử dụng cho giai đoạn nghiên cứu định lượng chính thức

4.3.2. Thống kê mô tả mẫu

4.3.3. Kiểm định sai lệch phương pháp chung CMB

Kết quả EFA cho thấy một nhân tố duy nhất trích được ít hơn 50% tổng phương sai (thường yêu cầu < 50%), minh chứng rằng dữ liệu không bị ảnh hưởng nghiêm trọng bởi sai lệch phương pháp phổ biến.

4.3.4. Kết quả kiểm định mô hình đo lường giai đoạn 1

Quy trình sàng lọc dữ liệu trên SmartPLS 4 ghi nhận sự loại bỏ của biến quan sát OT6 do hệ số tải ngoài thấp (0,530), trong khi toàn bộ các chỉ báo còn lại đều đạt hệ số tải trên 0,70, chứng minh tính phản ánh tốt của các thang đo. Kết quả thực nghiệm khẳng định mô hình đạt độ tin cậy và giá trị hội tụ xuất sắc theo tiêu chuẩn của Hair và cộng sự (2019) với hệ số Cronbach's Alpha vượt 0,80, chỉ số CR trên 0,88, và phương sai trích trung bình AVE dao động từ 0,618 đến 0,752. Cuối cùng, tính phân biệt được thiết lập vững chắc khi căn bậc hai của AVE trên đường chéo chính luôn lớn hơn các hệ số tương quan ngang (theo tiêu chuẩn Fornell-Larcker) và tất cả các chỉ số HTMT đều duy trì an toàn dưới ngưỡng 0,85 theo khuyến nghị của Henseler và cộng sự (2015).

4.3.5. Kiểm định chất lượng mô hình đo lường giai đoạn 2 (chất lượng biến bậc 1)

Kết quả đánh giá mô hình đo lường bậc hai cấu thành (formative) khẳng định cả bốn thành phần bậc một đều có ý nghĩa thống kê đóng góp vào biến tổng thể. Tính độc lập của các biến thành phần này được củng cố vững chắc khi toàn bộ hệ số VIF đều dưới ngưỡng 5 (dao động từ 1,293 đến 1,397), minh chứng mô hình không vi phạm hiện tượng đa cộng tuyến.

4.3.6. Kiểm định mô hình cấu trúc

Tính độc lập của mô hình được đảm bảo khi tất cả các hệ số VIF nội sinh đều nhỏ hơn 5, cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra. Hệ số R^2 hiệu chỉnh cho thấy mô hình giải thích đến 65,1% sự biến thiên của biến đầu ra lòng trung thành nhân viên, đồng thời ghi nhận mức độ tác động lớn ($f^2 > 0.35$) từ CSR đến sự phù hợp cá nhân - tổ chức, hình ảnh doanh nghiệp và từ sự hài lòng đến lòng trung thành nhân viên.

Kết quả phân tích Q^2predict ghi nhận tất cả các biến quan sát đều có Q^2predict > 0, đồng thời đa số các chỉ báo trong mô hình PLS-SEM đều có giá trị RMSE và MAE nhỏ hơn mô hình tham chiếu LM, khẳng định mô hình có năng lực dự báo ngoài mẫu tương đối mạnh.

Phân tích Q2Blindfolding cho thấy toàn bộ các biến nội sinh đều > 0, trong đó mô hình thể hiện năng lực dự báo ở mức trung bình đối với lòng trung thành và sự hài lòng (0.25 < Q2Blindfolding < 0.50), cũng như ở mức vừa phải đối với niềm tin, sự phù hợp cá nhân - tổ chức và hình ảnh doanh nghiệp (0 < Q2Blindfolding< 0.25).

4.3.7. Kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Nghiên cứu khẳng định CSR tác động mạnh mẽ nhất đến sự phù hợp cá nhân - tổ chức (POF) (β=0,575) và hình ảnh doanh nghiệp (IMG) (β = 0,555). Đối với mục tiêu thúc đẩy lòng trung thành (LOY), sự hài lòng (SAT) đóng vai trò quyết định với hệ số tác động trực tiếp cao nhất (β=0,475), theo sau là yếu tố POF (β=0,307). Nghiên cứu xác nhận các mối quan hệ trung gian đều có ý nghĩa thống kê ($p < 0,001$), đặc biệt nhấn mạnh CSR => SAT => LOY là con đường gián tiếp mạnh mẽ nhất (β=0,230).

Giả thuyết	Mối quan hệ	Hệ số đường dẫn	Trung bình hệ số sau bootstrapping	Độ lệch chuẩn	Giá trị t	p-values	Khoảng tin cậy	Kết quả
H1	CSR => POF	0,575	0,577	0,038	14,996	<0,001	[0,488-0,643]	Chấp nhận
H2	CSR => SAT	0,484	0,486	0,047	10,358	<0,001	[0,578-0,730]	Chấp nhận
H3	CSR => OT	0,390	0,393	0,050	7,862	<0,001	[0,436-0,597]	Chấp nhận
H4	CSR => IMG	0,555	0,557	0,029	19,313	<0,001	[0,488-0,603]	Chấp nhận
H5	POF => LOY	0,307	0,307	0,037	8,286	<0,001	[0,290-0,643]	Chấp nhận
H6	SAT=> LOY	0,475	0,476	0,034	13,837	<0,001	[0,403-0,540]	Chấp nhận
H7	OT => LOY	0,115	0,116	0,033	3,505	<0,001	[0,140-0,283]	Chấp nhận
H8	IMG => LOY	0,104	0,103	0,035	2,959	0,003	[0,085-0,222]	Chấp nhận
H9	POF => SAT	0,133	0,133	0,044	3,041	0,002	[0,044-0,217]	Chấp nhận
H10	OT => SAT	0,200	0,197	0,050	4,007	<0,001	[0,106-0,302]	Chấp nhận
H11	IMG => OT	0,240	0,239	0,046	5,261	<0,001	[0,151-0,329]	Chấp nhận
H12a	CSR => POF => LOY	0,177	0,177	0,026	6,938	<0,001	[0,129-0,229]	Chấp nhận
H12b	CSR => SAT => LOY	0,230	0,232	0,030	7,747	<0,001	[0,172-0,289]	Chấp nhận
H12c	CSR => OT => LOY	0,045	0,046	0,015	2,904	0,004	[0,019-0,078]	Chấp nhận
H12d	CSR => IMG => LOY	0,058	0,057	0,020	2,854	0,004	[0,019-0,099]	Chấp nhận

4.3.8. Kiểm định biến kiểm soát

Trong khi giới tính, học vấn và thu nhập hoàn toàn không làm khác biệt lòng trung thành nhân viên ($p > 0,05$), thì tuổi tác và thâm niên lại phân hóa lòng trung thành ($p < 0,001$). Theo đó, lòng trung

thành tỷ lệ thuận với tuổi đời và tuổi nghề, ghi nhận điểm số thấp nhất ở nhóm dưới 25 tuổi và nhóm có thâm niên từ 2 đến dưới 5 năm, sau đó đạt cao nhất ở nhóm trên 46 tuổi và nhóm thâm niên trên 10 năm.

4.3.9. Kiểm định sự khác nhau giữa các nhóm

Kiểm định MICOM xác nhận giới tính, học vấn và thâm niên đạt tính bất biến đo lường, trong khi biến nhóm tuổi và thu nhập bị loại khỏi phân tích đa nhóm do vi phạm phân đoạn và lỗi ma trận. Kết quả PLS-MGA cho thấy giới tính không làm khác biệt các mối quan hệ cấu trúc ($p_{MGA} > 0,05$), riêng nhóm học vấn ghi nhận sự phân hóa ở tác động từ CSR đến niềm tin và từ sự phù hợp cá nhân - tổ chức đến lòng trung thành. Đáng chú ý, yếu tố thâm niên tạo ra sự dịch chuyển động lực gắn kết rõ rệt: nhóm nhân sự mới (dưới 2 năm) bị chi phối bởi sự hài lòng, nhóm trung hạn (2–7 năm) chịu tác động mạnh nhất từ POF, còn nhóm kỳ cựu (trên 10 năm) thì niềm tin trở thành nhân tố quyết định duy nhất ($p < 0,05$).

4.3.10. Phân tích Ma trận Quan trọng – Hiệu suất (IPMA)

Góc 1 (Hiệu suất cao, tầm quan trọng thấp): Biến IMG và OT. Hai biến này có điểm hiệu suất cao hơn mức trung bình (Mean = 61.650), cho thấy mức độ thực hiện tốt; tuy nhiên, mức độ quan trọng lại thấp hơn trung bình.

Góc 3 (Hiệu suất thấp, tầm quan trọng cao): Biến POF và SAT. Hai biến này có điểm hiệu suất thấp hơn mức trung bình, nhưng lại có mức độ tác động cao hơn trung bình.

4.4. THẢO LUẬN KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu khẳng định vai trò của cấu trúc bậc hai CSR (gồm kinh tế, xã hội, môi trường và đổi mới sáng tạo) trong việc thúc đẩy lòng trung thành của nhân sự tri thức tại các doanh nghiệp KH&CN ở Hà Nội. Thay vì tác động trực tiếp, CSR kích hoạt lộ trình chuyển hóa thái độ thông qua mạng lưới bốn biến trung gian, bao gồm sự hài lòng nhân viên, niềm tin tổ chức, hình ảnh doanh nghiệp và sự phù hợp cá nhân - tổ chức.

TÓM TẮT CHƯƠNG 4

Trong các mối quan hệ trực tiếp, CSR được xác định là nhân tố tiền đề có tác động tích cực mạnh nhất đến sự phù hợp cá nhân – tổ chức ($\beta = 0,575$) và hình ảnh doanh nghiệp ($\beta = 0,555$), trong khi sự hài lòng nhân viên ($\beta = 0,475$) là động lực thúc đẩy trực tiếp lớn nhất đến lòng trung thành nhân viên. Đối với các mối quan hệ gián tiếp, lộ

trình truyền dẫn qua biến trung gian sự hài lòng nhân viên đạt cường độ mạnh nhất (β= 0,230), khẳng định đây là kênh tác động cốt lõi giúp chuyển hóa các chính sách CSR thành lòng trung thành tự nguyện của người lao động.

CHƯƠNG 5
HÀM Ý QUẢN TRỊ VÀ HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO

5.1. KẾT LUẬN

Dựa trên kết quả nghiên cứu định lượng từ 479 nhân viên, luận án này được thực hiện nhằm phân tích tác động của CSR đến lòng trung thành của nhân viên trong các doanh nghiệp KH&CN tại Hà Nội. Kết quả chính cho thấy CSR có tác động mạnh mẽ và trực tiếp đến POF, SAT, OT, và IMG. Các biến trung gian như POF và SAT đóng vai trò nổi bật nhất trong việc chuyển hóa CSR thành lòng trung thành của nhân viên. Tổng thể, mô hình đạt độ tin cậy và khả năng dự báo tốt đối với LOY và SAT, khẳng định tầm quan trọng chiến lược của CSR, nhưng đồng thời gợi ý rằng khả năng giải thích đối với OT còn hạn chế, cần được nghiên cứu bổ sung trong tương lai.

5.2. HÀM Ý LÝ THUYẾT

Thứ nhất, luận án bối cảnh hóa và làm phong phú lý thuyết CSR bằng cách tích hợp cấu phần "đổi mới sáng tạo" vào mô hình đo lường bậc cao đặc thù ngành KH&CN, khẳng định đây cam kết để bảo hộ tài sản trí tuệ và kiến tạo không gian sáng tạo an toàn cho nhân sự tri thức. Thứ hai, nghiên cứu kiểm định mô hình cấu trúc bậc hai dạng Reflective-Formative và làm sáng tỏ cơ chế truyền dẫn tâm lý nội bộ thông qua mạng lưới bốn biến trung gian (POF, SAT, OT, IMG). Thứ ba, luận án tích hợp ba lý thuyết (trao đổi xã hội làm bao trùm, nhận diện xã hội và các bên liên quan), khung lý thuyết đổi mới sáng tạo và bộ ba bền vững, khẳng định người lao động là nhóm lợi ích nội bộ trung tâm và việc thực thi CSR nội bộ chính là gốc rễ duy trì lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp công nghệ.

5.3. HÀM Ý QUẢN TRỊ

Xây dựng một khung chính sách CSR cho lĩnh vực KH&CN, nhằm Thực hành CSR nội bộ hỗ trợ giữ chân lao động tri thức KH&CN khi tập trung tối ưu hóa trải nghiệm thực chất và phân tầng chính sách theo thâm niên. Phân tích IPMA cho thấy sự hài lòng và sự phù hợp giá trị đạt tầm quan trọng cao nhưng hiệu suất thực tế còn thấp, đòi hỏi doanh nghiệp ưu tiên tái phân bổ nguồn lực. Lộ trình quản trị cần linh hoạt:

nhân sự dưới 2 năm chú trọng sự hài lòng công việc, từ 2 đến 7 năm cần gia tăng sự phù hợp giá trị, và trên 10 năm dịch chuyển sang củng cố niềm tin tổ chức. Yếu tố giới tính và học vấn không tạo ra sự phân hóa có ý nghĩa.

5.4. HẠN CHẾ CỦA NGHIÊN CỨU VÀ ĐỀ XUẤT HƯỚNG NGHIÊN CỨU TIẾP THEO

Nghiên cứu hiện tại, mặc dù đạt được nhiều kết quả quan trọng, vẫn tồn tại một số hạn chế cần được thừa nhận. Thứ nhất, thiết kế cắt ngang qua bảng hỏi tự báo cáo tiềm ẩn nguy cơ sai lệch xu hướng trả lời và chưa phản ánh sự thay đổi thái độ theo thời gian. Thứ hai, mô hình chưa tích hợp một số yếu tố quản trị và tâm lý quan trọng khác (phong cách lãnh đạo, văn hóa tổ chức, căng thẳng nghề nghiệp, ý nghĩa công việc). Thứ ba, chưa kiểm soát các thuộc tính ở cấp độ tổ chức (quy mô, sở hữu, mức độ đổi mới) và chưa phân tích theo cụm doanh nghiệp, khiến khả năng suy rộng bị hạn chế. Thứ tư, cỡ mẫu ở một số phân nhóm nhỏ vi phạm điều kiện bất biến đo lường (MICOM), đòi hỏi phải mở rộng cỡ mẫu phân nhóm trong các nghiên cứu tiếp theo.

TÓM TẮT CHƯƠNG 5

Nghiên cứu chỉ ra CSR có mối liên hệ thuận chiều đến lòng trung thành của nhân viên, được dẫn dắt chủ yếu bởi sự phù hợp giữa cá nhân - tổ chức và sự hài lòng của nhân viên. Về hàm ý quản trị, doanh nghiệp cần ưu tiên tuyển dụng dựa trên giá trị để tối ưu sự phù hợp giữa cá nhân - tổ chức và tăng sự hài lòng của nhân viên.

KẾT LUẬN

Nghiên cứu góp phần làm rõ CSR có tác động đến lòng trung thành của nhân viên thông qua các yếu tố trung gian là POF, SAT, OT, và IMG. Về mặt lý thuyết, nghiên cứu đã mở rộng bằng chứng cho các lý thuyết nền, nhấn mạnh CSR là nguồn lực xã hội nội bộ và là cơ chế tạo bản sắc tổ chức thiết yếu. Từ kết quả này, ở cấp độ doanh nghiệp, cần coi CSR như một tiếp cận quản trị nội bộ mang tính chiến lược: hướng đến việc gia tăng sự phù hợp cá nhân – tổ chức thông qua quy trình tuyển dụng dựa trên giá trị, cải thiện sự hài lòng công việc bằng hệ thống phúc lợi toàn diện, và củng cố niềm tin tổ chức nhờ minh bạch hóa quản trị, đồng thời linh hoạt bối cảnh hóa chính sách nhân sự theo đặc thù thâm niên công tác.