

ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH

----------



PHAN NGUYỄN HOA HUYỀN

**NHẬN THỨC TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP (CSR),
NIỀM TIN, CAM KẾT GẮN BÓ VÀ HÀNH VI TRÁCH NHIỆM
XÃ HỘI CỦA NHÂN VIÊN CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ CHÂU
Á THÁI BÌNH DƯƠNG - APEC GROUP**

KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

Thừa Thiên Huế, tháng 01 năm 2021

ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

**NHẬN THỨC TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP (CSR),
NIỀM TIN, CAM KẾT GẮN BÓ VÀ HÀNH VI TRÁCH NHIỆM
XÃ HỘI CỦA NHÂN VIÊN CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ CHÂU
Á THÁI BÌNH DƯƠNG - APEC GROUP**

Giảng viên hướng dẫn:
PGS.TS Hoàng Trọng Hùng

Sinh viên thực hiện:
PHAN NGUYỄN HOA HUYỀN
Mã sinh viên: 17K4021094
Lớp: K51A - QTKD
Niên khóa: 2017 – 2021

Thừa Thiên Huế, tháng 01 năm 2021

Lời Cảm Ơn

Lời đầu tiên, em xin gửi đến các thầy cô Khoa Quản Trị Kinh Doanh Trường Đại học Kinh Tế - Đại học Huế lòng biết ơn chân thành và lời cảm ơn sâu sắc. Với sự quan tâm, chỉ bảo tận tình cùng sự giúp đỡ của thầy cô trong suốt 4 năm học qua với những kiến thức bổ ích, chuyên sâu điều đó đã giúp em có một nền tảng kiến thức vững chắc để có thể tự tin với những công việc của em sau này. Đến nay em đã có thể hoàn thành bài khóa luận, với tên đề tài: **“Nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), niềm tin, cam kết gắn bó và hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên Công ty Cổ phần đầu tư Châu Á Thái Bình Dương - Apec Group”**.

Để thực hiện thành công khóa luận tốt nghiệp này trước hết em xin gửi lời cảm ơn đến Ban lãnh đạo cùng với sự giúp đỡ nhiệt tình của

các anh chị trong **Công ty Cổ phần đầu tư Châu Á Thái Bình Dương - Apec Group** đã tạo điều kiện cho em trong suốt quá trình nghiên cứu, điều tra, phỏng vấn và thu thập số liệu để hoàn thành khóa luận tốt nghiệp. Chúc anh chị sức khỏe và làm việc thật tốt, luôn thành công trong công việc và cuộc sống.

Đặc biệt, em xin cảm ơn Thầy giáo Hoàng Trọng Hùng. Thầy đã quan tâm, tận tình chỉ bảo và giúp đỡ em trong quá trình thực tập làm bài khóa luận cuối khóa. Bên cạnh những kiến thức liên quan đến nội dung nghiên cứu, em còn học hỏi được từ Thầy thái độ và tinh thần làm việc nghiêm túc.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng hoàn thành nhưng cũng không tránh khỏi những sai sót và hạn chế khi thực hiện Luận văn này. Kính mong Quý Thầy Cô đóng góp ý kiến để bài Khóa luận này ngày càng hoàn thiện hơn.

Một lần nữa em xin chân thành cảm ơn!

Huế, tháng 01 năm 2021

Sinh viên

Phan Nguyên Hoa Huyền

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	i
MỤC LỤC	ii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	vi
DANH MỤC CÁC BẢNG	vii
DANH MỤC CÁC HÌNH, SƠ ĐỒ.....	ix
PHẦN I: ĐẶT VẤN ĐỀ	1
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
2.1 Mục tiêu chung	3
2.2 Mục tiêu cụ thể	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
3.1 Đối tượng nghiên cứu	3
3.2 Phạm vi nghiên cứu.	3
4. Phương pháp nghiên cứu.....	4
4.1 Phương pháp thu thập dữ liệu.....	4
4.1.1 Dữ liệu thứ cấp	4
4.1.2 Dữ liệu sơ cấp.....	4
4.1.2.1 Nghiên cứu định tính	4
4.1.2.2 Nghiên cứu định lượng.....	4
4.2 Phương pháp chọn mẫu	5
4.3 Phương pháp xử lý, phân tích số liệu	5
5. Kết cấu đề tài.....	9
PHẦN II: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	11

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI, NIỀM TIN, CAM KẾT GẮN BÓ VỚI TỔ CHỨC VÀ HÀNH VI TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA NHÂN VIÊN.....	11
1.1. Cơ sở lý luận	11
1.1.1. Lý thuyết về trách nhiệm xã hội của công ty	11
1.1.1.1. Khái niệm trách nhiệm xã hội của công ty	11
1.1.1.2. Các thành phần của trách nhiệm xã hội công ty (CSR).....	12
1.1.1.3. Trách nhiệm xã hội công ty (CSR) và các bên liên quan	17
1.1.1.4. Nhận thức của các công ty VN về lợi ích của việc thực hiện CSR ...	18
1.1.2. Định nghĩa niềm tin vào tổ chức.....	20
1.1.3. Cam kết với tổ chức	22
1.1.3.1 Định nghĩa về cam kết.....	22
1.1.3.2. Các thành phần của cam kết với tổ chức.....	23
1.1.4. Mối quan hệ giữa CSR của tổ chức với niềm tin và hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên.....	25
1.1.5. Mối quan hệ giữa CSR với niềm tin và cam kết gắn bó với tổ chức của các nghiên cứu trước	27
1.2. Giả thuyết nghiên cứu và đề xuất mô hình nghiên cứu	28
1.2.1. Giả thuyết nghiên cứu	28
1.2.1.1. CSR và niềm tin của nhân viên	28
1.2.1.2. Mối quan hệ giữa niềm tin và cam kết gắn bó của nhân viên.....	30
1.2.1.3. Niềm tin và hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên.....	30
1.2.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	31
1.3. Xây dựng thang đo	32
1.4 Cơ sở thực tiễn	35

CHƯƠNG 2: NHẬN THỨC TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP (CSR), NIỀM TIN, CAM KẾT GẮN BÓ VÀ HÀNH VI TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA NHÂN VIÊN APEC GROUP	40
2.1. Tổng quan về Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương - APEC GROUP	40
2.1.1. Giới thiệu chung về Công ty Cổ phần Đầu tư Châu Á Thái Bình Dương - APEC GROUP.....	40
2.1.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển.....	40
2.1.1.2. Sơ đồ mô hình tổ chức và mạng lưới kinh doanh của Apec Group...	41
2.1.1.3. Lĩnh vực hoạt động	42
2.1.1.4. Triết lý kinh doanh.....	43
2.1.1.5. Tầm nhìn – sứ mệnh – giá trị cốt lõi.....	44
2.1.1.6. Tình hình lao động tại Apec Group	45
2.1.1.7. Kết quả hoạt động kinh doanh của Apec group.....	48
2.1.2. Thực trạng hoạt động trách nhiệm xã hội của Apec Group trong giai đoạn 2018-2020.....	50
2.2. Kết quả khảo sát về Nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), niềm tin, cam kết gắn bó và hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên Apec Group.....	58
2.2.1. Thống kê mô tả mẫu điều tra	58
2.2.2. Kiểm định độ tin cậy của thang đo	60
2.2.2.1. Thang đo Nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR).....	60
2.2.2.2. Thang đo niềm tin vào tổ chức.....	62
2.2.2.3. Thang đo cam kết gắn bó	62
2.2.2.4. Thang đo hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên vào tổ chức.....	63
2.2.3. Phân tích nhân tố EFA	64
2.2.4. Thống kê mô tả các biến quan sát.....	68

2.2.5. Phân tích nhân tố khẳng định CFA	74
2.2.6. Phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM).....	79
2.3. Kết luận	82
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO NIỀM TIN, CAM KẾT GẮN BÓ VÀ HÀNH VI TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA NHÂN VIÊN APEC GROUP THÔNG QUA CHƯƠNG TRÌNH TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI.	84
3.1. Về việc thực hiện trách nhiệm kinh tế	84
3.2. Việc thực hiện trách nhiệm pháp lý của công ty.....	87
3.3. Về việc thực hiện trách nhiệm từ thiện	90
PHẦN III: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ.....	92
1. Kết luận	92
2. Kiến nghị.....	93
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	95
PHỤ LỤC	

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

- CSR: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp
- EFA: Phân tích nhân tố khám phá
- CBNV: Cán bộ nhân viên
- CTCP: Công ty cổ phần

TaiLieu.vn

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1.1: Tổng hợp mô hình CSR của các nhà nghiên cứu	16
Bảng 1.2: Tóm tắt định nghĩa về niềm tin tổ chức.....	20
Bảng 1.3: Tóm tắt định nghĩa về cam kết tổ chức	22
Bảng 1.4: Các thành phần của cam kết với tổ chức	23
Bảng 2.1. Tình hình lao động của Apec group	45
Bảng 2.2 Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh của Apec Group.....	48
Bảng 2.3: Kinh phí thực hiện các hoạt động công tác xã hội trong năm 2019, 2020	57
Bảng 2.4. Đặc điểm mẫu nghiên cứu	58
Bảng 2.5: Hệ số Cronbach's Alpha của các thang đo nhận thức CSR	60
Bảng 2.6: Hệ số Cronbach's Alpha của thang đo niềm tin tổ chức.....	62
Bảng 2.7: Hệ số Cronbach's Alpha của thang đo cam kết gắn bó.....	62
Bảng 2.8: Hệ số Cronbach's Alpha của thang đo hành vi trách nhiệm xã hội nhân viên	63
Bảng 2.9: Thống kê kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha.....	64
Bảng 2.10: Kiểm định KMO and Bartlett's Test	64
Bảng 2.11: Kết quả phân tích EFA đối với thang đo	65
Bảng 2.12: Kiểm định KMO and Bartlett's Test lần 2	66
Bảng 2.13: Kết quả phân tích EFA đối với thang đo lần 2	66
Bảng 2.14: Bảng thống kê mô tả nhận thức trách nhiệm kinh tế.....	68
Bảng 2.15: Bảng thống kê mô tả nhận thức trách nhiệm pháp lý.....	69

Bảng 2.16: Bảng thống kê mô tả nhận thức trách nhiệm đạo đức và môi trường	70
Bảng 2.17: Bảng thống kê mô tả nhận thức trách nhiệm từ thiện	71
Bảng 2.18: Bảng thống kê mô tả niềm tin tổ chức.....	72
Bảng 2.19: Bảng thống kê mô tả cam kết gắn bó	72
Bảng 2.20: Bảng thống kê mô tả hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên .	73
Bảng 2.21: Các chỉ số đánh giá sự phù hợp của mô hình với dữ liệu thị trường	75
Bảng 2.22: Độ tin cậy tổng hợp và tổng phương sai trích	77
Bảng 2.23. Các số đánh giá sự phù hợp của mô hình SEM.....	79
Bảng 2.24: Mối quan hệ tương quan giữa các nhân tố	80
Bảng 2.25. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu.....	81

DANH MỤC CÁC HÌNH, SƠ ĐỒ

Hình 1.1: Mô hình kim tự tháp về CSR	12
Hình 1.2: Mô hình nghiên cứu đề xuất	31
Sơ đồ 2.1: Cơ cấu tổ chức Apec Group	41
Hình 2.1: Mô hình phân tích nhân tố khẳng định CFA	76
Hình 2.2: Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM.....	80

TaiLieu.vn

PHẦN I: ĐẶT VẤN ĐỀ

1. Lý do chọn đề tài

Việc tăng trưởng kinh tế luôn đi kèm với các vấn đề môi trường và xã hội. Vấn đề này đòi hỏi các chủ thể kinh tế nhất là các công ty kinh doanh cùng tham gia giải quyết. Khởi đầu từ các nước phát triển, sau đó hoạt động trách nhiệm xã hội phát triển rộng ra ở các nước đang phát triển và Việt Nam cũng không là ngoại lệ, đặc biệt trong xu thế hội nhập và cạnh tranh gay gắt như hiện nay. Các công ty đóng vai trò kết nối các chủ thể của nền kinh tế và cần tiên phong trong thực thi các xu hướng toàn cầu như trách nhiệm xã hội của công ty (CSR). Toàn cầu hóa và việc chia sẻ thông tin một cách dễ dàng trên quy mô toàn thế giới đã đẩy trách nhiệm xã hội trở thành vấn đề đi đầu trong kế hoạch chiến lược của các tổ chức.

Ngày nay, trách nhiệm xã hội ngày càng có vai trò quan trọng với công ty dưới tác động của sự cạnh tranh gay gắt cũng như áp lực của các bên hữu quan (Glavas, 2016; Huang et al., 2016). Công ty thực hiện trách nhiệm xã hội nhằm đạt được nhiều lợi ích về vĩ mô như xây dựng lòng tin của người tiêu dùng và vi mô như đạt được sự ủng hộ của nhân viên. Các nghiên cứu cho thấy vai trò và tầm quan trọng của CSR trong phát triển công ty. Sự hiểu biết và thực hiện CSR giữa các bên hữu quan trong công ty vẫn chưa hoàn thiện (Glavas, 2016) và cần tiếp tục nghiên cứu để hoàn thiện để nâng cao vai trò và trách nhiệm xã hội của công ty. Một trong những thành phần quan trọng nhất của bên hữu quan trong tổ chức là nhân viên vì họ đóng góp trực tiếp vào sự thành công của tổ chức. Các phản ứng của nhân viên đối với CSR là các bằng chứng về các tác động của CSR đến hoạt động của tổ chức (Bauman and Skitka, 2012). Các nghiên cứu trước đây đánh giá tác động của CSR đến các biến số liên quan đến nhân viên như sự cam kết với tổ chức (Turker, 2008), hài lòng với công việc (Glavas and Kelley, 2015), hiệu quả của nhân viên và ý định ở lại (Jones, 2010), ... Mặc dù nhận thức về vai trò của trách nhiệm xã hội tại Việt Nam gần đây tương đối được các công ty quan tâm và tìm hiểu nhưng số lượng các nghiên cứu sâu về CSR vẫn chưa được thực hiện nhiều. Đặc biệt là các nghiên cứu

về mối quan hệ, sự tác động của CSR đến niềm tin, cam kết gắn bó và hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên trong lĩnh vực kinh doanh bất động sản, đầu tư tài chính. Đây chính là một trong những khoảng trống nghiên cứu của lĩnh vực CSR tại Việt Nam.

Apec Group bắt đầu đi vào hoạt động vào tháng 7/2006 với mảng kinh doanh chính là bất động sản và đầu tư tài chính. Là một trong những công ty rất chú trọng việc thực hiện CSR, trong vài năm gần đây, chính sách môi trường và xã hội của Apec Group đã cho thấy điều đó. Với triết lý kinh doanh “ Hạnh phúc là phụng sự” khởi nguồn từ mong muốn đi từ trái tim đến trái tim. Không chỉ đơn thuần hướng tới các chỉ số doanh thu và lợi nhuận, Apec Group khẳng định ý nghĩa của công ty là hoạt động vì hạnh phúc - hạnh phúc của mỗi cá nhân cán bộ nhân viên của công ty, của khách hàng, của cổ đông và xã hội. Apec Group tin tưởng thế mạnh cạnh tranh của công ty đến từ sự đóng góp các giá trị cho những người xung quanh. Bằng cách san sẻ và cho đi, Apec Group bắt tay xây dựng những viên gạch đầu tiên cho một công cuộc kinh doanh bền vững, cho một công ty của tương lai nơi lợi ích cá nhân song hành với lợi ích của nhân viên, cả xã hội và thế giới.

Như vậy, mỗi công ty muốn phát triển bền vững cần phải quan tâm đến CSR để nổi bật hơn đối thủ cạnh tranh và xây dựng một hình ảnh đẹp trong mắt cộng đồng. Mặc khác, công ty cũng cần tạo ra niềm tin, biết cách giữ chân người lao động vì nhân viên là một trong những nhân tố quan trọng trong quyết định đến sự thành công của công ty. Khi đặt những vấn đề này chung với nhau trong một mối tương quan thì CSR có thể ảnh hưởng đến niềm tin, cam kết gắn bó và hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên ở một mức độ nào đó. Do đó, trong thời gian thực tập tại công ty, tôi quyết định chọn đề tài **“Nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR), niềm tin, cam kết gắn bó và hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên Công ty Cổ phần đầu tư Châu Á Thái Bình Dương - Apec Group”** làm đề tài khóa luận cuối khóa.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu này sẽ hướng đến và mong muốn đạt được các mục tiêu sau:

2.1 Mục tiêu chung

Xem xét, đánh giá sự tác động của các nhân tố trách nhiệm xã hội đến niềm tin, cam kết gắn bó và hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên Apec với tổ chức của mình. Từ đó, đề xuất các giải pháp giúp công ty hoàn thiện chương trình trách nhiệm xã hội nhằm tăng niềm tin, cam kết gắn bó cho nhân viên cũng như nâng cao hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên và góp phần làm cho công ty và xã hội phát triển bền vững.

2.2 Mục tiêu cụ thể

Thứ nhất, hệ thống hóa những vấn đề lý luận và thực tiễn về trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, niềm tin, cam kết gắn bó với tổ chức và hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên.

Thứ hai, xem xét mối quan hệ và đánh giá mức độ tác động của các nhân tố trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến niềm tin, cam kết gắn bó với tổ chức và hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên Apec Group.

Thứ ba, đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện chương trình trách nhiệm xã hội của Apec Group cũng như tạo niềm tin, cam kết gắn bó và nâng cao hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1 Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Trách nhiệm xã hội của công ty và tác động của nó đến niềm tin, cam kết gắn bó và hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên trong Apec Group.

Đối tượng khảo sát: Dựa vào việc được thực tập tại chi nhánh Huế và Hội sở Hà Nội, tác giả tiến hành khảo sát toàn bộ 260 nhân viên tại đó.

3.2 Phạm vi nghiên cứu.

Phạm vi không gian: Do hạn chế trong việc tiếp cận vị trí các văn phòng ở các chi nhánh nên tác giả chỉ giới hạn điều tra tại Hội sở Hà Nội và văn phòng chi nhánh Huế của Apec Group.

Phạm vi thời gian: Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ năm 2017-2020, dữ liệu sơ cấp được thu thập từ 12/10/2020 – 15/1/2021, giải pháp đề xuất đến năm 2025.

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1 Phương pháp thu thập dữ liệu

4.1.1 Dữ liệu thứ cấp

Các loại thông tin cần thu thập: Thông tin về tập đoàn Apec như lịch sử phát triển của công ty, cơ cấu tổ chức, kết quả hoạt động kinh doanh; thông tin về sản phẩm kinh doanh; thông tin về nhân viên của công ty...

Nguồn và cách thu thập: Tra cứu thông tin trên báo chí, mạng Internet, các tài liệu liên quan và từ nội bộ công ty, dữ liệu do công ty cung cấp.

4.1.2 Dữ liệu sơ cấp

Nghiên cứu thực hiện thông qua hai bước là nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng.

4.1.2.1 Nghiên cứu định tính

Trong phạm vi nghiên cứu này, kỹ thuật nghiên cứu định tính được thực hiện là nhằm hiệu chỉnh các thang đo nước ngoài, xây dựng bảng câu hỏi phù hợp với điều kiện, ngôn ngữ của Việt Nam nói chung và Apec Group nói riêng. Tác giả tiến hành phỏng vấn trực tiếp với 5 nhân viên tại Apec Group có kiến thức về thực hiện CSR. Trong giai đoạn nghiên cứu định tính, các phần tử của mẫu được chọn theo phương pháp phán đoán dựa trên sự thích hợp của các phần tử với mục tiêu nghiên cứu của đề tài và mời họ tham gia vào mẫu để đánh giá sơ bộ thang đo, điều chỉnh thang đo, thiết lập bảng câu hỏi sử dụng cho nghiên cứu chính thức. Các phần tử của mẫu được chọn ở đây là các chuyên viên có kiến thức và kinh nghiệm thực hiện CSR tại Apec Group Hà Nội.

4.1.2.2 Nghiên cứu định lượng

Tiến hành thu thập dữ liệu thông qua phỏng vấn 260 nhân viên tại Apec Group

Huế và Hà Nội bằng bảng câu hỏi. Sau đó việc phân tích dữ liệu sẽ được thực hiện bằng phần mềm SPSS 20.0. Thang đo sẽ được sử dụng trong các cuộc khảo sát sau khi đã được điều chỉnh cho phù hợp với đề tài và bối cảnh nghiên cứu.

4.2 Phương pháp chọn mẫu

Kích thước mẫu

Dựa theo nghiên cứu của Hair và cộng sự (1998) cho tham khảo về kích thước mẫu dự kiến. Theo đó kích thước mẫu tối thiểu là gấp 5 lần tổng số biến quan sát. Đây là cỡ mẫu phù hợp cho nghiên cứu có sử dụng phân tích nhân tố khám phá EFA (Comrey, 1973; Roger, 2006). Theo đó, cỡ mẫu là $n=5*m$, với m là số biến quan sát của đề tài. Như vậy, đề tài sẽ chọn mẫu theo tỉ lệ 1:5, với bảng hỏi có 34 biến quan sát thì cỡ mẫu tối thiểu sẽ là 170.

Để mang lại kết quả CFA và SEM tốt, theo Hair và cộng sự (2010) thì cỡ mẫu tối thiểu là 150 đối với thang đo có 7 nhóm nhân tố trở xuống, mỗi nhóm phải có hơn 3 biến quan sát với giá trị communalities khi phân tích EFA là từ 0,5 trở lên.

Phương pháp chọn mẫu

Do hạn chế về khoảng cách địa lý nên không thể tiếp cận toàn bộ tất cả các chi nhánh của Apec Group và vì số lượng nhân viên tại chi nhánh Huế và Hội sở Hà Nội không nhiều (tổng là 260 nhân viên) nên tác giả quyết định chọn mẫu toàn bộ tại 2 chi nhánh đó. Trong quá trình điều tra, tác giả thu về được 260 phiếu nhưng chỉ có 250 phiếu là hợp lệ.

4.3 Phương pháp xử lý, phân tích số liệu

Đối với dữ liệu thứ cấp: dùng các phương pháp thống kê mô tả, bảng biểu, đồ thị... để tóm tắt và trình bày.

Đối với dữ liệu sơ cấp: Sau khi thu thập đủ bảng hỏi thì dữ liệu sẽ được mã hóa, làm sạch và xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0. Các bước phân tích số liệu như sau:

Tiến hành thu thập dữ liệu thông qua khảo sát toàn bộ 260 nhân viên tại Apec Group chi nhánh Huế và Hà Nội bằng bảng câu hỏi. Sau đó việc phân tích dữ liệu sẽ

được thực hiện bằng phần mềm SPSS 20.0. Thang đo sẽ được sử dụng trong các cuộc khảo sát sau khi đã được điều chỉnh cho phù hợp với đề tài và bối cảnh nghiên cứu. Sau khi mã hóa và điều chỉnh dữ liệu, ta sẽ thực hiện các bước phân tích sau:

Phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha

Hệ số Cronbach's Alpha là một phép kiểm định thống kê về mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau.

Ví dụ, không phải lúc nào tất cả các biến quan sát X1, X2, X3, X4, X5... chúng ta đều đưa ra để đo lường cho nhân tố A (nhân tố mẹ) đều hợp lý, đều phản ánh được khái niệm, tính chất của A. Do đó, cần phải có một công cụ giúp kiểm tra xem biến quan sát nào phù hợp, biến quan sát nào không phù hợp để đưa vào thang đo. Khái niệm "thang đo" trong cụm từ kiểm định độ tin cậy của thang đo ý muốn nói đến một tập hợp các biến quan sát con có khả năng đo được, thể hiện được tính chất của nhân tố mẹ (nhân tố A). Và ở đây là thang đo Likert.

Như trên đã trình bày, hệ số Cronbach's Alpha thường được dùng để đánh giá sơ bộ thang đo để loại các biến rác trước, chứ không tính được độ tin cậy cho từng biến quan sát. Những biến có hệ số tương quan biến tổng (item-total correlation) nhỏ hơn 0,3 sẽ bị loại. Thang đo có hệ số Cronbach alpha từ 0,6 trở lên là có thể sử dụng được trong trường hợp khái niệm đang nghiên cứu mới (Nunnally, 1978; Peterson, 1994; Slater, 1995). Thông thường, thang đo có Cronbach alpha từ 0,7 đến 0,8 là thang đo tốt. Nhiều nhà nghiên cứu cho rằng khi thang đo có độ tin cậy từ 0,8 trở lên đến gần 1 là thang đo lường rất tốt.

Phân tích nhân tố khám phá EFA

Phân tích nhân tố khám phá là tên chung của một nhóm các kỹ thuật được sử dụng nhằm thu nhỏ và tóm tắt các dữ liệu. Trong nghiên cứu, chúng ta có thể thu thập được một số lượng biến khá lớn và hầu hết các biến này có liên hệ với nhau và số lượng của chúng phải được giảm bớt xuống đến một số lượng mà chúng ta có thể sử dụng được. Phương pháp này rất có ích cho việc xác định các tập hợp biến cần thiết cho vấn đề nghiên cứu và được sử dụng để tìm mối quan hệ giữa các biến với nhau.

Trong phân tích nhân tố khám phá, trị số KMO (Kaiser-Meyer - Olkin) là chỉ số dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích nhân tố. Trị số của KMO phải có giá trị trong khoảng từ 0,5 đến 1 thì phân tích này là thích hợp, còn nếu như trị số này nhỏ hơn 0,5 thì phân tích nhân tố có khả năng không thích hợp với các dữ liệu.

Ngoài ra, phân tích nhân tố còn dựa vào Eigenvalue để xác định số lượng nhân tố. Chỉ những nhân tố có trị số Eigenvalue > 1 thì mới được giữ lại trong mô hình. Đại lượng eigenvalue đại diện cho lượng biến thiên được giải thích bởi nhân tố. Những nhân tố có eigenvalue < 1 sẽ không có tác dụng tóm tắt thông tin tốt hơn một biến gốc.

Tổng phương sai trích (Total Variance Explained) $\geq 50\%$ cho thấy mô hình EFA là phù hợp. Coi biến thiên là 100% thì trị số này thể hiện các nhân tố được trích cô đọng được bao nhiêu % và bị thất thoát bao nhiêu % của các biến quan sát.

Hệ số tải nhân tố (Factor Loading) hay còn gọi là trọng số nhân tố, giá trị này biểu thị mối quan hệ tương quan giữa biến quan sát với nhân tố. Hệ số tải nhân tố càng cao, nghĩa là tương quan giữa biến quan sát đó với nhân tố càng lớn và ngược lại Theo Hair & cs (2009,116), Multivariate Data Analysis, 7th Edition thì:

Factor Loading ở mức ≥ 0.3 : Điều kiện tối thiểu để biến quan sát được giữ lại.

Factor Loading ở mức ≥ 0.5 : Biến quan sát có ý nghĩa thống kê bình thường.

Factor Loading ở mức ≥ 0.7 : Biến quan sát có ý nghĩa thống kê tốt.

Trong thực tế áp dụng, việc nhớ từng mức hệ số tải với từng khoảng kích thước mẫu là khá khó khăn, do vậy người ta thường lấy hệ số tải 0.45 hoặc 0.5 làm mức tiêu chuẩn với cỡ mẫu từ 120 đến dưới 350; lấy tiêu chuẩn hệ số tải là 0.3 với cỡ mẫu từ 350 trở lên. Cỡ mẫu càng lớn thì việc dự đoán và xác định các yếu tố sẽ chính xác hơn.

Kiểm định Bartlett (Bartlett's test of sphericity) dùng để xem xét các biến quan sát trong nhân tố có tương quan với nhau hay không. Cần lưu ý, điều kiện để áp dụng phân tích nhân tố là các biến quan sát phản ánh những khía cạnh khác nhau

của cùng một nhân tố phải có mối tương quan với nhau. Do đó, nếu kiểm định cho thấy không có ý nghĩa thống kê thì không nên áp dụng phân tích nhân tố cho các biến đang xem xét. Kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (sig. Bartlett's Test < 0.05), chứng tỏ các biến quan sát có tương quan với nhau trong nhân tố.

Một phần quan trọng trong bảng kết quả phân tích nhân tố là ma trận nhân tố (component matrix) hay ma trận nhân tố khi các nhân tố được xoay (rotated component matrix). Ma trận nhân tố chứa các hệ số biểu diễn các biến chuẩn hóa bằng các nhân tố (mỗi biến là một đa thức của các nhân tố). Những hệ số tải nhân tố (factor loading) biểu diễn tương quan giữa các biến và các nhân tố. Hệ số này cho biết nhân tố và biến có liên quan chặt chẽ với nhau.

Phân tích nhân tố khẳng định CFA

Kiểm định thang đo bằng phân tích nhân tố khẳng định (CFA): CFA cho phép kiểm định các biến quan sát đại diện cho các nhân tố tốt đến mức nào. CFA là bước tiếp theo của EFA vì CFA chỉ sử dụng thích hợp khi nhà nghiên cứu có sẵn một số kiến thức về cấu trúc tiềm ẩn cơ sở, trong đó mỗi quan hệ hay giả thuyết (có được từ lý thuyết hay thực nghiệm) giữa biến quan sát và nhân tố cơ sở thì được nhà nghiên cứu mặc nhiên thừa nhận trước khi tiến hành kiểm định thống kê (Duy, 2009). Phương pháp CFA được dùng để khẳng định lại tính đơn hướng, giá trị hội tụ và phân biệt của các thang đo.

Mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM)

Mô hình SEM đã được sử dụng rộng rãi trong các lĩnh vực nghiên cứu như tâm lý học (Anderson & Gerbing, 1988; Hansell và White, 1991), xã hội học (Lavee, 1988; Lorence và Mortimer, 1985) và trong lĩnh vực quản lý (Tharenou, Latimer và Conroy, 1994). Đặc biệt mô hình này cũng được ứng dụng trong rất nhiều mô hình thỏa mãn khách hàng như : ngành dịch vụ thông tin di động tại Hàn Quốc (M.-K. Kim et al. / Telecommunications Policy 28 (2004) 145–159), Mô hình nghiên cứu sự trung thành của khách hàng Dịch vụ thông tin di động tại Việt nam (Phạm Đức Kỳ, Bùi Nguyên Hùng, 2007)...

SEM có thể cho một mô hình phức hợp phù hợp với dữ liệu như các bộ dữ liệu khảo sát trong dài hạn(longitudinal), phân tích nhân tố khẳng định (CFA), các mô hình. không chuẩn hoá,cơ sở dữ liệu có cấu trúc sai số tự tương quan, dữ liệu với các biến số không chuẩn(Non-Normality) , hay dữ liệu bị thiếu (missing data). Đặc biệt, SEM sử dụng để ước lượng các mô hình đo lường (Measurement Model) và mô hình cấu trúc (Structure Model) của bài toán lý thuyết đa biến.

Mô hình đo lường chỉ rõ quan hệ giữa các biến tiềm ẩn (Latent Variables) và các biến quan sát (observed variables). Nó cung cấp thông tin về thuộc tính đo lường của biến quan sát (độ tin cậy, độ giá trị). Mô hình cấu trúc chỉ rõ mối quan hệ giữa các biến tiềm ẩn với nhau. Các mối quan hệ này có thể mô tả những dự báo mang tính lý thuyết mà các nhà nghiên cứu quan tâm.

Mô hình SEM phối hợp được tất cả các kỹ thuật như hồi quy đa biến, phân tích nhân tố và phân tích mối quan hệ hỗ tương (giữa các phần tử trong sơ đồ mạng) để cho phép chúng ta kiểm tra mối quan hệ phức hợp trong mô hình. Khác với những kỹ thuật thống kê khác chỉ cho phép ước lượng mối quan hệ riêng phần của từng cặp nhân tố (phần tử) trong mô hình cổ điển (mô hình đo lường), SEM cho phép ước lượng đồng thời các phần tử trong tổng thể mô hình, ước lượng mối quan hệ nhân quả giữa các khái niệm tiềm ẩn (Latent Constructs) qua các chỉ số kết hợp cả đo lường và cấu trúc của mô hình lý thuyết, đo các mối quan hệ ổn định (recursive) và không ổn định (non-recursive), đo các ảnh hưởng trực tiếp cũng như gián tiếp, kể cả sai số đo và tương quan phần dư. Với kỹ thuật phân tích nhân tố khẳng định (CFA) mô hình SEM cho phép linh động tìm kiếm mô hình phù hợp nhất trong các mô hình đề nghị.

5. Kết cấu đề tài

Phần I: Đặt vấn đề

Phần II: Nội dung và kết quả nghiên cứu

Chương 1: Tổng quan về trách nhiệm xã hội, niềm tin, cam kết gắn bó với tổ chức và hành vi trách nhiệm xã hội của nhân viên.