

# TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI DOANH NGHIỆP, SỰ HÀI LÒNG CÔNG VIỆC VÀ LÒNG TRUNG THÀNH CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG TẠI CÔNG TY TNHH YAZAKI EDS VIỆT NAM CHI NHÁNH TỈNH TRÀ VINH

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, WORK SATISFACTION  
AND EMPLOYEES' LOYALTY AT YAZAKI EDS VIETNAM CO., LTD  
TRA VINH BRANCH

Ngày nhận bài: 02/03/2021

Ngày chấp nhận đăng: 23/03/2021

*Hồ Mỹ Dung*

## TÓM TẮT

Mục tiêu của nghiên cứu là phân tích mối quan hệ trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, sự hài lòng công việc và lòng trung thành của người lao động tại công ty TNHH YAZAKI EDS Việt Nam chi nhánh Trà Vinh. Với phương pháp chọn mẫu thuận tiện, cỡ mẫu hợp lệ là 310, phương pháp kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) được sử dụng trong nghiên cứu. Kết quả cho thấy (1) Trách nhiệm với khách hàng, người lao động và môi trường có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng công việc của người lao động; (2) Trách nhiệm pháp lý không có ảnh hưởng đến sự hài lòng công việc của người lao động; (3) Sự hài lòng công việc ảnh hưởng tích cực đến lòng trung thành của người lao động. Từ đó, tác giả đề xuất các hàm ý quản trị nhằm thúc đẩy việc thực hiện trách nhiệm xã hội doanh nghiệp của công ty, đồng thời nâng cao hơn nữa sự hài lòng và lòng trung thành của người lao động tại công ty YAZAKI.

**Từ khóa:** Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, Sự hài lòng công việc, Lòng trung thành của người lao động.

## ABSTRACT

The objective of the study is to analyze the relationship of corporate social responsibility, job satisfaction and employee loyalty at YAZAKI EDS Vietnam Co., Ltd, branch of Tra Vinh province. With convenient sampling method, valid sample size of 310, Cronbach's Alpha scale reliability testing method, Exploratory Factor Analysis (EFA), confirmation factor analysis (CFA) and tissue analysis. Structural Equation Modeling (SEM) is used in the study. The results show that (1) Responsibility to customers, employees and environment positively affects employee job satisfaction; (2) Legal responsibility does not affect the employee's job satisfaction; (3) Job satisfaction positively affects the employee's loyalty. Since then, the author proposes governance implications to promote the fulfillment of corporate social responsibility of the company, and at the same time further improve the satisfaction and loyalty of employees at YAZAKI company.

**Keywords:** Corporate social responsibility, Job satisfaction, Employee loyalty.

## 1. Giới thiệu

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) là vấn đề được chính phủ, người lao động và xã hội đặc biệt quan tâm. Nhận thức về CSR không có nghĩa chỉ là làm từ thiện mà còn mang lại nhiều lợi ích cho doanh nghiệp. Theo đó, CSR là một tập hợp các hoạt động doanh nghiệp vượt ra ngoài lợi ích

kinh tế mà có ảnh hưởng tích cực đến các bên liên quan trong tổ chức (Turker, 2009). Theo Verdeyen và ctg (2004) đã phân loại các bên liên quan là bên trong hoặc bên

---

Hồ Mỹ Dung, Trường Đại học Trà Vinh

ngoài. CSR nội bộ đại diện cho các thông lệ tổ chức liên quan đến việc cải thiện điều kiện làm việc, các cơ hội nghề nghiệp, các chính sách với gia đình, đào tạo và phát triển là một trong những biểu hiện của hoạt động này. Mặc khác, CSR bên ngoài đề cập đến các hoạt động nhằm bảo vệ môi trường, phát triển cộng đồng, tính bền vững và các hoạt động từ thiện (Turker, 2009).

Trên thực tế, việc thực hành CSR của các doanh nghiệp FDI ở Việt Nam còn gặp nhiều khó khăn, vẫn còn những vi phạm trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp ở khía cạnh môi trường, pháp lý. Chẳng hạn, hành vi gây ô nhiễm nghiêm trọng môi trường biển tại 4 tỉnh Hà Tĩnh, Quảng Bình, Quảng Trị và Thừa Thiên - Huế của Công ty Formosa, 2016 [31]; hoạt động trái phép và hành vi tự ý làm phân xưởng nhuộm công suất 1.100 tấn/năm, khoan giếng, khai thác nước ngầm và xả thải trái phép của công ty TNHH Mei Sheng Textiles, 2016 [34]. Bên cạnh đó, việc không tuân thủ thuế của Công ty TNHH nước giải khát Coca-Cola Việt Nam, 2019 [35] làm thất thu ngân sách nhà nước, cạnh tranh không lành mạnh, tạo sức ép lên các DN tuân thủ nghĩa vụ nộp thuế, để lại các hậu quả xấu trong hoạt động của khu vực FDI.

Trà Vinh là một tỉnh duyên hải phía đông đồng bằng sông Cửu Long, hiện có 35 dự án đầu tư nước ngoài tại khu Công nghiệp Long Đức với tổng vốn đầu tư đăng ký đầu tư là 3.143,26 tỷ đồng [36]. Tuy nhiên, việc thực hiện CSR của các doanh nghiệp trong khu vực còn một vài bất cập, trường hợp công ty CY Vina Trà Vinh (2016) vi phạm vệ sinh an toàn thực phẩm gây ngộ độc ở công nhân [33]. Ngoài ra, tình trạng thôi việc, chuyển công tác của công nhân ở công ty TNHH YAZAKI khoảng 1.200 lao động ở năm 2020, mặc dù công ty từng bước cải tiến nhằm bảo vệ quyền lợi người lao động và các bên liên quan [32], phải chăng người lao động chưa thật sự hài lòng với CSR của

doanh nghiệp? Thực hiện theo chủ trương của Nhà nước về thu hút nguồn vốn FDI để phát triển kinh tế - xã hội địa phương, việc nghiên cứu mối quan hệ trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, sự hài lòng công việc và lòng trung thành của người lao động tại công ty TNHH YAZAKI EDS Việt Nam chi nhánh tỉnh Trà Vinh là cần thiết, nhằm đo lường mức độ thực hiện CSR của công ty YAZAKI, đồng thời đánh giá sự hài lòng công việc và lòng trung thành của người lao động. Từ đó, tác giả đề xuất các hàm ý quản trị nhằm thúc đẩy việc thực hiện CSR của công ty đối với tỉnh Trà Vinh riêng và cộng đồng nói chung.

## 2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

### 2.1. Cơ sở lý thuyết

*Cơ sở lý thuyết về trách nhiệm xã hội, sự hài lòng và lòng trung thành*

Theo Ủy ban Châu Âu (2001), CSR là sự tích hợp các mối quan tâm về xã hội và môi trường trong hoạt động kinh doanh với các bên liên quan trên cơ sở tự nguyện. Carroll (1979) đã định nghĩa CSR bao gồm các khía cạnh trách nhiệm kinh tế, pháp lý, đạo đức và từ thiện mà xã hội mong đợi từ doanh nghiệp hoặc tổ chức. Doanh nghiệp hoặc công ty có trách nhiệm xã hội sẽ tối đa hóa lợi nhuận của họ cùng với việc tuân thủ luật pháp và có đạo đức (Carroll 1991).

*Sự hài lòng công việc* là cảm giác tích cực về công việc của một người về các khía cạnh khác nhau của nó (Carrière & Bourque, 2009). Nói cách khác, sự hài lòng trong công việc là mức độ mà nhân viên thích hoặc không thích công việc của họ (Furnham và cộng sự, 2009). Như vậy, sự hài lòng trong công việc bắt nguồn từ chính môi trường làm việc (danh tiếng của tổ chức hoặc việc thực hành CSR bên ngoài) và từ các yếu tố liên quan đến chính công việc (tổ chức, lãnh đạo hoặc thực hành CSR nội bộ).

*Lòng trung thành* có thể hiểu rằng người lao động mong muốn trở thành nhân viên lâu dài của công ty, được hình thành dựa trên mối quan hệ của nhân viên với công ty (Meyer và Allen, 1997). Sự trung thành của nhân viên là mức độ chấp nhận công ty và các mục tiêu của công ty, từ đó sự sẵn lòng làm việc trong công ty (Robbins, 2003), điều đó cũng chính là sức mạnh của sự kết nối giữa công ty và nhân viên và sự sẵn sàng tiếp tục ở lại công việc cũ.

## 2.2. Mô hình nghiên cứu

Huỳnh Quang Linh và Mai Trung Kiên (2020) nghiên cứu tác động của CSR đến sự hài lòng công việc của nhân viên trong các doanh nghiệp tại tỉnh Trà Vinh, đã đề xuất 5 thành phần của CSR bao gồm: trách nhiệm đối với nhân viên, khách hàng, người bán, môi trường và trách nhiệm đối với cộng đồng. Thông qua nghiên cứu, nhóm tác giả kết luận các thành phần CSR trên đều có ý nghĩa thống kê và ảnh hưởng đến sự hài lòng của nhân viên.

Theo Lương Minh Trung (2019) các nhà lãnh đạo của các tổ chức đã tập trung chú ý vào các cách để kết hợp các thực hành CSR vào hoạt động kinh doanh của họ, đồng thời các nghiên cứu về CSR nội bộ, sự hài lòng công việc và cam kết tổ chức của người lao động còn rất ít. Vì vậy, thông qua nghiên cứu tác động của CSR đến sự hài lòng công việc và cam kết tổ chức của người lao động: Trường hợp các doanh nghiệp dệt may tại tỉnh Long An, tác giả đã khẳng định CSR (quan hệ lao động, cân bằng công việc cuộc sống, đối thoại xã hội, sức khỏe và an toàn, đào tạo và phát triển) có tác động tích cực đến sự hài lòng công việc và cam kết tổ chức của người lao động.

Joana S. P. Story và Filipa Castanheira (2019) nghiên cứu CSR và hiệu suất của nhân viên: Vai trò trung gian của sự hài lòng trong công việc và cam kết tình cảm. Kết quả

chỉ ra rằng nhận thức về CSR bên ngoài và CSR nội bộ có tác động đến hiệu suất nhân viên với vai trò trung gian là sự hài lòng.

Lê Văn Truyền (2018) nghiên cứu mối quan hệ giữa CSR, sự hài lòng trong công việc và sự gắn kết với tổ chức của người lao động tại các doanh nghiệp dệt may trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh, khẳng định trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm pháp lý, trách nhiệm đạo đức và trách nhiệm từ thiện có tác động thuận chiều tới sự hài lòng công việc.

Idil Karademirlidag Suher và ctg (2017) nghiên cứu mối quan hệ giữa CSR với sự hài lòng trong công việc của nhân viên và lòng trung thành của họ đối với công ty, kết luận rằng các hoạt động trách CSR của các công ty có tác động tích cực đến sự hài lòng và lòng trung thành của nhân viên.

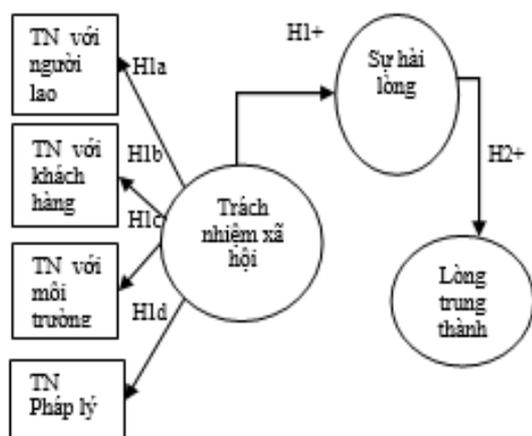
Theo Tarik Raihan và Rashed Al Karim (2017) nhiều tổ chức coi CSR là một chiến thuật chính của công ty để đạt được lợi thế cạnh tranh lâu dài. Trong nghiên cứu về CSR và sự hài lòng trong công việc của nhân viên ở các tập đoàn đa quốc gia tại Bangladesh, nỗ lực khám phá tác động của CSR đối với sự hài lòng trong công việc của nhân viên dựa trên 4 khía cạnh của CSR của Carroll (1979) như trách nhiệm kinh tế, pháp lý, đạo đức và từ thiện. Kết quả là trách nhiệm từ thiện, đạo đức và pháp lý ảnh hưởng đáng kể và tích cực đến sự hài lòng trong công việc của nhân viên, trong đó trách nhiệm về kinh tế có tác động tiêu cực với sự hài lòng trong công việc của nhân viên.

Simone R. Barakat và ctg (2017) nghiên cứu ảnh hưởng của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với sự hài lòng của nhân viên, cho rằng hành động theo định hướng CSR do các công ty thực hiện sẽ dẫn đến hình ảnh tổ chức tốt hơn và điều này sẽ dẫn đến sự hài lòng cao hơn của nhân viên.

Gholam sajadi khah và ctg (2014) cho rằng trong môi trường cạnh tranh, hầu hết

các tổ chức kinh doanh và phi thương mại đều có xu hướng lấy CSR làm chiến lược để đạt được mục tiêu của mình. Trong nghiên cứu mối quan hệ giữa CSR đối với lòng trung thành của nhân viên - trường hợp cán bộ phòng Giáo dục và Đào tạo ở Sisakht Iran, chỉ ra mối quan hệ đáng kể giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và 4 khía cạnh bao gồm kinh tế, môi trường, luật pháp và xã hội với lòng trung thành của nhân viên.

Dựa vào các công trình nghiên cứu [3], [5], [6], [17], [18], [20] và [33] tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu về **Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, sự hài lòng công việc và lòng trung thành của người lao động tại công ty TNHH YAZAKI EDS Việt Nam chi nhánh tỉnh Trà Vinh** như sau:



Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Đề xuất của tác giả, 2021

### 2.3. Giả thuyết nghiên cứu

Các hoạt động CSR bao gồm các khía cạnh xã hội, kinh tế, môi trường và các bên liên quan (Smith, 2011). Một công ty kinh doanh có trách nhiệm phải chú ý đến phúc lợi của nhân viên, nhà cung cấp, cộng đồng địa phương và các quốc gia nói chung (Johnson, 1971).

Trách nhiệm với người lao động là sự cam kết của doanh nghiệp đóng góp vào việc phát triển kinh tế bền vững thông qua những hoạt động nhằm nâng cao chất lượng đời

sống của người lao động và các thành viên gia đình họ. Nói cách khác, doanh nghiệp muốn phát triển bền vững luôn phải tuân theo những chuẩn mực về bình đẳng về giới, an toàn lao động, quyền lợi lao động, trả lương công bằng, đào tạo và phát triển nhân viên và phát triển cộng đồng. Ngoài ra, Welford (2005) cho rằng có 6 khía cạnh nhân sự về CSR bao gồm: không phân biệt đối xử, cơ hội bình đẳng, giờ làm việc và tiền lương, đào tạo và phát triển nhân viên, tự do tạo lập nhóm và bảo vệ nhân quyền. Hay Carroll (1991) chỉ ra 4 khía cạnh CSR như trách nhiệm kinh tế, pháp lý, đạo đức và từ thiện. Theo Huỳnh Quang Linh và Mai Trung Kiên (2020), CSR ở khía cạnh nhân viên có ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng công việc của nhân viên. Như vậy tác giả muốn kiểm chứng mối quan hệ giữa CSR ở khía cạnh người lao động với sự hài lòng công việc của họ bằng giả thuyết H1a.

*H1a: Trách nhiệm với người lao động ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng công việc của người lao động*

Trách nhiệm với khách hàng, khách hàng là một trong những chủ thể quan trọng, sự thành công của doanh nghiệp phụ thuộc rất lớn vào khách hàng. Vì vậy, doanh nghiệp luôn cố gắng để xây dựng và duy trì mối quan hệ tốt với khách hàng, tạo sự tin cậy góp phần nâng cao hình ảnh, giá trị thương hiệu của doanh nghiệp, tác động đến cảm xúc, suy nghĩ và hành vi mua hàng của khách hàng mục tiêu. Thêm vào đó, Turker (2009) cho rằng công ty có quan tâm đến khách hàng qua việc cung cấp sản phẩm chất lượng cao, thông tin chính xác về nguồn gốc, xuất xứ sản phẩm, minh bạch về các hoạt động của công ty, những phản hồi tích cực từ sự hài lòng của khách hàng sẽ ảnh hưởng đến hành vi người lao động về sự tự hào là một thành viên của tổ chức. Ngoài ra, theo Huỳnh Quang Linh và Mai Trung Kiên (2020) một trong những khía cạnh của CSR có ảnh

hưởng tích cực đến sự hài lòng công việc của nhân viên là khách hàng. Do đó, tác giả muốn kiểm chứng mối quan hệ giữa CSR ở khía cạnh khách hàng với sự hài lòng công việc của người lao động bằng giả thuyết H1b.

*H1b: Trách nhiệm với khách hàng ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng công việc của người lao động*

Trách nhiệm với môi trường tự nhiên. Theo tiêu chuẩn ISO 26000, nội dung CSR của doanh nghiệp đối với môi trường gồm các tiêu chí: phòng ngừa ô nhiễm; sử dụng tài nguyên bền vững; giảm nhẹ và thích nghi với biến đổi khí hậu; bảo vệ môi trường, đa dạng sinh học và khắc phục môi trường sống tự nhiên. Tuy nhiên. Theo Huỳnh Quang Linh và Mai Trung Kiên (2020), Gholam sajadi khah và ctg (2014) trách nhiệm với môi trường có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của nhân viên, điều này sẽ tác động đến nhận thức của người lao động về thực hành CSR của công ty. Do đó, tác giả đưa ra giả thuyết H1c nhằm kiểm định mối quan hệ giữa trách nhiệm với môi trường và sự hài lòng công việc của người lao động.

*H1c: Trách nhiệm với môi trường ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng công việc của người lao động*

Trách nhiệm pháp lý, tính pháp lý trong CSR của doanh nghiệp là thực hiện đầy đủ các quy định về pháp lý chính thức đối với các bên hữu quan, những điều luật trong khía cạnh pháp lý sẽ điều tiết được sự cạnh tranh, bảo vệ khách hàng, môi trường, thúc đẩy sự công bằng và an toàn, chống lại hành vi sai trái. Theo tiêu chuẩn chứng nhận xã hội hàng đầu cho các nhà máy và tổ chức trên toàn cầu - SA8000 do tổ chức Trách nhiệm xã hội quốc tế của Mỹ xây dựng (Social Accountability International - SAI), gồm 9 yêu cầu: 1. Lao động trẻ em; 2. Lao động cưỡng bức; 3. An toàn và vệ sinh lao động; 4. Tự do hiệp hội và quyền thoả ước lao động

tập thể; 5. Phân biệt đối xử; 6. Xử phạt; 7. Giờ làm việc; 8. Trả công; 9. Hệ thống quản lý. Theo Lê Văn Truyền (2018), Tarik Raihan và Rashed Al Karim (2017) có mối quan hệ thuận chiều giữa trách nhiệm pháp lý và sự hài lòng trong công việc của nhân viên. Như vậy, việc tuân thủ nghiêm trách nhiệm pháp lý sẽ ảnh hưởng như thế nào đến sự hài lòng công việc của người lao động bên trong doanh nghiệp, tác giả đưa ra giả thuyết H1d.

*H1d: Trách nhiệm pháp lý ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng công việc của người lao động*

Sự hài lòng công việc là cảm giác tích cực của một người về các khía cạnh khác nhau của công việc (Carrière & Bourque, 2009). Trên thực tế, nhân viên cảm thấy hài lòng hơn với công việc của họ ở những công ty có cam kết thực hiện các hoạt động trách nhiệm xã hội, trong khi những người làm việc cho các công ty không đầu tư vào CSR cảm thấy ít hài lòng hơn với nhiều khía cạnh của công việc (Tamm và cộng sự, 2010). Do đó, mối liên hệ tích cực giữa CSR bên ngoài và sự hài lòng trong công việc được mong đợi. Mặt khác, thực hành CSR nội bộ có liên quan đến việc cải thiện điều kiện làm việc. Như vậy, các hoạt động tích cực của tổ chức liên quan đến CSR bên ngoài và bên trong sẽ làm tăng sự hài lòng trong công việc ở nhân viên, do đó có thể tác động đến hiệu suất của nhân viên. Bên cạnh đó, nếu các công ty sử dụng hiệu quả các hoạt động CSR, công ty sẽ xác định sự hài lòng và lòng trung thành của nhân viên đối với môi trường làm việc, khi nhân viên hài lòng với công việc thì họ làm việc hiệu quả hơn, từ đó tạo ra sản phẩm và cung cấp dịch vụ tốt hơn. Kết quả là họ ngày càng trung thành hơn với tổ chức. Những nhân viên có cam kết tình cảm với công ty sẽ tiếp tục ở lại, họ chấp nhận công ty như một gia đình của mình và họ làm việc tận tâm để đạt được các mục tiêu của tổ chức. Từ đó, tác giả đưa ra giả thuyết H2.

H2: Sự hài lòng công việc ảnh hưởng tích cực đến lòng trung thành của người lao động.

#### 2.4. Phương pháp nghiên cứu

Với phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Đối tượng khảo sát là người lao động đang làm việc tại công ty TNHH YAZAKI EDS Việt Nam chi nhánh Trà Vinh.

Theo Hair và ctg (1998), đối với phân tích nhân tố khám phá (EFA) thì cỡ mẫu tối thiểu là  $n = 5 \cdot x$  (x: số biến quan sát). Trong nghiên cứu này có tất cả 32 biến quan sát dùng trong phân tích nhân tố. Vì vậy, cỡ mẫu tối thiểu cần đạt là  $n = 29 \cdot 5 = 145$ .

Theo Hair và ctg (2006), đối với phân tích hồi quy cấu trúc tuyến tính (SEM), cỡ mẫu nằm trong khoảng từ 200 - 400 tương ứng với 10 - 15 nhân tố. Ngoài ra còn tùy theo số lượng biến quan sát và độ tin cậy của từng nghiên cứu mà có thể thực hiện lấy mẫu khảo sát khác nhau (Comrey & Lee, 2013). Với số lượng biến quan sát là 29, tác giả lấy mẫu khảo sát là 310, cỡ mẫu này cho kiểm định độ tin cậy thang đo (Conbach's Alpha) và phân tích nhân tố khám phá (EFA) và đặc biệt sử dụng trong phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM) là phù hợp (Comrey & Lee, 2013). Nghiên cứu được thực hiện qua hai giai đoạn.

Giai đoạn nghiên cứu sơ bộ sử dụng phương pháp phân tích định tính khám phá các yếu tố và mức độ tác động của chúng đến CSR, sự hài lòng công việc và lòng trung thành của người lao động tại công ty TNHH YAZAKI EDS Việt Nam chi nhánh tỉnh Trà Vinh, tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn trên những nguồn tài liệu và số liệu đã được công bố. Đồng thời kỹ thuật thảo luận nhóm chuyên gia cũng được thực hiện với dàn bài thảo luận bao gồm các câu hỏi bán cấu trúc nhằm xây dựng và hoàn thiện thang đo của các nhân tố trong mô hình nghiên cứu (bảng 1), thang đo được chuyển

thể thành bản câu hỏi khảo sát sơ bộ với thang đo Likert 5 mức độ. Tác giả khảo sát thử với cỡ mẫu là 100 nhằm kiểm tra sự thấu hiểu của đáp viên về các phát biểu, phát hiện những sai sót trong thiết kế bảng hỏi, sử dụng kiểm định Cronbach's Alpha để loại bỏ những thang đo có hệ số Alpha < 0,6 và tương quan biến tổng thấp hơn 0,3 (Nguyễn Đình Thọ, 2011).

Bảng 1: Tổng hợp thang đo

TT	Nhân tố	Nguồn thang đo
<b>1. TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI</b>		
<b>Trách nhiệm đối với người lao động</b>		
1.	Công ty thực thi đầy đủ chính sách phúc lợi xã hội người lao động (trợ cấp BHXH, khám sức khỏe định kỳ, nghỉ ngơi, an dưỡng)	Nguyen Thi Minh Phuong và ctg, 2020; Muddassar Sarfraz và ctg, 2018;
2.	Công ty có các chương trình khuyến khích sự đa dạng của lực lượng lao động của chúng tôi (về độ tuổi, giới tính, dân tộc).	Châu Thị Lệ Duyên và ctg, 2014; Seah Yett Ming, 2014; Bohlander and Snell, 2009;
3.	Công ty có chính sách nội bộ không phân biệt đối xử trong lương, thưởng và thăng chức của nhân viên	ISO26000' Turker, 2009b
4.	Công ty cung cấp một môi trường làm việc an toàn và lành mạnh cho tất cả các nhân viên của mình	
5.	Doanh nghiệp tạo điều kiện linh hoạt để cân bằng tốt giữa cuộc sống và công việc cho nhân viên	
<b>Trách nhiệm với khách hàng</b>		
6.	Công ty cung cấp thông tin đầy đủ và chính xác về sản phẩm của mình cho khách hàng	Nguyễn Thanh Hùng và ctg, 2017; Muddassar

- |    |   |  |
|----|---|--|
| 7. | Công ty luôn tìm cách cải tiến chất lượng, cải thiện giá thành sản phẩm                               | Sarfraz và ctg, 2018;<br>Châu Thị Lệ Duyên và ctg, 2014; |
| 8. | Công ty luôn giải quyết thỏa đáng các khiếu nại của khách hàng  | Seah Yett Ming, 2014;                                    |
| 9. | Công ty được biết đến như một đơn vị có uy tín và đáng tin cậy (phân phối đúng hạn, đủ số lượng, ...) | Turker, 2009;  |

### Trách nhiệm với môi trường

- |     |   |                                    |
|-----|---|------------------------------------|
| 10. | Công ty đạt chứng nhận thực hiện các yêu cầu về môi trường      | Muddassar Sarfraz và ctg, 2018;    |
| 11. | Công ty có hệ thống xử lý nước thải trước khi đưa ra môi trường | ISO26000;<br>Seah Yett Ming, 2014; |
| 12. | Công ty thực hiện tiết kiệm năng lượng tác động đến môi trường  |                                    |
| 13. | Công ty tham gia hoạt động hướng ứng ngày môi trường thế giới   |                                    |
| 14. | Công ty trồng cây xanh khuôn viên nhà máy                       |                                    |

### Trách nhiệm pháp lý

- |     |  |  |
|-----|--|--|
| 15. | Công ty nghĩa vụ tuân thủ luật lao động, không sử dụng lao động trẻ em | Turker, 2009b<br>Seah Yett Ming, 2014; |
| 16. | Công ty tuân thủ luật bảo vệ môi trường                                |  |
| 17. | Công ty đảm bảo nguyên tắc an toàn cháy nổ, tràn dầu, hóa chất, bức xạ |  |
| 18. | Công ty tuân thủ bảo mật thông tin và sở hữu trí tuệ                   |  |
| 19. | Công ty đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm                              |  |

## 2. SỰ HÀI LÒNG CÔNG VIỆC

- |     |  |  |
|-----|--|--|
| 20. | Tôi hài lòng về tiền lương nhận được           | Idil Karademirlidag Suher và ctg, 2017;      |
| 21. | Tôi hài lòng về các chính sách của công ty     | Chengedzai Mafini và Nobukhosi Dlodlo, 2014; |
| 22. | Tôi hài lòng về môi trường làm việc            | Ali, 2011                                    |
| 23. | Tôi hài lòng về danh tiếng công ty             | Kelly, 1980;                                 |
| 24. | Tôi hài lòng về trách nhiệm xã hội của công ty | Homburg & Stock, 2004;                       |

## 3. LÒNG TRUNG THÀNH VỚI CÔNG TY

- |     |   |  |
|-----|---|--|
| 25. | Tôi luôn nói tích cực về công ty với bạn bè và gia đình                     | Nguyễn Thị Thu Hằng, Nguyễn Khánh Trang, 2013<br>Seah Yett Ming, 2014; |
| 26. | Tôi sẽ không chuyển công tác ngay lập tức cho dù có cơ hội làm việc tốt hơn | Nguyễn Thị Thu Hằng, Nguyễn Khánh Trang, 2013                          |
| 27. | Tôi nhận thấy bản thân là một phần của công ty                              | Ms. Chetna Pandey và Mrs Rajni Khare, 2012;<br>Seah Yett Ming, 2014    |
| 28. | Tôi xem vấn đề của tổ chức như là vấn đề của bản thân tôi                   | Meyer et al., 1997<br>Seah Yett Ming, 2014;                            |
| 29. | Tôi sẽ đồng hành và phát triển cùng công ty trong vòng 5 năm tới            | Idil Karademirlidag Suher và ctg, 2017                                 |

*Nguồn:* Tác giả tổng hợp, 2021

Giai đoạn nghiên cứu chính thức được chú trọng sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng, bảng câu hỏi chính thức được sử dụng phỏng vấn trực tiếp người lao động

đang làm việc tại công ty TNHH YAZAKI EDS Việt Nam chi nhánh tỉnh Trà Vinh nhằm thu thập dữ liệu sơ cấp phục vụ cho phân tích định lượng.

### 3. Kết quả và đánh giá

#### 3.1. Kết quả

##### 3.1.1. Mô tả thông tin mẫu nghiên cứu

Với 310 phiếu khảo sát hợp lệ. Về giới tính: phổ biến ở đối tượng khảo sát là nữ chiếm 69,7% và 30,3% là nam. Về độ tuổi, phần lớn người được hỏi có độ tuổi từ 26 đến 35 chiếm 64,2%; có 33,9% từ 18 tuổi đến 25 tuổi và 1,9% từ 36 tuổi đến 50 tuổi. Về trình độ, trình độ phổ thông chiếm 46,8%; Trung cấp chiếm 12,9%; Cao đẳng chiếm 15,2%; Đại học chiếm 24,8% và 0,3% Sau đại học. Về vị trí nghề nghiệp, có 53,9% người được hỏi là công nhân, 34,8% là nhân viên văn phòng và 11,3% giữ vị trí quản lý. Về hôn nhân, có 48,7% người được hỏi đã có gia đình và 51,3% độc thân. Về chỗ ở, có 39% ở nhà trọ; 49,4% ở nhà riêng và 11,3% sống chung cùng bố mẹ. Về thu nhập bình quân 6,13 triệu đồng/ tháng.

##### 3.1.2. Kiểm định độ tin cậy thang đo

Theo Nunnally và Burnstein (1978), thang đo được đánh giá chấp nhận và tốt đòi hỏi đồng thời 2 điều kiện là hệ số Alpha của tổng thể > 0,6 và hệ số tương quan biến tổng (corrected item-total correlation) > 0,3. Tác giả tiến hành kiểm định hệ số Cronbach's Alpha với 29 biến quan sát. Kết quả kiểm định cho thấy hệ số Alpha của cả các biến đo lường đều thỏa điều kiện  $\geq 0,6$ ; các hệ số tương quan biến tổng đều > 0,3. Tất cả 29 biến quan sát sẽ được giữ lại để sử dụng trong bước phân tích EFA tiếp theo.

Bảng 2: Kiểm định độ tin cậy thang đo

Nhân tố	Biến quan sát	Số quan sát	Hệ số Alpha
<b>Trách nhiệm xã hội</b>			
Trách nhiệm với người lao động (C_EM)	C_EM1, C_EM2, C_EM3, C_EM4, C_EM5	5	0,865
Trách nhiệm với khách hàng (C_CU)	C_CU1, C_CU2, C_CU4, C_CU4	4	0,870
Trách nhiệm với môi trường (C_EN)	C_EN1, C_EN2, C_EN3, C_EN4, C_EN5	5	0,907
Trách nhiệm pháp lý (CU_LA)	CU_LA1, CU_LA2, CU_LA3, CU_LA4, CU_LA5	5	0,902
<b>Sự hài lòng (SATIS)</b>	SATIS1, SATIS2, SATIS3, SATIS4, SATIS5	5	0,913
<b>Lòng trung thành (LOYAL)</b>	LOYAL1, LOYAL2, LOYAL3, LOYAL4, LOYAL5	5	0,880

Nguồn: Xử lý số liệu của tác giả, 2021

##### 3.1.3. Phân tích nhân tố khám phá

Kết quả phân tích nhân tố khám phá lần 1, với 29 biến quan sát được sử dụng cho phân tích, hệ số KMO = 0,898 đạt yêu cầu  $\geq 0,5$ ; mức ý nghĩa của kiểm định Bartlett = 0,000 đạt yêu cầu  $\leq 0,05$ ; Tổng phương sai trích

được là  $65,025\% \geq 50\%$ ; số lượng nhân tố rút trích được là 6, phù hợp với giải thuyết về thành phần thang đo, có giá trị Eigenvalues là 1,219. Tuy nhiên hệ số tải của biến quan sát C\_EM1 là  $0,448 < 0,5$  nên tác giả loại ra khỏi phân tích.

Kết quả phân tích nhân tố lần 2, với 28 biến quan sát được sử dụng cho phân tích, chỉ số KMO là  $0,897 > 0,5$  nên dữ liệu dùng để phân tích nhân tố hoàn toàn thích hợp; mức ý nghĩa của kiểm định Bartlett = 0,000 đạt yêu cầu  $\leq 0,05$ : bác bỏ giả thuyết H0: tức là các biến có tương quan với nhau và thỏa điều kiện phân tích nhân tố. Theo phương pháp Principal axis factoring với phép quay Promax, kết quả cho thấy 28 biến quan sát được nhóm thành 6 nhóm. Giá trị tổng phương sai trích =  $65,584\% > 50\%$ : đạt yêu cầu; khi đó có thể nói rằng 6 nhân tố này giải thích 65,584% biến thiên của dữ liệu.

- Giá trị hệ số Eigenvalues của các nhân tố đều cao ( $>1$ ), nhân tố thứ 6 có Eigenvalues thấp nhất là  $1,211 > 1$ ; các hệ số tải nhân tố đều lớn hơn 0,5 và không có trường hợp biến nào cùng lúc tải lên cả hai nhân tố. Nên các nhân tố đảm bảo được giá trị hội tụ và phân biệt khi phân tích EFA. Ngoài ra không có sự xáo trộn các nhân tố nên sau khi phân tích nhân tố thì các nhân tố độc lập này được giữ nguyên (xem bảng 3).

Bảng 3: Phân tích nhân tố khám phá lần 2

	Nhân tố					
	1	2	3	4	5	6
C_EN3	0,878					
C_EN4	0,871					
C_EN2	0,800					
C_EN5	0,772					
C_EN1	0,744					
C_LA2		0,894				
C_LA3		0,871				

C_LA4	0,759					
C_LA5	0,756					
C_LA1	0,648					
LOY3		0,988				
LOY4		0,837				
LOY2		0,743				
LOY5		0,615				
LOY1		0,537				
SAT3			0,874			
SAT4			0,849			
SAT2			0,844			
SAT5			0,763			
SAT1			0,639			
C_CU3				0,869		
C_CU2				0,864		
C_CU4				0,707		
C_CU1				0,706		
C_EM3					0,897	
C_EM4					0,793	
C_EM2					0,711	
C_EM5					0,593	

Nguồn: Xử lý số liệu của tác giả, 2021

### 3.1.4. Phân tích nhân tố khẳng định

Theo Crowley và Fan (1997), mô hình đo lường phù hợp với dữ liệu thực tế phải đảm bảo phù hợp với 4 thước đo: (i) Cmin/df; (ii) TLI, (iii) CFI, (iv) RMSEA. Kết quả phân tích CFA của mô hình tới hạn có giá trị  $p=0,000 < 0,05$ ;  $\chi^2$  (Chi-square) = 947,995; có df= 330 bậc tự do; chỉ số CMIN/df =  $2,873 < 3$  (Carmines & McIver, 1981); các chỉ số CFI =  $0,903 > 0,9$ ; TLI =  $0,889$  xấp xỉ 0,9; chỉ số RMSEA =  $0,078 < 0,08$  (Garver và Mentzer, 1999). Các chỉ số thỏa mãn các yêu cầu để kết luận mô hình phù hợp với dữ liệu chính thức.

3.1.5. Kiểm định mô hình cấu trúc tuyến tính SEM

Thông qua kết quả ước lượng từ mô hình tất cả các biến đều có ý nghĩa thống kê ở mức 5%. Kết quả kiểm định mô hình SEM thể hiện các giá trị như sau:

Bảng 4: Đánh giá mức độ phù hợp của mô hình

Các chỉ số	Giá trị tham khảo	Giá trị mô hình	Kết luận
Chi bình phương điều chỉnh theo bậc tự do (Cmin/df)	$\chi^2/df \leq 5$	2,894	Mô hình đo lường phù hợp với dữ liệu thực tế.
Chỉ số TLI (Tucker-Lewis Index)	TLI > 0,9	0,887	
Chỉ số thích hợp so sánh CFI (Comparative Fit Index)	CFI > 0,90; 0 < CFI < 1, Càng tiến về 1 càng phù hợp	0,901	
Chỉ số RMSEA (Root Mean Square Error Approximation)	RMSEA < 0,08 Chấp nhận; Càng nhỏ càng tốt	0,078	

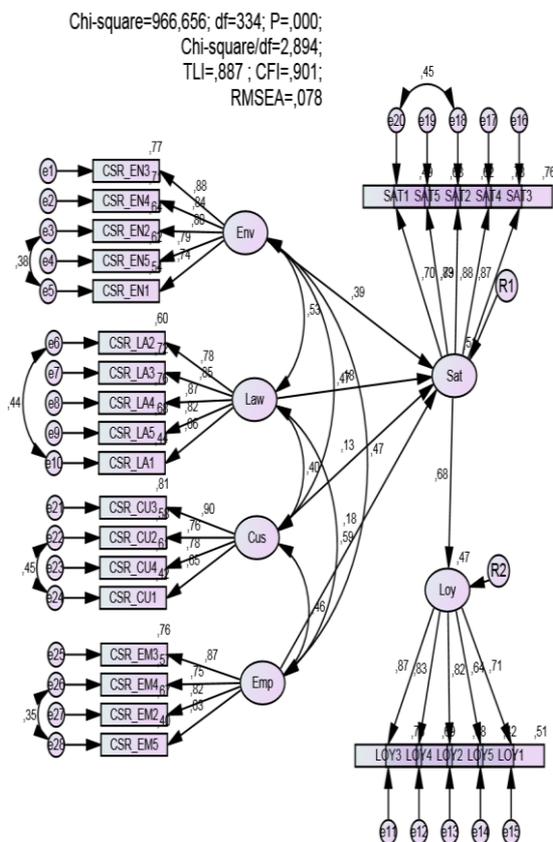
Nguồn: Xử lý số liệu của tác giả, 2021

Kết quả mô hình giả thuyết nghiên cứu thể hiện trong hình 2:

Bảng 5: Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Biến quan sát	UL chuẩn hóa	Sai lệch chuẩn (S.E)	Giá trị tới hạn (C.R)	Giá trị p
H1a	Sự hài lòng ← TN với Người LĐ	0,319	0,087	3,800	***
H1b	Sự hài lòng ← TN với Khách hàng	0,192	0,079	2,935	0,003
H1c	Sự hài lòng ← TN với môi trường	0,276	0,083	3,926	***
<b>H1d</b>	Sự hài lòng ← <b>TN pháp lý</b>	<b>0,048</b>	<b>0,084</b>	<b>0,635</b>	<b>0,525</b>
H2	Lòng trung thành ← Sự hài lòng	0,060	0,704	11,643	***

Nguồn: Xử lý số liệu của tác giả, 2021



Hình 2: Kết quả kiểm định mô hình SEM

Nguồn: Xử lý số liệu của tác giả, 2021

Dựa vào bảng tính Estimate, tác giả thống kê các thông tin cần thiết cho kiểm định giả thuyết nghiên cứu trong bảng 4 như sau:

Các khía cạnh CSR gồm trách nhiệm với người lao động, khách hàng và môi trường đã được chấp nhận với độ tin cậy 95%. Thêm vào đó, sự hài lòng công việc có ảnh hưởng đến lòng trung thành của người lao động.

### 3.1.6. Kiểm định ước lượng mô hình lý thuyết bằng Bootstrap

Bảng 6. Kết quả ước lượng bootstrap so với ước lượng bằng phương pháp ML

Parameter	Ước lượng bootstrap			Chênh lệch		
	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	CR
Sat ← Env	0,086	0,002	0,282	0,005	0,003	1,667
Sat ← Law	0,076	0,002	0,048	0	0,002	0,000
Sat ← Cus	0,078	0,002	0,19	-0,003	0,002	-1,500
Sat ← Emp	0,088	0,002	0,315	-0,003	0,003	-1,000
Loy ← Sat	0,053	0,001	0,7	-0,004	0,002	-2,000

Nguồn: Xử lý số liệu của tác giả, 2021

Kết quả kiểm định ước lượng bootstrap cho thấy chỉ số CR đều đạt yêu cầu, hầu hết  $|CR| < 2,0$ . Từ đó có thể kết luận các ước lượng trong mô hình nghiên cứu đảm bảo độ tin cậy.

### 3.2. Đánh giá

**Trách nhiệm với người lao động.** Chấp nhận giả thuyết H1a (giá trị  $p = 0,000$ ) rằng trách nhiệm xã hội với người lao động có ảnh hưởng tích cực và mạnh nhất đến sự hài lòng công việc của họ với hệ số ảnh hưởng 0,329 tại mức ý nghĩa là 1%. Kết quả nghiên cứu phù hợp với nghiên cứu của Huỳnh Quang Linh và Mai Trung Kiên (2020), Lương Minh Trung (2019), Mavra Khan và ctg (2018), Idil Karademirlidag Suher và ctg (2017). Điều này cho thấy mức độ thực hiện trách nhiệm xã hội của công ty YAZAKI tạo nên nhận thức tích cực ở người lao động về công việc, được trải nghiệm những lợi ích khi làm việc tại công ty, nhân viên sẽ tiếp tục duy trì gắn bó, đồng thời mức độ thực trách nhiệm đối với người lao động càng cao thì sự hài lòng công việc càng tăng.

Kiểm định bằng phương pháp Bootstrap với số lượng mẫu lặp lại  $N=1000$ , cho kết quả độ chênh lệch (Bias) và sai số lệch chuẩn của độ chênh lệch (SE-Bias) giữa ước lượng Bootstrap và ước lượng bằng phương pháp ML có xuất hiện nhưng không có ý nghĩa thống kê ( $<0,05$ ).

**Trách nhiệm với khách hàng.** Chấp nhận giả thuyết H1b (giá trị  $p = 0,003$ ) rằng trách nhiệm với khách hàng có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng công việc của người lao động với hệ số ảnh hưởng 0,192 tại mức ý nghĩa là 1%, đồng quan điểm với nghiên cứu của Huỳnh Quang Linh và Mai Trung Kiên (2020), Nguyễn Thanh Hùng và ctg (2017). Có thể lý giải rằng khi công ty thực hiện tốt các nghĩa vụ khách hàng như việc cung cấp sản phẩm chất lượng, đảm bảo lợi ích chính đáng người mua, ... điều này sẽ mang lại cảm giác tự hào ở người lao động khi là một phần của doanh nghiệp. Từ đó, tạo ra sự hài lòng công việc ở người lao động.

**Trách nhiệm với môi trường.** Chấp nhận giả thuyết H1c (giá trị  $p = 0,000$ ) rằng trách nhiệm với môi trường ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng công việc của người lao động với hệ số ảnh hưởng 0,276 tại mức ý nghĩa là 1%. Khi việc thực hiện trách nhiệm về môi trường của công ty tăng lên thì sự hài lòng trong công việc của người lao động tăng tương ứng. Kết quả nghiên cứu một phần phù hợp nghiên cứu

của Huỳnh Quang Linh và Mai Trung Kiên (2020), Joana S. P. Story và Filipa Castanheira (2019), Mavra Khan và ctg (2018), Nguyễn Thanh Hùng và ctg (2017).

*Trách nhiệm pháp lý.* Bác bỏ giả thuyết H1d (giá trị  $p=0,525$ ) nghĩa là trách nhiệm pháp lý không ảnh hưởng đến sự hài lòng công việc của người lao động. Điều này có thể lý giải rằng khi tham gia kinh doanh công ty bắt buộc phải tuân thủ những quy định của pháp luật, đây cũng là điều hiển nhiên mà một doanh nghiệp phải thực hiện. Do đó, người lao động tại công ty dường như không có sự so sánh về trách nhiệm pháp lý giữa các doanh nghiệp với nhau.

*Sự hài lòng và lòng trung thành.* Chấp nhận giả thuyết H2 (giá trị  $p=0,000$ ) rằng sự hài lòng công việc ảnh hưởng tích cực đến lòng trung thành của người lao động với hệ số ảnh hưởng 0,060 tại mức ý nghĩa là 1%. Tập hợp sự hài lòng ở nhân viên về các khía cạnh trách nhiệm với khách hàng, với bản thân người lao động và môi trường. Khi đó, họ sẽ đánh giá cao những nỗ lực mà công ty đã thực hiện, từ đó họ tự nguyện gắn bó với doanh nghiệp và cam kết duy trì mối quan hệ làm việc lâu dài tại tổ chức.

#### 4. Kết luận

Kết quả cho thấy mô hình nghiên cứu thực tế có độ phù hợp cao. Ở độ tin cậy 95%, (1) Trách nhiệm với người lao động (NLD) ảnh hưởng mạnh nhất đến sự hài lòng công việc của họ; (2) Trách nhiệm với môi trường, (3) Trách nhiệm với khách hàng có ảnh hưởng đến sự hài lòng công việc của người lao động. Đồng thời, khi có được sự hài lòng trong công việc người lao động sẽ gắn bó, trung thành hơn với công ty.

*Đối với người lao động,* việc bảo quyền và lợi ích người lao động là điều quan trọng để duy trì sự gắn bó lâu dài với doanh nghiệp. Công ty thực thi tốt hơn nữa các chính sách phúc lợi xã hội người lao động

như các khoản trợ cấp bảo hiểm xã hội, khám sức khỏe định kì, nghỉ ngơi, an dưỡng, đồng thời cung cấp một môi trường làm việc an toàn và lành mạnh cho tất cả các nhân viên. Bên cạnh đó, công ty cần phát huy hơn nữa các chương trình khuyến khích sự đa dạng của lực lượng lao động về độ tuổi, giới, các thành phần dân tộc và duy trì chế độ sử dụng lao động khiếm khuyết, điều này không những tạo thiện cảm lớn với lực lượng lao động hiện tại mà còn tạo hiệu ứng tích cực trong dự luận xã hội. Ngoài ra, tránh những biến động, xáo trộn về nhân sự, công ty tạo điều kiện linh hoạt để cân bằng tốt giữa cuộc sống và công việc cho nhân viên như dạng khung giờ, ca kíp làm việc, chủ động tìm hiểu nhu cầu và nguyện vọng của người lao động, thể hiện sự quan tâm của nhà lãnh đạo các cấp đến nhân viên nhằm duy trì hòa khí tại môi trường làm việc.

*Đối với khách hàng:* Sản phẩm bộ dây điện lắp ráp cho xe ô tô do công ty YAZAKI cung ứng giúp tối ưu hóa tính năng và công dụng của động cơ, vừa tiết kiệm chi phí, vừa giảm thiểu những sự cố cho người dùng. Do đó, an toàn và lợi ích của khách hàng là ưu tiên hàng đầu trong hoạt động sản xuất kinh doanh, công ty cần đảm bảo cung cấp đầy đủ và trung thực các thông tin về hàng hóa và dịch vụ của doanh nghiệp như nguồn gốc, xuất xứ sản phẩm, thời gian sản xuất và hạn dùng, hướng dẫn sử dụng sản phẩm an toàn, chính xác. Quan tâm đến các tiện ích trong sản phẩm và lợi ích kinh tế của người tiêu dùng, tiếp tục đẩy mạnh cải tiến chất lượng về mẫu mã, kiểu dáng, tính năng, giảm giá thành sản phẩm; đồng thời công ty cần quan tâm đến những yêu cầu và giải quyết thỏa đáng các khiếu nại của khách hàng, coi sự hài lòng của khách hàng là một trong những mục tiêu phấn đấu của doanh nghiệp, đảm bảo khách hàng biết đến công ty như một đơn vị có uy tín (chất lượng sản phẩm vượt trội, số lượng hàng hóa cung cấp đủ và đúng

về mặt thời gian). Từ đó, công ty YAZAKI sẽ tạo niềm tin, sự hài lòng công việc, sự gắn bó cũng như lòng trung thành của người lao động đối doanh nghiệp nhiều hơn.

*Đối với môi trường*, hoạt động sản xuất kinh doanh của nhiều doanh nghiệp gây ảnh hưởng đến môi trường xung quanh như dư lượng chất cấm trong nước thải, xử lý chưa tốt chất thải rắn, chưa có ý thức quan tâm bảo vệ môi trường, hệ thống lọc và xử lý xả thải chỉ mang tính hình thức, đối phó. Vì vậy,

công ty xem xét và nhận thức công tác bảo vệ môi trường là kim chỉ nam cho hoạt động sản xuất kinh doanh, cần duy trì tốt hiện trạng của các chứng nhận về môi trường, trang bị và từng bước nâng cấp hệ thống xử lý nước thải, sử dụng năng lượng tiết kiệm, cân nhắc dùng các nguồn nguyên liệu thay thế thân thiện môi trường, thể hiện thiện chí bảo vệ môi trường bằng những hành động thiết thực như biểu ngữ, khẩu hiệu, phong trào trồng cây xanh.

### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Báo Vnexpress - Những vụ xả thải tai tiếng của doanh nghiệp. <https://vnexpress.net/nhung-vu-xa-thai-tai-tieng-cua-doanh-nghiep-3400494.html>
- Carrière, J., & Bourque, C. (2009), The effects of organizational communication on job satisfaction and organizational commitment in a land ambulance service and the mediating role of communication satisfaction, *Career Development International*, 14, 1, 29-49.
- Carroll, A. B. (1979), A three dimensional conceptual model of corporate social performance, *Academy of Management of Review*, 4, 4, 497-505.
- Carroll, A. B. (1991), The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders, *Business Horizons*, 34, 4, 39-48.
- Comrey, A. L., and Lee, H. B. (2013), *A First Course in Factor Analysis*, New York, NY: Psychology Press.
- Crowley, S.L., and Fan, X. (1997), Structural equation modeling: Basic concepts and applications in personality assessment research, *Journal of Personality Assessment*, 63, 508-531.
- Châu Thị Lê Duyên và cộng sự (2014), Nghiên cứu mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội lợi ích kinh doanh và hiệu quả tài chính của doanh nghiệp khu vực thành phố Cần Thơ, *Tạp Chí Khoa học trường Đại học Cần Thơ*, số 32, 7-18.
- Furnham, A., Eracleous, A., & Premuzic, T. (2009), Personality, motivation and job satisfaction: Herzberg meets the Big Five, *Journal of Managerial Psychology*, 24, 8, 765-779.
- Garver, N. S., & Mentzer, J. T. (1999), Logistics research methods: employing structural equation modeling to test for construct validity, *Journal of Business Logistics*, 20, 1, 33-57.
- Gholam sajadi khah, koroshnooradin moosa, Mohammad maesomian (2014), The relationship between csr and employees loyalty (case study: sisakht education and training), *Indian J.Sci.Res*, 7, 1, 923-930.
- Huỳnh Quang Linh, Mai Trung Kiên (2020), Tác động của trách nhiệm xã hội đến sự hài lòng công việc của nhân viên trong các doanh nghiệp tại tỉnh Trà Vinh, *Tạp chí Công Thương*.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006), *Multivariate data analysis*, 6th ed, Uppersaddle River, N.J., Pearson Prentice Hall.

- Idil Karademirlidag Suhe, Cisil Sohodol Bir & Aysel Yapar (2017), The Effect of Corporate Social Responsibility on Employee Satisfaction and Loyalty: A research on Turkish Employees, *International Research Journal of Interdisciplinary & Multidisciplinary Studies (IRJIMS)*, Volume-III, Issue-I, Page No. 87-105.
- Johnson, H. L. (1971), *Business in Contemporary Society: Framework and Issues*, Belmont, CA: Wadsworth.
- Joana S. P. Story và Filipa Castanheira (2018), Corporate social responsibility and employee performance: Mediation role of job satisfaction and affective commitment, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, DOI: 10.1002/csr.1752
- Lương Minh Trung (2019), Tác động của trách nhiệm xã hội doanh nghiệp đến sự hài lòng công việc và cam kết tổ chức của người lao động: Trường hợp các doanh nghiệp dệt may tại tỉnh Long An, Luận văn thạc sĩ.
- Lê Văn Truyền (2018), Nghiên cứu mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, sự hài lòng trong công việc và sự gắn kết với tổ chức của người lao động tại các doanh nghiệp dệt may trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. Luận văn thạc sĩ.
- Lao động - Trà Vinh: Hàng trăm công nhân Cty Cy Vina lại nhập viện vì ngộ độc thực phẩm - <https://laodong.vn/archived/tra-vinh-hang-tram-cong-nhan-cty-cy-vina-lai-nhap-vien-vi-ngo-doc-thuc-pham-705760.ldo>
- Meyer J., Allen N (1997), *Commitment in the Workplace: Theory, Research, and Application*, Sage Publications.
- Muddassar Sarfraz và cộng sự (2018), Employees' Perception of Corporate Social Responsibility Impact on Employee Outcomes: Mediating Role of Organizational Justice for Small and Medium Enterprises (SMEs), *Sustainability*, 10, 2429.
- Nguyen Thi Minh Phuong (2020), Impacts of corporate social responsibility toward employees on employee motivation in enterprises: A case study in Vietnam, *Management Science Letters*, 10, 2543-2552.
- Niên phong doanh nghiệp FDI xả thải gây ô nhiễm môi trường. <http://baochinhphu.vn/Phap-luat/Niem-phong-doanh-nghiep-FDI-xa-thai-gay-o-nhiem-moi-truong/253772.vgp>
- Nguyễn Thanh Hùng, Hồ Mỹ Dung, Nguyễn Thị Hồng Phúc (2017), Tác động của trách nhiệm xã hội đến sự hài lòng công việc và cam kết tổ chức: Trường hợp các doanh nghiệp chế biến thực phẩm, Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Trà Vinh, 26, 6, 22 - 30.
- Nunnally, J. C., and Burnstein, I. H. (1994), *Psychometric Theory*, New York: McGraw - Hill.
- Robbins, S.P. (2003), *Organisational behaviour: Global and South African perspective*, Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Seah Yett Ming (2014), *Corporate Social Responsibility and Organizational Commitment of Semiconductor Companies in Kulim High Tech Park, Kedah: Employees perspectives*, Master of science international business of University Utara Malaysia.
- Simone R. Barakat, Giuliana Isabella, João Maurício Gama Boaventura and José Afonso Mazzon (2016), The influence of corporate social responsibility on employee satisfaction, *Management Decision*, 54, 9, 2325 - 2339.
- Smith, E. R. (2011), *Defining Corporate Social Responsibility: A systems approach for socially responsible capitalism*, Master theses at University of Pennsylvania.

- Tamm, K., Eamets, R., & Mõtsmees, P. (2010), Relationship between corporate social responsibility and job satisfaction: The case of Baltic countries, *Research papers*, ISBN 978 9985 4-0649-6.
- Tarik Raihan and Rashed Al Karim (2017), CSR and employee job satisfaction: a case from mncs bangladesh, *Global Journal of Human Resource Management*, 5, 3, 26-39.
- Turker, D. (2009), Measuring corporate social responsibility: A scale development study, *Journal of Business Ethics*, 85, 4, 411-427.
- Tổng cục Thuế giữ nguyên quyết định phạt Coca-Cola Việt Nam 821 tỉ đồng tiền thuế - <https://nld.com.vn/kinh-te/tong-cuc-thue-giu-nguyen-quyet-dinh-phat-coca-cola-viet-nam-821-ti-dong-tien-thue-20210220145849589.htm>
- Thực trạng và một số giải pháp thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) tại tỉnh Trà Vinh. <https://www.travinh.gov.vn/1450/39231/71076/612473/tin-hoat-dong-doan-dbqh/thuc-trang-va-mot-so-giai-phap-thu-hut-dau-tu-truc-tiep-nuoc-ngoai-fdi-tai-tinh-tra-vinh>
- Verdeyen, V., Put, J., & Buggenhout, B. V. (2004), A social stakeholder model. *International Journal of Social Welfare*, 13, 325-331.
- Welford, R. (2005), Corporate Social Responsibility in Europe, *North America and Asia. J. Corporate Citizenship*, 2005:33-52
- Giới thiệu công ty YAZAKI. <https://www.yev.vn/gioi-thieu.html>