

PHÂN TÍCH ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC YẾU TỐ GIỚI TÍNH, NGÀNH HỌC, HOẠT ĐỘNG TÌNH NGUYỆN, GIÁO DỤC ĐẠO ĐỨC ĐẾN NHẬN THỨC TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA SINH VIÊN KHOA KINH TẾ - TRƯỜNG ĐẠI HỌC AN GIANG

● NGUYỄN THỊ PHƯỢNG

TÓM TẮT:

Nghiên cứu xem xét đánh giá sự khác biệt nhận thức trách nhiệm xã hội doanh nghiệp (CSR) của sinh viên (SV) có giới tính, ngành học, tham gia hoạt động tình nguyện và hoạt động giáo dục đạo đức khác nhau. Mô hình các yếu tố nhận thức CSR của SV được kế thừa từ mô hình nghiên cứu của Carroll (1991) gồm 4 thành phần trách nhiệm, đó là: kinh tế (KT), pháp lý (PL), đạo đức (ĐĐ) và nhân văn (NV). Kết quả nghiên cứu cho thấy, SV nữ và SV nam có quan điểm khác nhau về CSR, đồng thời, những SV thường xuyên tham gia hoạt động tình nguyện vì cộng đồng và sinh viên đã tham gia khóa học đạo đức kinh doanh đánh giá cao hơn về tầm quan trọng của các nghĩa vụ trong CSR. Tuy nhiên, không có sự khác biệt về nhận thức CSR đối với SV theo học các chương trình đào tạo khác nhau.

Từ khóa: trách nhiệm xã hội, nhận thức của sinh viên, ảnh hưởng.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh học thuật những thập kỷ gần đây, giáo dục CSR được các nhà nghiên cứu đặc biệt chú trọng việc tích hợp CSR vào các khóa học giáo dục đại học vì SV sẽ trở thành khách hàng, công dân và/hoặc trở thành nhà quản lý trong tương lai (Ceulemans và cộng sự, 2011). Theo xu hướng chung đó, việc giáo dục kiến thức về các nghĩa vụ doanh nghiệp phải hoặc tự nguyện cam kết thực hiện nhằm nâng cao nhận thức của SV ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường, góp phần tạo môi trường kinh doanh (KD) lành mạnh, có đạo đức, đáp

ứng kỳ vọng của khách hàng, người lao động, nhà đầu tư và cộng đồng trên địa bàn đã được chú trọng và triển khai tại Trường Đại học An Giang thông qua việc đưa nội dung CSR vào hoạt động giảng dạy trong học phần Đạo đức KD và văn hóa doanh nghiệp cho SV học khối ngành Kinh tế từ năm học 2019 - 2020. Tuy nhiên, mức độ nhận thức của SV về CSR phụ thuộc vào nhiều yếu tố chủ quan và khách quan, các công trình nghiên cứu thực nghiệm trong và ngoài nước đã chỉ ra một số yếu tố ảnh hưởng quan trọng đến nhận thức của SV về SCR gồm giới tính, ngành học, hoạt động tình nguyện và

giáo dục đạo đức. Vậy, các yếu tố được liệt kê ảnh hưởng như thế nào đến nhận thức CSR của SV Khoa Kinh tế - Trường Đại học An Giang sẽ là mục tiêu mà tác giả muốn thực hiện ở nghiên cứu này.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý luận

CSR là một thuật ngữ chỉ những hoạt động doanh nghiệp cam kết thực hiện thể hiện kỳ vọng của các đối tượng bên trong doanh nghiệp (Người lao động, quản lý, nhà đầu tư) và bên ngoài doanh nghiệp (Khách hàng, đối tác, đối thủ, chính phủ và cộng đồng). Các hoạt động thực hiện CSR luôn được coi là đúng đắn nhằm tăng nhiều nhất tác động tích cực và giảm tác động tiêu cực đến môi trường KD. Trong các lý thuyết nghiên cứu về CSR, mô hình nghiên cứu của Carroll (1991) được nhiều học giả chấp nhận và kế thừa trong các nghiên cứu của mình. Theo đó, CSR gồm 4 nhóm nghĩa vụ là kinh tế, pháp lý, đạo đức và nhân văn.

Theo Lê Na (2019) dẫn theo Bem (1967), nhận thức là quá trình con người suy nghĩ, đánh giá vấn đề bằng tư duy, lập luận, kiến thức học tập và quan sát thông qua hoạt động sống, là quá trình phát triển của não bộ, làm cho con người nhận biết được cái đúng cái sai, việc nên làm và không nên làm. Một hành vi được nhận thức là đúng khi nó không trái ngược với các tiêu chuẩn, chuẩn mực được nhiều người chấp nhận theo các quan niệm phổ biến (Nguyễn Mạnh Quân, 2015). SV có nhận thức rằng các nghĩa vụ thực hiện CSR là đúng đắn và cần thiết sẽ là nền tảng quan trọng trong việc đưa ra các quyết định đạo đức KD trong tương lai khi trực tiếp tham gia vào bộ máy nhân sự của doanh nghiệp.

Nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước đã chỉ ra các yếu tố ảnh hưởng đến nhận thức của SV về CSR. Trong số đó phải kể đến nghiên cứu của Anderson và cộng sự (2019). Trong khi các nghiên cứu trước chỉ tập trung vào một số yếu tố dự đoán là giới tính, kinh nghiệm và trình độ học vấn (Egri và Ralston, 2008; Matten và Moon, 2008; Tang và Tang, 2017), nghiên cứu của Anderson khám phá ra 6 yếu tố tiềm năng góp phần hình thành nhận thức CSR của SV gồm giá trị cá nhân, giới tính, tôn giáo, hệ tư tưởng chính trị, lĩnh vực học thuật và tình nguyện. Trong khi đó, nghiên cứu của Felix (2020)

lại hướng trọng tâm vào 3 nhân tố chính là giới tính, lĩnh vực học thuật và tình trạng giáo dục đạo đức, trong đó có sự khác biệt đáng kể nhận thức CSR giữa SV nam và SV nữ.

Các nghiên cứu trong nước tuy còn hạn chế về số lượng, nhưng có thể ghi nhận đóng góp nghiên cứu của Lê Na (2019) và Nguyễn Đình Hải và cộng sự (2014). Trong khi nghiên cứu của Nguyễn Đình Hải sử dụng kiểm định t-test và ANOVA để xác định mức độ ảnh hưởng của 7 yếu tố là giáo dục gia đình, giáo dục nhà trường, bạn bè người thân, phong tục tập quán, đặc thù ngành học, hành vi giảng viên và tôn giáo thì Lê Na sử dụng mô hình cấu trúc SEM để xác định ảnh hưởng của nhân tố gia đình người thân, nhân khẩu học và tự nhận thức đến nhận thức CSR của 787 SV Đại học Nông Lâm và thấy được có sự tác động cùng chiều của CSR đến ý nghĩ và hành vi của SV.

Từ những nghiên cứu trước, trong phạm vi bài viết này, tác giả tập trung xem xét mô hình gồm 4 yếu tố tác động đến nhận thức CSR của SV, gồm: giới tính, ngành học, hoạt động tình nguyện và giáo dục đạo đức.

Bản hỏi khảo sát theo thang đo liker 5 điểm được xây dựng dựa trên bộ câu hỏi gồm 20 biến quan sát đo lường mức độ nhận thức 4 thành phần CSR của SV và dựa trên mô hình nghiên cứu được Hong (2007) kế thừa từ mô hình của Carroll (1991), trong đó lược bớt 5 biến dành riêng cho đối tượng khảo sát là nhà quản lý. Ngoài ra, còn các câu hỏi về nhân khẩu học, đồng thời cũng là các biến định tính mà nghiên cứu đang xem xét mức độ ảnh hưởng gồm: giới tính, ngành học, hoạt động tình nguyện, năm học, tình trạng giáo dục đạo đức.

2.2. Phương pháp phân tích

Mô hình nghiên cứu được kiểm định qua 3 bước, kiểm định độ tin cậy của thang đo các thành phần của nhận thức CSR bằng hệ số Cronbach's Alpha, kiểm định tính hội tụ và phân biệt bằng phân tích nhân tố khám phá EFA, kiểm định sự khác biệt giá trị trung bình (GTTB) nhận thức CSR các biến định tính bằng Independent Sample T-test và One Way ANOVA.

Trước khi tiến hành kiểm định, dữ liệu hồi đáp của 264 bản hỏi hợp lệ được khảo sát trên đối

tượng SV Khoa Kinh tế - Trường Đại học An Giang theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện. Kết quả thống kê tần số biến nhân khẩu học (Bảng 1) cho thấy mẫu khảo sát đồng đều tỷ lệ giới tính (nam chiếm 42,4%, nữ 57,6%), ngành học, năm học, tình trạng tham gia hoạt động tình nguyện và giáo dục đạo đức.

để xác định sự khác biệt về nhận thức CSR với biến giới tính cho thấy:

Giá trị Sig. Levenes test biến KT = 0,000 cho thấy phương sai giữa 2 giới tính là khác nhau, giá trị Sig. t-test trong trường hợp phương sai giữa 2 giới tính khác nhau = 0,000 cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về mức độ nhận biết trách

Bảng 1. Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Ngành học				Năm học				Tham gia khóa học đạo đức		Hoạt động tình nguyện	
Kinh tế Quốc tế	Kế toán	Ngân hàng	Quản trị KD	1	2	3	4	Có	Không	Có	Không
21,6	28,8	21,2	28,4	23,1	29,9	19,7	27,3	41,7	58,3	46,4	53,6
100%				100%				100%		100%	

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu khảo sát 264 đáp viên, 2022

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Kết quả nghiên cứu

Kết quả phân tích mức độ tin cậy thang đo các biến thành phần nhận thức CSR của SV cho thấy tất cả các hệ số Cronbach's Alpha của các biến trong mô hình đều đạt yêu cầu lớn hơn 0,6 với lần lượt các hệ số là KT (0,780), PL (0,762), ĐĐ (0,870), NV (0,876) và có 2 biến quan sát PL5 và NV5 bị loại khỏi mô hình vì không thỏa mãn điều kiện hệ số tương quan với biến tổng.

Kết quả phân tích EFA cho thấy 18 biến quan sát đưa vào mô hình đều đảm bảo tính phân biệt và hội tụ (hệ số tải đều nhỏ hơn 0,5) với hệ số KMO: $0,5 \leq KMO = 0,842 \leq 1$, giá trị Sig Barlett's Test = $0,000 \leq 0,05$ cho thấy phân tích nhân tố được chấp nhận với tập dữ liệu nghiên cứu. Giá trị Eigenvalue = $1,233 \geq 1$, tổng phương sai trích = $64,405\% \geq 50\%$ cho thấy mô hình EFA là phù hợp và 4 nhân tố được trích cô đọng được 64,405% biến thiên các biến quan sát. Kết quả phân tích thể hiện ở Bảng 2.

3.2. Thảo luận về kết quả phân tích sự khác biệt giá trị trung bình nhận thức CSR giữa giới tính, ngành học, hoạt động tình nguyện và giáo dục đạo đức

3.2.1. Giới tính

Kết quả phân tích Independent Sample T-test

nhiệm KT của những SV có giới tính khác nhau. Cụ thể, SV nữ có nhận thức về tầm quan trọng nghĩa vụ KT cao hơn nam với GTTB của nữ là 3,74 và nam là 3,33.

Giá trị Sig. Levenes test biến PL là $0,314 > 0,05$ cho thấy sự đồng nhất giữa phương sai hai giới tính, giá trị Sig. t-test là 0,000 cho thấy sự khác biệt có ý nghĩa thống kê mức độ nhận thức trách nhiệm PL giữa SV nam và nữ. Trong đó, SV nữ nhận thức trách nhiệm PL cao hơn nam với điểm trung bình nhận thức của nữ và nam lần lượt là 4,34 và 3,63.

Giá trị Sig. Levenes test biến ĐĐ là $0,000 < 0,05$ cho thấy phương sai 2 giới tính là không đồng nhất, giá trị Sig. t-test tương ứng là $0,544 > 0,05$ cho thấy không có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê mức độ nhận thức nghĩa vụ ĐĐ giữa SV nam và nữ.

Giá trị Sig. Levenes test biến NV là $0,622 > 0,05$ cho thấy phương sai 2 giới tính là đồng nhất, giá trị Sig. t-test là $0,003 < 0,05$ cho thấy có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê mức độ nhận thức trách nhiệm NV giữa SV nam và nữ, trong đó, SV nữ có nhận thức cao hơn nam với GTTB của nữ là 3,97 và nam là 3,76.

Như vậy, giữa SV nam và nữ có quan điểm khác nhau về CSR, trong đó, SV nữ có mức độ nhạy cảm về các trách nhiệm cao hơn nam, đặc

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Nhân tố	Ma trận xoay nhân tố			
	F1	F2	F3	F4
KT1	0,622			
KT2	0,747			
KT3	0,704			
KT4	0,803			
KT5	0,770			
PL1		0,595		
PL2		0,687		
PL3		0,806		
PL4		0,735		
ĐĐ1			0,773	
ĐĐ2			0,794	
ĐĐ3			0,829	
ĐĐ4			0,792	
ĐĐ5			0,733	
NV1				0,822
NV2				0,903
NV3				0,870
NV4				0,815
Hệ số KMO = 0,842 ; Tổng phương sai trích = 64,405%; Sig. = 0,000				

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu khảo sát 264 đáp viên, 2022

biệt là nghĩa vụ PL và nghĩa vụ NV. Kết quả nghiên cứu tương đồng với nghiên cứu của Felix (2020) và Anderson (2019).

3.2.2. Ngành học

Kết quả phân tích ANOVA để kiểm định sự khác biệt GTTB nhận thức CSR giữa các SV theo học các ngành khác nhau tại Khoa Kinh tế - Trường Đại học An Giang, dữ liệu thống kê SV

gồm 4 ngành (Kinh tế quốc tế, Kế toán, Tài chính ngân hàng và Quản trị KD). Kết quả các phép kiểm định cho thấy, không có ý nghĩa thống kê sự khác biệt GTTB nhận thức CSR của các SV theo học các ngành khác nhau. Kết quả kiểm định là hoàn toàn hợp lý, do SV dù theo học các ngành khác nhau nhưng đều thuộc khối ngành kinh tế có tính chất liên ngành. Để hoàn thành chương trình đào tạo phù hợp với chuyên ngành, trước hết SV phải hoàn thành các môn học đại cương và cơ sở ngành giống nhau để chuẩn bị kiến thức nền tảng học các môn học chuyên ngành ở các năm học cuối khóa, nên việc SV nhận thức không khác nhau khi học các chuyên ngành khác nhau là điều hoàn toàn phù hợp thực tế đào tạo.

3.3.3. Hoạt động tình nguyện

Kết quả kiểm định sự khác biệt GTTB CSR đối với SV có và không tham gia hoạt động tình nguyện cho thấy có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê GTTB nhận thức trách nhiệm ĐĐ và NV. Trong đó, SV tham gia hoạt động tình nguyện có nhận thức trách nhiệm ĐĐ cao hơn, cụ thể, SV tham gia hoạt động tình nguyện nhận thức trách nhiệm ĐĐ và NV lần lượt là 3,50 và 4,16, SV không tham gia hoạt động tình nguyện có điểm trung bình lần lượt là 3,28 và 3,5. (Bảng 3)

3.3.4. Giáo dục đạo đức

Kết quả kiểm định sự khác biệt GTTB nhận thức CSR đối với SV có và không tham gia khóa học đạo đức thể hiện trong Bảng 4 cho thấy, có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê GTTB nhận thức các nghĩa vụ PL, ĐĐ và NV giữa các SV đã từng và chưa từng tham gia học phần đạo đức KD. Việc theo học các học phần liên quan đến đạo đức ngoài việc trang bị cho SV kiến thức cơ bản về đạo đức KD và các nghĩa vụ trong trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp còn giúp SV rèn luyện kỹ năng tư duy, lập luận và đưa ra các quyết định đạo đức trước các tình huống khó xử chứa các mâu thuẫn liên quan đến đạo đức. Sau khi hoàn thành môn học, nhận thức của SV về CSR tăng lên với GTTB nhận thức 3 thành phần CSR gồm PL, ĐĐ và NV của SV chưa được học (lần lượt là 3,80; 3,02 và 3,75) được tăng lên đáng kể tương ứng là 4,11; 3,92 và 3,98.

Bảng 3. Kết quả kiểm định sự khác biệt GTTB nhận thức CSR đối với biến hoạt động tình nguyện

CSR	Có tình nguyện (N=141)	Không tình nguyện(N=123)	Levene's test	T-test
	mean	mean	Sig.	Sig. (2-tailed)
KT	3,52	3,48	0,938	0,506
PL	3,97	3,88	0,567	0,106
DD	3,50	3,28	0,130	0,004
NV	4,16	3,50	0,563	0,000

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu khảo sát 264 đáp viên, 2022

Bảng 4. Kết quả kiểm định sự khác biệt GTTB nhận thức CSR đối với biến giáo dục đạo đức

CSR	Có học môn ĐĐKD (N=110)	Không học môn ĐĐKD (N=154)	Levene's test	T-test
	mean	mean	Sig.	Sig. (2-tailed)
KT	3,53	3,49	0,078	0,486
PL	4,11	3,80	0,12	0,000
DD	3,92	3,02	0,124	0,000
NV	3,98	3,75	0,772	0,001

Nguồn: Phân tích từ dữ liệu khảo sát 264 đáp viên, 2022

4. Kết luận

Trong 4 nhân tố được nghiên cứu để đánh giá sự ảnh hưởng đến nhận thức CSR của SV Khoa Kinh tế - Trường Đại học An Giang, kết quả phân tích cho thấy SV có giới tính, hoạt động tình nguyện và tham gia lớp học đạo đức KD khác nhau sẽ có nhận thức khác nhau về các thành phần nghĩa vụ trong CSR. Trong đó, SV nữ, SV có tham gia hoạt động tình nguyện và SV có tham gia học học phần đạo đức KD đều có nhận thức các thành phần trách nhiệm KT, PL, ĐĐ và NV cao

hơn so với SV nam, SV không tham gia tình nguyện và SV chưa từng tham gia khóa học về đạo đức. Để hướng tới một môi trường KD bền vững, một thị trường người lao động có trách nhiệm, tôn trọng các giá trị đạo đức trong KD, công tác giáo dục tại Khoa Kinh tế - Trường Đại học An Giang cần quan tâm nâng cao nhận thức về CSR, trong đó nhấn mạnh đến yếu tố giới tính, hoạt động tình nguyện và cần đưa các kiến thức giáo dục về CSR vào nội dung học của các chương trình đào tạo ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Lê Na, (2019), *Nghiên cứu nhận thức của sinh viên Trường Đại học Nông Lâm Thành phố Hồ Chí Minh về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp* số 18, 1-9.
2. Nguyễn Đình Hải & ctg (2014), *Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp từ nhận thức của sinh viên đại học*, số 9, 28-40.
3. Lai Van Tai & ctg. (2013). *Applying Carrolls CSR pyramid in studying employees perceptions of corporate social responsibility*, Q2, 67-77.

4. Nguyễn Mạnh Quân, (2015), *Giáo trình Đạo đức kinh doanh và văn hóa công ty*, Hà Nội: Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân.
5. Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, (2008), *Phân tích dữ liệu với SPSS*, TP. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Hồng Đức.

Ngày nhận bài: 12/2/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 6/3/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 16/3/2022

Thông tin tác giả:

ThS. NGUYỄN THỊ PHƯƠNG

Giảng viên Khoa Kinh tế

Trường ĐH An Giang - Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh

**ANALYZING THE IMPACTS OF THE GENDER, MAJOR,
VOLUNTEERISM, AND BUSINESS ETHICS EDUCATION
FACTORS ON THE PERCEPTIONS OF STUDENTS STUDYING
AT FACULTY OF ECONOMICS, AN GIANG UNIVERSITY
TOWARDS THE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

● Master. **NGUYEN THI PHUONG**

Lecturer, Faculty of Economics

An Giang University, Vietnam National University - Ho Chi Minh City

ABSTRACT:

This study identifies differences in the perceptions of students towards the corporate social responsibility (CSR) according to the factors of genders, majors, volunteerism, and business ethics education. By using Carroll's CSR pyramid (1991), this study investigates students' perceptions towards four types of responsibilities, including economic, legal, ethical and philanthropic responsibilities. The study's results show that male and female students have different perspectives towards the CSR. Students who participate into volunteering activities and business ethics education are pay more attention to the CSR. In addition, the field of study does not impact the perceptions of students towards the CSR.

Keywords: social responsibility, students' perception, influence.