

Trang chủ/Diễn đàn khoa học/Nghiên cứu - Trao đổi

Ảnh hưởng của trách nhiệm xã hội đến động lực làm việc của người lao động trong ngành bất động sản tại Bình Dương

15:02 | 26/11/2024

EFR Hiện nay, nhiều nhiều doanh nghiệp bất động sản buộc phải giảm quy mô, giảm nhân sự, hoặc tạm ngừng hoạt động, hoặc nặng hơn là giải thể doanh nghiệp.

Nguyễn Tùng Lâm

Trường Đại học Thủ Dầu Một

Email: nguyenlam0408@gmail.com

Tóm tắt

Bài viết nhằm tìm kiếm sự ảnh hưởng của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CRS) đến động lực làm việc của người lao động trong ngành bất động sản ở tỉnh Bình Dương. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 3 nhân tố, gồm: CSR hướng đến cộng đồng địa phương và khách hàng; CSR hướng đến người lao động; CSR hướng đến đối tác kinh doanh và nhà đầu tư, có sự ảnh hưởng và tác động đến Động lực làm việc của người lao động trong ngành bất động sản tại Bình Dương. Từ đó, nghiên cứu đề xuất một số hàm ý chính sách qua đó góp phần giúp cho các doanh nghiệp thể hiện tốt vai trò và trách nhiệm của mình để ngày càng nâng cao động lực làm việc cho người lao động và ngày giúp họ càng gắn bó với doanh nghiệp nhiều hơn.

Từ khóa: trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, động lực, bất động sản, người lao động

Summary

The paper aims to find the influence of corporate social responsibility (CRS) on employees' work motivation in the real estate industry in Binh Duong Province. The research results show three factors: CSR towards the local community and customers, CSR towards employees, and CSR towards business partners and investors, which have an influence and impact on the work motivation of employees in the real estate industry in Binh Duong. From there, the study proposes some policy implications to help enterprises perform their roles well and responsibilities to increasingly improve employees' work motivation and help them become more attached to the enterprise.

Keywords: corporate social responsibility, motivation, real estate, employees

ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay, tại Việt Nam, phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa hiểu thấu đáo về quy trình phát triển bền vững, chưa có tầm nhìn, chiến lược nhất quán về phát triển bền vững và CSR. Bởi nhận thức của các doanh nghiệp về CSR còn khá mới mẻ và chưa nhận được sự quan tâm đúng mực, đặc biệt là các doanh nghiệp kinh doanh trong ngành bất động sản.

Đối với các doanh nghiệp bất động sản tại Bình Dương, trong điều kiện kinh tế gặp rất nhiều khó khăn, từ dòng tiền và câu chuyện vay vốn tín dụng, cũng như những khó khăn chung của nền kinh tế vĩ mô ở thời điểm này, làm cho thị trường các dự án bất động sản đặc biệt là chung cư và căn hộ đang đi vào đóng băng, rất nhiều dự án chưa tìm được đầu ra, rất nhiều doanh nghiệp bất động sản buộc phải giảm quy mô, giảm nhân sự, hoặc tạm ngừng hoạt động, hoặc nặng hơn là giải thể doanh nghiệp. Trong bối cảnh đó, các doanh nghiệp bất động sản trên địa bàn tỉnh Bình Dương sẽ triển khai và thực hiện các hoạt động về CSR như thế nào? Bài viết nhằm tìm kiếm sự ảnh hưởng của CSR tác động đến động lực làm việc của người lao động trong ngành bất động sản. Trên cơ sở đó, đề xuất các hàm ý chính sách nhằm nâng cao hiệu quả việc thực hiện CSR của các doanh nghiệp ngành bất động sản tại Bình Dương.

TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu của Backhaus và cộng sự (2002) cho rằng, CSR của doanh nghiệp làm tăng tính hấp dẫn của một doanh nghiệp với các người lao động tiềm năng, các lĩnh vực có ảnh hưởng nhất của CSR của doanh nghiệp bao gồm: các vấn đề môi trường, quan hệ cộng đồng và chính sách đa dạng. Nhóm tác giả điều tra nhận thức của người tìm việc về tầm quan trọng

của CSR và khám phá tác động của các khía cạnh CSR đối với sự hấp dẫn của tổ chức. Người lao động khi tìm việc xem CSR là quan trọng để đánh giá các doanh nghiệp và đánh giá 5 khía cạnh CSR cụ thể (Môi trường, quan hệ cộng đồng; Quan hệ người lao động; Tính đa dạng và Các vấn đề về sản phẩm) quan trọng hơn sáu khía cạnh CSR khác. Sử dụng lý thuyết tín hiệu và lý thuyết bản sắc xã hội, nhóm tác giả đưa ra giả thuyết về sự khác biệt về tác động của dữ liệu CSR đối với xếp hạng về mức độ hấp dẫn của nhà tuyển dụng và nhận thấy rằng môi trường, quan hệ cộng đồng và các khía cạnh đa dạng có ảnh hưởng lớn nhất đến xếp hạng về mức độ hấp dẫn. Nghiên cứu này cho thấy rõ hơn về nhu cầu của người lao động khi tìm việc hoặc muốn gắn bó với tổ chức có các hoạt động CSR, nếu các doanh nghiệp làm tốt các nhiệm vụ CSR càng làm gia tăng thêm động lực cho người lao động khi làm việc tại doanh nghiệp cũng như thu hút và giữ chân người tài tham gia cùng công ty.

Xét về vai trò của các bên liên quan trong việc thực hiện CSR: (i) **Chính phủ** đã thông qua, ban hành và vận động thực hiện các chương trình, dự án quốc gia nhằm quản lý và thúc đẩy quá trình thực hiện CSR của doanh nghiệp một cách toàn diện, như: chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam, chiến lược bảo vệ môi trường, chương trình quốc gia về an toàn – vệ sinh lao động, chương trình quốc gia về việc làm và lĩnh vực lao động; (ii) **Doanh nghiệp** thực hiện các bộ quy tắc ứng xử và thực hiện lấy chứng chỉ đạt chuẩn quốc tế nhằm cam kết đề cao chính trực, thúc đẩy tôn trọng, đảm bảo công bằng, duy trì tuân thủ và coi trọng đạo đức. Cần tham gia các giải thưởng, các hình thức quảng bá doanh nghiệp như các giải thưởng: Sao vàng đất Việt hoặc giải thưởng CSR của doanh nghiệp. Đồng thời phải thực hiện các hoạt động hỗ trợ công bằng lồng ghép trong các hoạt động kinh doanh; (iii) **Người tiêu dùng** cần nâng cao vai trò và quyền hạn của người tiêu dùng như là quyền lựa chọn hàng hóa, dịch vụ, được cung cấp các thông tin trung thực, được bảo đảm an toàn về tính mạng, sức khỏe và môi trường, có quyền đòi bồi thường thiệt hại, quyền khởi tố... và trách nhiệm tự bảo vệ mình, phát hiện và tố cáo các hành vi gian dối về tiêu chuẩn, đo lường, chất lượng, giá cả... Người lao động và tổ chức công đoàn người lao động phải thực hiện tốt trách nhiệm của mình, như: tôn trọng các cam kết trong hợp đồng lao động, chấp hành những biện pháp đảm bảo an toàn lao động, vệ sinh lao động, ngăn ngừa tai nạn lao động và bệnh nghề nghiệp, tuân thủ các quy phạm, các tiêu chuẩn an toàn lao động, sử dụng và bảo quản trang phục bảo hộ cá nhân, vệ sinh công nghiệp tại nơi làm việc; (iv) **Nhà đầu tư** hiện nay các nhà đầu tư ngày càng quan tâm nhiều hơn đến các doanh nghiệp có chiến lược kinh doanh gắn liền với CSR, chính những nhân tố này quyết định việc tạo dựng hình ảnh và thương hiệu trong xã hội của doanh nghiệp.

Theo Aguilera và cộng sự (2007), mọi người sẽ sẵn sàng hơn để làm việc cho các doanh nghiệp có chiến lược và chính sách phù hợp quan điểm đạo đức và CSR, từ đó góp phần nâng cao động lực làm việc của người lao động. O’Riordan và cộng sự (2008) thì cho rằng, CSR hướng về người lao động được hiểu gồm các hoạt động, như: đào tạo, định hướng phát triển nghề nghiệp, cung cấp thông tin chính xác trung thực, góp phần tạo động lực cho người lao động. Do đó tác giả đề xuất giả thuyết thứ nhất:

H1: CSR hướng đến người lao động tác động đến Động lực làm việc.

Theo Stephen Brammer và cộng sự (2007), khi doanh nghiệp càng quan tâm đến các hoạt động CSR của mình với cộng đồng, càng xây dựng được văn hóa doanh nghiệp tốt đẹp, từ đó sẽ gia tăng uy tín và danh tiếng của doanh nghiệp trong cộng đồng xã hội. Các hoạt động của doanh nghiệp trong việc đầu tư hỗ trợ phát triển cộng đồng, hỗ trợ giải quyết các vấn đề xã hội, tổ chức các chương trình từ thiện, tặng quà cho người nghèo... Nếu doanh nghiệp bất động sản làm tốt các hoạt động này không chỉ góp phần xây dựng hình ảnh và thương hiệu của doanh nghiệp, mà còn tạo động lực làm việc cho người lao động. Do đó, tác giả đề xuất giả thuyết thứ hai là:

H2: CSR hướng đến cộng đồng địa phương tác động đến Động lực làm việc.

Nghiên cứu của Turker (2008) cho thấy, các doanh nghiệp thực hiện đúng cam kết với khách hàng về chất lượng sản phẩm, dịch vụ hậu mãi, đồng thời cung cấp thông tin rõ ràng, minh bạch. Đối với ngành bất động sản nói riêng, khách hàng bao gồm tất cả những người có nhu cầu đầu tư và sử dụng sản phẩm bất động sản, nhưng dù đối tượng khách hàng là ai đi nữa, thì họ cũng là nguồn thu của doanh nghiệp. Nếu mọi hoạt động của doanh nghiệp đều hướng về khách hàng, từ đó càng làm tăng thêm uy tín doanh nghiệp đối với khách hàng sẽ góp phần tạo động lực làm việc cho người lao động. Do đó, tác giả đề xuất giả thuyết thứ ba là:

H3: CSR hướng đến khách hàng tác động đến Động lực làm việc.

CSR hướng đến đối tác kinh doanh là các hoạt động liên quan đến việc xây dựng và phát triển mối quan hệ lâu dài với đối tác kinh doanh, bằng cách chia sẻ các mục tiêu về tiêu chuẩn chất lượng, cam kết kiểm soát các tiêu chuẩn, yêu cầu pháp lý liên quan. Theo Graafland và cộng sự (2006), doanh nghiệp tạo dựng được uy tín với các đối tác, sẽ có mối quan hệ hợp tác lâu dài, không chỉ giúp cho doanh nghiệp hiệu quả mà còn xây dựng được uy tín với các đối tác kinh doanh, góp phần tạo động lực làm việc cho người lao động. Do đó tác giả đề xuất giả thuyết thứ tư là:

H4: CSR hướng đến đối tác kinh doanh tác động đến Động lực làm việc.

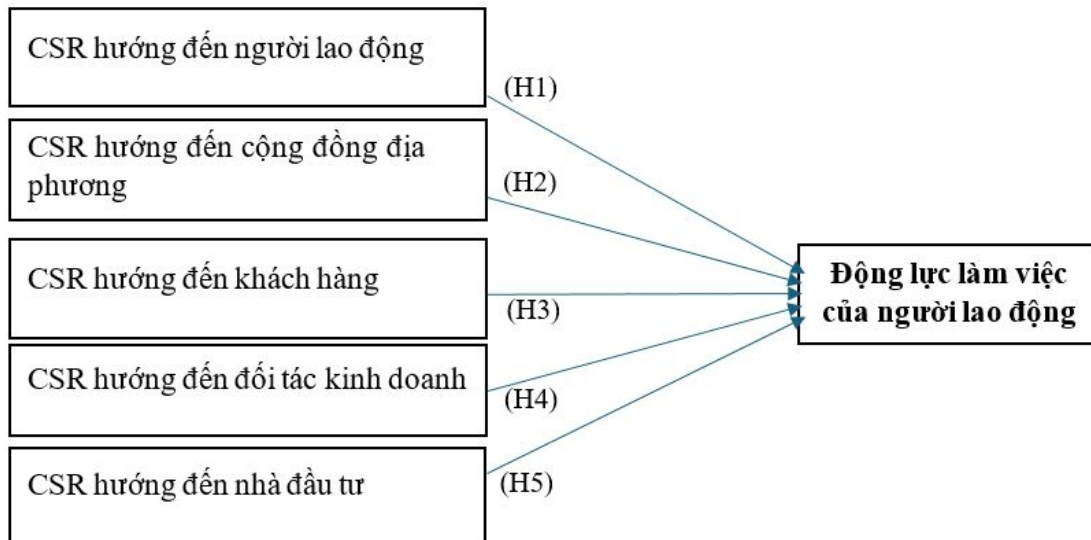
CSR hướng đến nhà đầu tư là việc các doanh nghiệp kinh doanh bất động sản phải minh bạch thông tin, trung thực trong các báo cáo tài chính. Đặc biệt, các nhà đầu tư nước ngoài ngày càng đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam nói chung, các doanh nghiệp bất động sản trên địa bàn tỉnh Bình Dương nói riêng phải áp dụng những thông lệ kinh doanh trên cơ sở tôn trọng con người, cộng đồng và môi trường. Trong quá trình thẩm định toàn diện doanh nghiệp trước khi quyết định đầu tư hoặc hợp tác đầu tư, ngoài việc thẩm định về mặt pháp lý, tài chính, kế toán..., thì các nhà đầu tư còn thẩm định các tác

động và rủi ro đối với môi trường từ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, từ đó góp phần tạo động lực làm việc cho người lao động. Do đó, tác giả đề xuất giả thuyết thứ năm:

H5: CSR hướng đến nhà đầu tư tác động đến Động lực làm việc.

Trên cơ sở các nghiên cứu có liên quan, nhóm tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như Hình.

Hình: Mô hình nghiên cứu



Nguồn: Tác giả đề xuất

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nguyễn Đình Thọ (2011) cho rằng, kích thước mẫu theo tỷ lệ 5:1 là thỏa mãn yêu cầu, mô hình nghiên cứu có 18 quan sát, thì cỡ mẫu tối thiểu là 90 mẫu. Thông qua 167 bảng khảo sát được phát trực tiếp cho người lao động trong ngành bất động sản tại Bình Dương, kết quả thu được 167 bảng khảo sát hợp lệ. Dữ liệu được mã hóa và đưa vào phần mềm SPSS để phân tích. Khảo sát được thực hiện từ tháng 02 đến tháng 6/2024.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Kiểm định thang đo

Kết quả Cronbach's Alpha của các nhân tố CSR tác động đến Động lực làm việc của người lao động trong ngành bất động sản tại Bình Dương (Bảng 1) cho thấy, tất cả các thành phần: CSR hướng đến người lao động (NV); CSR hướng đến cộng đồng địa phương (DP); CSR hướng đến khách hàng (KH); CSR hướng đến đối tác kinh doanh (KD); CSR hướng đến nhà đầu tư (ĐT) và Động lực làm việc (DL) đều có hệ số tin cậy Cronbach's Alpha đều có hệ số Cronbach's Alpha > 0,6 và hệ số tương quan biến tổng > 0,3. Như vậy, tất cả các thang đo được đưa vào phân tích nhân tố khám phá (EFA).

Bảng 1: Cronbach's Alpha của các nhân tố tác động

	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Cronbach's Alpha nếu loại biến
CSR hướng đến người lao động: Cronbach's Alpha: 0,89				
NV1	15,93	11,01	0,75	0,85
NV2	15,77	11,99	0,71	0,86
NV3	16,12	10,32	0,74	0,85
NV4	16,29	9,53	0,79	0,84
NV5	15,74	12,37	0,66	0,87
CSR hướng đến cộng đồng địa phương: Cronbach's Alpha: 0,90				
DP1	11,01	6,10	0,69	0,90
DP2	11,02	5,50	0,74	0,88

DP3	11,23	5,04	0,85	0,84
DP4	11,42	4,45	0,85	0,84
CSR hướng đến khách hàng: Cronbach's Alpha: 0,83				
KH1	8,01	2,29	0,72	0,73
KH2	8,01	2,39	0,69	0,76
KH3	7,94	2,26	0,66	0,80
CSR hướng đến đối tác kinh doanh: Cronbach's Alpha: 0,82				
KD1	7,68	2,51	0,71	0,71
KD2	7,74	2,15	0,76	0,65
KD3	7,47	2,69	0,56	0,86
CSR hướng đến nhà đầu tư: Cronbach's Alpha: 0,80				
DT1	7,77	2,18	0,76	0,60
DT2	7,77	2,27	0,68	0,68
DT3	7,56	2,66	0,50	0,86
Động lực làm việc: Cronbach's Alpha: 0,82				
DL1	15,78	7,02	0,66	0,76
DL2	15,06	7,08	0,60	0,78
DL3	15,32	7,78	0,48	0,81
DL4	16,19	6,31	0,59	0,79
DL5	16,03	6,42	0,72	0,74

Nguồn: Tính toán của tác giả

Kết quả phân tích EFA

Bảng 2: Tổng phương sai trích

Biến quan sát	Hệ số Eigenvalue khởi tạo			Chỉ số sau khi trích			Chỉ số sau khi xoay		
	Tổng	% Phương sai	% Phương sai tích lũy	Tổng	% Phương sai	% Phương sai tích lũy	Tổng	% Phương sai	% Phương sai tích lũy
1	5,681	47,343	47,343	5,681	47,343	47,343	4,242	35,353	35,353
2	1,793	14,938	62,281	1,793	14,938	62,281	2,728	22,732	58,085
3	1,390	11,584	73,865	1,390	11,584	73,865	1,894	15,780	73,865
4	0,783	6,523	80,388						
5	0,532	4,437	84,825						
6	0,434	3,613	88,438						
7	0,314	2,614	91,052						
8	0,290	2,418	93,471						
9	0,246	2,048	95,519						
10	0,216	1,799	97,318						
11	0,182	1,520	98,838						
12	0,139	1,162	100,000						
KMO: 0,837									
Sig.: 0,000									

Nguồn: Tính toán của tác giả

Kết quả phân tích EFA (Bảng 2) cho thấy, trong 18 biến quan sát, còn lại 12 biến quan sát và hội tụ thành 3 nhân tố. Cụ thể: nhân tố CSR hướng đến người lao động vẫn giữ nguyên ý nghĩa nội hàm sau khi loại bỏ biến NV4 và NV3 chuyển sang nhân tố mới. Hai nhân tố mới, gồm: (1) "TNXH hướng đến cộng đồng địa phương và khách hàng - DK" gồm các biến: DP1, DP2, DP3, DP4, KH1, KH2 và NV3; (2) TNXH hướng đến đối tác kinh doanh và nhà đầu tư – DD gồm các biến: KD3 và DT3.

Kết quả phân tích hồi quy

Kết quả hồi quy (Bảng 3) cho thấy:

- Hệ số xác định của mô hình hồi quy R^2 điều chỉnh = 0,685. Điều này cho biết khoảng 68,5% sự biến thiên của Động lực làm việc của người lao động về CSR của các doanh nghiệp bất động sản tại Bình Dương có thể giải thích được từ mối quan hệ tuyến tính giữa biến Y với các biến độc lập.

- Phân tích phương sai (ANOVA) với Sig. = 0,000, cho biết mô hình hồi quy hoàn toàn phù hợp với bộ dữ liệu thu thập được, có nghĩa là tồn tại mối quan hệ tuyến tính giữa biến phụ thuộc DL – Động lực làm việc với ít nhất một trong các biến DK, NV và DD.

- Kết quả kiểm tra hiện tượng đa cộng tuyến thông qua hệ số phóng đại phương sai VIF cho thấy, tất cả các thành phần nhân tố trong mô hình cho hệ số VIF rất nhỏ (đều xấp xỉ bằng 1), nhỏ hơn rất nhiều so với chuẩn 10 theo Hoàng Trọng và Mộng Ngọc (2008), chứng tỏ các nhân tố độc lập không có quan hệ chặt chẽ với nhau nên không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến.

Kết quả thống kê Durbin - Watson = 1,888, nên các phần dư không có tương quan chuỗi bậc nhất.

Phương trình hồi quy có dạng như sau:

$$Y = 0,719 DK + 0,160 NV + 0,052 DD$$

Bảng 3: Kết quả phân tích hồi quy

Mô hình	Hệ số hồi quy chưa chuẩn hóa		Hệ số hồi quy chuẩn hóa	t	Sig.	Kiểm tra đa cộng tuyến		
	B	Sai số chuẩn	Beta			Độ chấp nhận	VIF	
1	(Hằng số)	0,726	0,192		3,781	0,000		
	DK	0,657	0,047	0,719	13,946	0,000	0,714	1,400
	NV	0,133	0,042	0,160	3,154	0,002	0,739	1,352
	DD	0,041	0,037	0,052	1,102	0,272	0,843	1,186
R ² điều chỉnh: 0,685								
Durbin-Watson: 1,888								
ANOVA ^a Sig.: 0,000 ^b								

Nguồn: Tính toán của tác giả

Kiểm định giả thuyết

Giả thuyết về CSR hướng đến cộng đồng địa phương và khách hàng

H1: CSR hướng đến cộng đồng địa phương và khách hàng tác động đến động lực làm việc của người lao động. Kết quả kiểm định của biến DK – CSR hướng đến cộng đồng địa phương và khách hàng (P-value = 0,000 < 0,05), cho thấy nhân tố này có tác động đến động lực làm việc của người lao động. Hệ số hồi quy = 0,719, biến DK là nhân tố quan trọng nhất trong 3 nhân tố của mô hình tác động đến Động lực làm việc.

Giả thuyết về CSR hướng đến người lao động

H2: CSR hướng đến người lao động tác động đến động lực làm việc của người lao động. Kết quả kiểm định của biến NV – CSR hướng đến người lao động (P-value = 0,002 < 0,05), cho thấy nhân tố này có tác động đến động lực làm việc của người lao động. Hệ số hồi quy = 0,160, biến NV là nhân tố quan trọng của mô hình tác động đến Động lực làm việc.

Giả thuyết về CSR hướng đến đối tác kinh doanh và nhà đầu tư

H3: CSR hướng đến đối tác kinh doanh và nhà đầu tư tác động đến động lực làm việc của người lao động. Kết quả kiểm định của biến DK – CSR hướng đến đối tác kinh doanh và nhà đầu tư (P-value = 0,272 > 0,05), cho thấy nhân tố này không

có tác động đến Động lực làm việc của người lao động. Hệ số hồi quy = 0,052, đây là nhân tố ít quan trọng nhất trong 3 nhân tố của mô hình nghiên cứu.

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

Kết quả nghiên cứu cho thấy, với mục tiêu ban đầu là xem xét 5 nhân tố, gồm: CSR hướng đến người lao động; CSR hướng đến cộng đồng địa phương; CSR hướng đến khách hàng; CSR hướng đến đối tác kinh doanh; CSR hướng đến nhà đầu tư ảnh hưởng và tác động đến Động lực làm việc của người lao động trong ngành bất động sản tại Bình Dương. Kết quả nghiên cứu đã tìm ra được 3 nhân tố tác động đến động lực làm việc của người lao động trong ngành bất động sản tại Bình Dương đó là: CSR hướng đến cộng đồng địa phương và khách hàng; CSR hướng đến người lao động và CSR hướng đến đối tác kinh doanh và nhà đầu tư. Từ kết quả nghiên cứu, các doanh nghiệp thường xuyên hợp tác và tham gia với các tổ chức vì cộng đồng để thực hiện CRS, từ đó nâng cao uy tín cho doanh nghiệp, từ đó tạo thêm động lực cho người lao động; Thực hiện tốt công tác xử lý các khiếu nại của khách hàng làm giảm các hệ lụy phát sinh và các vấn đề không mong muốn, thậm chí là ảnh hưởng đến sự phát triển của doanh nghiệp, đặc biệt là tâm lý của người lao động; Luôn cung cấp thông tin trung thực với khách hàng là các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực bất động sản tại Bình Dương nói riêng và tất cả các doanh nghiệp nói chung, khách hàng mua bất động sản; Quan tâm tạo điều kiện phát triển cá nhân và nghề nghiệp cho người lao động, như: hoạt động đào tạo, phát triển nghề nghiệp và lộ trình thăng tiến cho người lao động; Luôn cung cấp hệ thống tiền lương công bằng, tạo tâm lý tốt cho người lao động, để họ hăng say làm việc, cống hiến cho doanh nghiệp... (Nguyen, 2024)/.

Tài liệu tham khảo

1. Aguilera và cộng sự (2007), Putting the S back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations, *Academy of Management Review*, 32(3), 836-863.
2. Backhaus và cộng sự (2002), Exploring the Relationship between Corporate Social Performance and Employer Attractiveness, *Business & Society*, 41(3), 292-318.
3. Graafland và cộng sự (2006), Strategic and moral motivation for corporate social responsibility, *Journal of Corporate Citizenship*, 22(20278), 111-123. doi:10.9774/GLEAF.4700.2006.su.00012.
4. Hoàng Trọng và Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
5. Nguyễn Đình Thọ (2011), *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nxb Lao động xã hội.
6. Nguyen, M. H. (2024). Natural absurdity: How satirical fables can inform us of a vision for sustainability?. <https://books.google.com/books?id=viQtEQAAQBAJ>
7. O'Riordan., D Andrews, K Buckle., and P Conway (2008), Evaluation of microencapsulation of a Bifidobacterium strain with starch as an approach to prolonging viability during storage, *Journal of Applied Microbiology*, 91(6), 1059-1066.
8. Stephen Brammer., Andrew Millington., and Bruce Rayton (2007), The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment, *International Journal of Human Resource Management*, 18(10), 1701-1719.
9. Turker (2008), How corporate social responsibility influences organizational commitment, *Journal of Business Ethics*, 89(2), 189-204, doi:10.1007/s10551-008-9993-8.

Ngày nhận bài: 02/10/2024; Ngày phản biện: 15/10/2024; Ngày duyệt đăng: 23/11/2024

URL: <https://kinhtevadubao.vn/anh-huong-cua-trach-nhiem-xa-hoi-den-dong-luc-lam-viec-cua-nguoi-lao-dong-trong-nganh-bat-dong-san-tai-binh-duong-30428.html>

© Kinh tế và Dự báo - Bộ Kế hoạch và Đầu tư