

THÔNG TIN VỀ LUẬN VĂN THẠC SĨ

1. Tên đề tài: Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với niềm tin của người tiêu dùng tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Bình Dương – Nghiên cứu từ các ngành Thương mại, Dịch vụ.

2. Chuyên ngành: QUẢN TRỊ KINH DOANH

3. Mã số: 8 34 01 01.

4. Họ và tên học viên: ĐỖ HOÀNG MỸ

5. Khóa đào tạo: 2020 – 2022

6. Người hướng dẫn khoa học: TS. NGUYỄN HỒNG THU

7. Tên cơ sở đào tạo: Trường Đại học Thủ Dầu Một.

8. Tóm tắt các kết quả nghiên cứu của luận văn

8.1. Những đóng góp về mặt học thuật, lý luận

Các nhà quản lý của các SME có thể được hưởng lợi từ kết quả nghiên cứu này, cụ thể:

- Các khuyến nghị của luận văn sẽ giúp các SME trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ phát triển và cải thiện chất lượng dịch vụ khi cung cấp cho khách hàng.

- Là nguồn tài liệu quan trọng cho các sinh viên tham khảo khi nó được đưa vào thư viện học thuật của Trường Đại học Thủ Dầu Một.

8.2. Những điểm mới rút ra từ các kết quả nghiên cứu, khảo sát

Luận văn tìm thấy tác động có ý nghĩa thống kê của trách nhiệm từ thiện, trách nhiệm pháp lý, và trách nhiệm đạo đức có ảnh hưởng đến niềm tin của người tiêu dùng. Kết quả phân tích hồi quy chỉ ra rằng nhận thức của người tiêu dùng về các hoạt động CSR của các SME có thể có ảnh hưởng tích cực đến niềm tin của khách hàng. Tác dụng mạnh nhất đến niềm tin của khách hàng là trách nhiệm pháp lý, thứ hai là trách nhiệm từ thiện và thứ ba là trách nhiệm đạo đức.

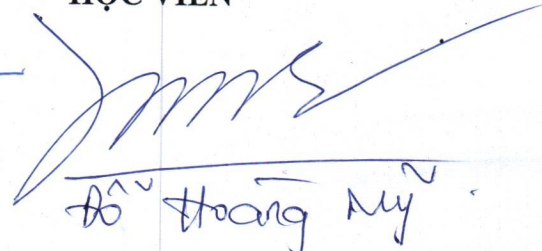
Tuy nhiên, đề tài cho thấy không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về nhận thức về CSR của những đáp viên có giới tính, trình độ học vấn, nghề nghiệp, nguồn tiếp cận thông tin khác nhau về các hoạt động CSR của các SME. Trong khi đó, có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê về nhận thức về CSR của những đáp viên thuộc các nhóm tuổi khác nhau và có thu nhập.

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC

HỌC VIÊN



TS. Nguyễn Hồng Thu



Đỗ Hoàng Mỹ