LÃNH ĐẠO ĐẠO ĐỨC VÀ KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP: TỔNG QUAN LÝ THUYẾT VÀ ĐỀ XUẤT MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

ThS. Nguyễn Minh Trang*

Trong những năm gần đây, các doanh nghiệp lớn đối diện với rất nhiều vấn đề liên quan đến việc kinh doanh thiếu đạo đức. Những hành vi kinh doanh phi đạo đức này đã đem lại cho doanh nghiệp rất nhiều tổn thất, gây tổn hại đến hình ảnh và uy tín, cũng như niềm tin của xã hội đối với doanh nghiệp, và có thể dẫn đến phá sản. Những vụ bê bối này cũng chứng minh rằng, nếu các nhà lãnh đạo có những hành vi phi đạo đức, thì dù các quy định của doanh nghiệp hay triết lý kinh doanh được thiết lập tốt đến đâu cũng không thể cứu được doanh nghiệp khỏi thất bại. Các nghiên cứu gần đây đã chỉ ra lãnh đạo đạo đức có khả năng ảnh hưởng đến văn hóa tổ chức và định hướng nhận thức, hành vi của các thành viên. Lãnh đạo đạo đức còn được nhận định là yếu tố cần thiết với các tổ chức vì nó có thể giúp các tổ chức giảm chi phí kinh doanh thông qua việc đối xử công bằng và có đạo đức với nhân viên cũng như các nguồn lực khác của doanh nghiệp.

• Từ khóa: *lãnh đạo đạo đức, kết quả hoạt động của doanh nghiệp, văn hóa doanh nghiệp.*

In recent years, many corporations have faced numerous issues due to various cases of unethical business practices. Such unethical behaviors have resulted in significant losses for organizations, damaging their reputation as wel as eroding public trust, especially in some cases even leading to organization failure or bankruptcy. These corporate scandals highlight a critical issue: when leaders engage in unethical conduct, even well-established organization regulations or sophisticated philosophies are insufficient to prevent organizational decline. In response to these challenges, ethical leadership has merged as an important research focus in organizational and management studies. Recent studies suggest that ethical leadership play an important role in shaping organizational culture and guiding the perceptions and behaviors of organizational members. By demonstrating fairness, integrity and concern for stakeholders, ethical leadership can foster an ethical work climate that encourages responsible behavior among employees. Moreover, ethical leadership is considered a vital mechanism for enhacing organizational effectiveness, as it helps reduce operational and monitoring costs through fair and ethical treatment of employees and other organizational resources.

• Key words: *ethical leadership, firm performance, corporate culture.*

Ngày nhận bài: 15/12/2025
Ngày gửi phản biện: 05/02/2026
Ngày duyệt đăng: 17/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i309.34

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, tính minh bạch, trách nhiệm xã hội và đạo đức trong kinh doanh là những tiêu chuẩn được quan tâm hàng đầu. Các doanh nghiệp không chỉ chịu sự quản lý của các cơ quan nhà nước mà còn chịu sự giám sát từ phía người tiêu dùng, nhà đầu tư, và cả cộng đồng nhằm đảm bảo hoạt động kinh doanh tuân thủ Pháp luật, trung thực và có trách nhiệm. Để duy trì được hiệu quả hoạt động, xây dựng niềm tin và hướng tới phát triển bền vững, lãnh đạo doanh nghiệp với vai trò định hướng văn hóa và giá trị đạo đức được xem là một trong những nhân tố quyết định (Dey và cộng sự, 2022).

Tại Việt Nam, trong 5 năm trở lại đây ghi nhận những vấn đề sai phạm nghiêm trọng trong hoạt động kinh doanh như hàng giả, hàng kém chất lượng, quảng cáo sai sự thật, gian lận thương mại… đặc biệt các bê bối tài chính gây thiệt hại hàng nghìn tỷ đồng đã có những tác động tiêu cực đến thị trường, gây mất niềm tin ở người tiêu dùng. Điều này cũng đem lại những thách thức, đòi hỏi sự minh bạch và trách nhiệm ngày càng cao cho doanh nghiệp. Song song với đó, Nhà nước cũng đang triển khai những chính sách tăng cường nhằm thúc đẩy đạo đức kinh doanh. Trong Nghị quyết số 68-NQ/TW Đảng đã xác định rõ, các doanh nghiệp muốn phát triển bền vững và hiệu quả phải đề cao đạo đức kinh doanh, phát huy trách nhiệm xã hội, thúc đẩy mạnh mẽ tinh thần kinh doanh và tạo mọi điều kiện thuận lợi để doanh nhân tham gia quản trị đất nước (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2025). Từ các thực

** Viện Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Thương mại; email: trang.nm1@tmu.edu.vn*

trạng đó, có thể thấy lãnh đạo đạo đức không chỉ là vấn đề lý thuyết mà có ảnh hưởng thiết thực tới kết quả hoạt động của doanh nghiệp tại Việt Nam. Việc lãnh đạo thể hiện đạo đức thông qua các quyết định, chính sách nội bộ, ứng xử với nhân viên, khách hàng, đối tác,… có thể ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động tài chính, hình ảnh, niềm tin, khả năng thu hút vốn và phát triển bền vững. Nghiên cứu này được thực hiện sẽ tổng quan các công trình khoa học trong và ngoài nước, để từ đó đề xuất mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức đến kết quả hoạt động doanh nghiệp.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Lãnh đạo đạo đức

Lãnh đạo là chủ đề đã được nghiên cứu trong nhiều thập kỷ với nhiều cách tiếp cận khác, tuy nhiên các nghiên cứu đề đưa ra quan điểm chung về *lãnh đạo chính là cách tác động và ảnh hưởng đến các cá nhân khác.* Trong đó, các nghiên cứu đều khẳng định lãnh đạo là chức năng quan trọng của quản trị tổ chức, thể hiện ảnh hưởng của người đứng đầu hoặc các cấp quản lý trung gian đến các nhà quản trị cấp thấp hơn hoặc nhăn viên.

Các khái niệm về lãnh đạo đã được đưa ra trong hàng thập kỉ qua và chỉ tập trung phân tích vào những đặc điểm cá nhân, hành vi của người lãnh đạo. Tuy nhiên vào thể kỉ 20, Bass (1990) đã tạo nên bước đột phá trong lĩnh vực này khi lưu ý rằng lãnh đạo không chỉ là quá trình ảnh hưởng của người lãnh đạo lên người khác mà còn là quá trình tương tác có thể bị ảnh hưởng bởi bất kỳ ai liên quan. Theo sau đó, các nhà khoa học đã mở rộng khai thác chủ để lãnh đạo dựa trên mối quan hệ - vai trò, nhận thức của cấp dưới, ảnh hưởng đối với cấp dưới, ảnh hưởng đến việc thực hiện mục tiêu nhiệm vụ và ảnh hướng với văn hóa tổ chức (Tummers và Bakker, 2021).

Lãnh đạo đạo đức là một khái niệm phức tạp và đã được định nghĩa theo nhiều cách khác nhau trong các tài liệu học thuật. Tuy nhiên, một điểm chung nổi bật trong hầu hết các định nghĩa là sự tập trung vào việc ra quyết định dựa trên những gì được coi là đúng đắn vì lợi ích chung, vượt ra ngoài những lợi ích cá nhân hoặc mục tiêu lợi nhuận đơn thuần của doanh nghiệp. Các nhà lãnh đạo đạo đức được đặc trưng bởi khả năng xem xét một cách toàn diện nhu cầu và lợi ích của các bên liên quan đa dạng, bao gồm khách hàng, cộng đồng và nhân viên, bên cạnh các mục tiêu tăng trưởng và doanh thu của công ty. Hơn nữa, một khía cạnh quan trọng của lãnh đạo đạo đức là khả năng và sự chủ động của nhà lãnh đạo trong việc khuyến khích các thành viên trong nhóm noi gương hành vi này, từ đó góp phần xây dựng một văn hóa nơi làm việc coi trọng sự minh bạch, hợp tác và hòa nhập, nơi mọi người cảm thấy an toàn và được trao quyền để chia sẻ tiếng nói của mình.

Các nghiên cứu sớm nhất định nghĩa về lãnh đạo đạo đức theo nhiều cách. Theo Brown và Trevino (2005), *lãnh đạo đạo đức được định nghĩa như sau: "nhà quản trị tác động đến nhân viên dưới quyền thông qua hành vi phù hợp chuẩn mực và qua mối quan hệ giữa nhà quản trị và các cá nhân trong tổ chức, bên cạnh đó nhà quản trị thúc đẩy và khuyến khích những hành vi có đạo đức thông qua giao tiếp hai chiều, đào tạo và ra quyết định".*

Định nghĩa này nêu bật hai thành phần chính của lãnh đạo có đạo đức. Đầu tiên, các nhà lãnh đạo có đạo đức là "một cá nhân có đạo đức", là những người trung thực, đáng tin cậy và đưa ra quyết định dựa trên các nguyên tắc, quan tâm đến lợi ích chung của nhân viên, tổ chức và xã hội. Họ là những cá nhân công bằng, không thiên vị, thể hiện hành vi đạo đức, quan tâm đến mong muốn của mọi người và bảo vệ quyền lợi của nhân viên một cách công bằng.

Thứ hai, các nhà lãnh đạo có đạo đức là "những người quản lý có đạo đức"; đề cập đến tất cả các nỗ lực và hoạt động mà một nhà lãnh đạo thực hiện để thúc đẩy việc ra quyết định và hành vi đạo đức của nhân viên. Họ truyền đạt rõ ràng các tiêu chuẩn đạo đức của mình và yêu cầu những nhân viên dưới quyền chịu trách nhiệm về hành vi đạo đức. Trong khuôn khổ này, các nhà lãnh đạo có đạo đức định hình kết quả liên quan đến công việc của những người theo dõi theo hai cách: trực tiếp thông qua việc làm gương và gián tiếp thông qua trao đổi xã hội.

2.2. Kết quả hoạt động của doanh nghiệp

Kết quả hoạt động doanh nghiệp là một khái niệm đa chiều và cũng là chủ đề có nhiều tranh luận. Các chỉ số đo lường hiệu quả truyền thống chỉ dựa trên tình hình tài chính và báo cáo kế toán hiện nay được xem là chưa đủ toàn diện để phản ánh kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Một số nghiên cứu cho rằng kết quả hoạt động của doanh nghiệp bao gồm kết quả tài chính, thị trường/ sản phẩm, giá trị đem lại cho cổ đông, tuy nhiên Hussain và cộng sự (2018) cho rằng cần bổ sung các chỉ số phi tài chính vào hệ thống đánh giá kết quả hoạt động doanh nghiệp.

Trong nghiên cứu thực nghiệm của Tseng và cộng sự (2009) trong ngành sản xuất, kết quả nghiên cứu cũng chứng minh bên cạnh các thước đo về tài chính, các thang đo kết quả cạnh tranh của doanh nghiệp (bao gồm thị phần, tốc độ tăng trưởng, danh tiếng) cũng là nhân tố quan trọng để đo lường kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Ngoài ra Sardana và cộng sự (2020) đã xây dựng bộ thang đo gồm 3 biến quan sát lợi nhuận, thị phần và doanh số hàng hóa - dịch vụ.

Như vậy có thể thấy, kết quả hoạt động của doanh nghiệp không chỉ còn được đánh giá thông qua các chỉ số tài chính mà còn thể hiện qua các giá trị xã hội mà doanh nghiệp đóng góp thông qua việc thực hiện trách nhiệm xã hội, cải thiện đời sống người lao động, nâng cao chất lượng cuộc sống cộng đồng.

3. Tổng quan nghiên cứu về ảnh hưởng lãnh đạo đạo đức đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp

3.1. Các nghiên cứu về lãnh đạo đạo đức

Các quan tâm đầu tiên về đạo đức trong lãnh đạo đã được kiểm chứng qua những nghiên cứu trước đây về lãnh đạo chuyển đổi, lãnh đạo phục tùng…, điểm chung của các phong cách lãnh đạo này là coi nhà quản trị như hình mẫu cho hành động trong tổ chức, việc họ có hành vi đạo đức hay phi đạo đức có thể ảnh hưởng trực tiếp đến suy nghĩ và hành vi của nhân viên dưới quyền. Ngày nay, kỳ vọng của các tổ chức không chỉ đạt mục tiêu kinh tế mà còn là xây dựng danh tiếng, niềm tin với khách hàng, đối tác và xã hội. Đặc biệt sau khi các vụ bê bối về hành vi phi đạo đức trong kinh doanh xảy ra thường xuyên với nguyên nhân xuất phát từ đội ngũ lãnh đạo, các nhà nghiên cứu đã tập trung phân tích lãnh đạo đạo đức nhiều hơn và cho rằng phong cách lãnh đạo này nên được nghiên cứu chuyên sâu một cách độc lập.

Thứ nhất, Brown và Trevino (2005) đã xây dựng định nghĩa về lãnh đạo đạo đức bao gồm đạo đức cá nhân và đạo đức nhà quản trị. Quan điểm này đã tiên phong trong nghiên cứu về lãnh đạo đạo đức, cách tiếp cận này mang tính mô tả chỉ tiết hơn những yếu tố thúc đẩy và hệ quả của lãnh đạo đạo đức. Walumbwa và Schaubroeck (2009); Long và Như (2019) đều chứng minh các đặc điểm tính cách cá nhân có ảnh hưởng tích cực đến lãnh đạo đạo đức. Những nghiên cứu này đã đóng góp vào lý thuyết về lãnh đạo đạo đức bằng cách chứng minh các yếu tố tính cách cá nhân là nền tảng dự báo hành vi lãnh đạo đạo đức. Trong nghiên cứu của mình, Mayer và cộng sự (2012) cũng khẳng định những nhà quản trị có đặc điểm tâm lý như trung thực, giàu lòng trắc ẩn sẽ thúc đẩy hành xử có đạo đức.

Thứ hai, bên cạnh xây dựng khung lý thuyết định nghĩa, đặc trưng của lãnh đạo đạo đức, các nhà nghiên cứu cũng đã xây dựng các công cụ đo lường phong cách lãnh đạo này. Brown và Trevino (2005) đã đưa ra một bộ thang đo gồm 10 biến quan sát, đây là bộ thang đo được sử dụng phổ biến để đánh giá hành vi của nhà lãnh đạo đạo đức. Kalshoven và cộng sự (2011) đã xây dựng bộ thang đo phát triển từ học thuyết của Hinkin (1998) bao gồm bảy thành tố: định hướng con người, sự công bằng, chia sẻ quyền lực, quan tâm đến tính bền vững, chỉ dẫn đạo đức, trách nhiệm và chính trực. Bộ thang đo này đã chỉ rõ các hành vi cụ thể cấu thành lãnh đạo đạo đức trong thực tế, đưa ra các biến quan sát chi tiết hơn để ứng dụng trong nhiều bối cảnh tổ chức. Khác với các thang đó trước đó, Langlois và cộng sự (2014) tập trung làm rõ hành vi của lãnh đạo đạo đức trong các tình huống phát sinh mâu thuẫn trách nhiệm và quyền lợi. Các nội dung trong bộ thang đo này phát ảnh hành vi ứng xử chuyên nghiệp của một nhà quản trị khi giải quyết những tình huống đạo đức tại nơi làm việc.

3.2. Các nghiên cứu về ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp

Trong những năm gần đây, lãnh đạo đạo đức đóng vai trò quan trọng trong nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong cả lĩnh vực sản xuất và công nghiệp. Đặc biệt trong bối cảnh nhận thức xã hội ngày càng thay đổi, sự kỳ vọng về việc thực hiện trách nhiệm xã hội và thực hiện kinh doanh có đạo đức cũng tăng cao. Càng nghiên cứu đã chỉ ra rằng, lãnh đạo đạo đức là một trong những yếu tố thúc đẩy sự thay đổi tích cực nhận thức và hành vi của nhân viên, từ đó nâng cao kết quả hoạt động của doanh nghiệp (Alkhadra và cộng sự, 2023; Dwi Widyani và cộng sự, 2020; Kim và Lee, 2024).

Lãnh đạo đạo đức khuyến khích những hành vi công bằng, chính trực và trách nhiệm, đây đồng thời cũng là những yếu tố tiền đề để xây dựng môi trường làm việc tích cực (Brown và Trevino, 2005). Những nhà lãnh đạo đạo đức luôn ưu tiên các hành vi đạo đức và cân nhắc quyền lợi của các đối tượng hữu quan có liên quan trong mọi quyết định của mình (Mayer và cộng sự, 2012; Walumbwa và Schaubroeck, 2011). Nhân viên sẽ có xu hướng tôn trọng những nhà lãnh đạo đạo đức, coi hành vi của các nhà lãnh đạo này là mô hình điển hình để tuân theo. Kim và Lee (2024) cũng đã khẳng định lãnh đạo đạo đức thúc đẩy phát triển văn hóa doanh nghiệp tích cực bằng cách truyền đạt cho nhân viên các giá trị về liêm chính, tin tưởng và tinh thần trách nhiệm. Nền tảng đạo đức này không chỉ nâng cao cam kết và gắn bó của nhân viên mà còn tăng cường khả năng đối phó với thách thức và nâng cao kết quả hoạt động của doanh nghiệp trong môi trường kinh doanh cạnh tranh khốc liệt (Brown và Trevino, 2005; Kim và Lee, 2024).

Wang và cộng sự (2017) đã chứng minh lãnh đạo đạo đức có ảnh hưởng tích cực đến kết quả tài chính và xã hội của doanh nghiệp. Thông quan các định hướng nhân văn, trách nhiệm và bền vững của nhà quản trị, nhân viên cảm nhận mức độ công bằng tại nơi làm việc sẽ dễ hình thành bản sắc tập thể tích cực, từ đó hình thành sự gắn kết và kết quả làm việc của nhân

viên. Shin và cộng sự (2015) cũng cho rằng lãnh đạo đạo đức giúp nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp bằng cách thúc đẩy khí hậu đạo đức và công bằng quy trình ở cấp độ tổ chức.

Tại Việt Nam, các nghiên cứu về lãnh đạo đạo đức nói chung và ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức đến kết quả hoạt động doanh nghiệp nói riêng còn hạn chế. Phần lớn các nghiên cứu tập trung khai thác ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức đến kết quả làm việc và các yếu tố cá nhân của nhân viên. Trong bối cảnh thắt chặt quản lý kinh tế của Nhà nước, thị trường cạnh tranh khốc liệt hơn khi các doanh nghiệp có yếu tố nước ngoài gia nhập, các doanh nghiệp càng cần đẩy mạnh hành vi đạo đức để nâng cao uy tín và vị thế. Nguyen và cộng sự (2021) kết luận lãnh đạo đạo đức đóng vai trò củng cố danh tiếng và kết quả hoạt động của doanh nghiệp thông qua vai trò gián tiếp của trách nhiệm xã hội. Những nhà lãnh đạo đạo đức có nhận thức sâu sắc và sẵn sàng thực hiện trách nhiệm xã hội, từ đó nâng cao danh tiếng doanh nghiệp trong cả nội bộ lẫn bên ngoài. Bên cạnh đó trách nhiệm xã hội cũng tác động thuận lợi đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp ở cả khía cạnh tài chính và phi tài chính.

4. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính để xác định các yếu tố có liên quan trong mối quan hệ giữa ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp.

Tác giả đã tiến hành tổng hợp các ngiên cứu liên quan đến lãnh đạo đạo đức, kết quả hoạt động của doanh nghiệp sau đó phân tích và đánh giá. Qua quá trình nghiên cứu, kết quả thu được sẽ giúp xác định các biến trung gian, biến kiểm soát bên cạnh biến độc lập (lãnh đạo đạo dức) và biến phụ thuộc (kết quả hoạt động của doanh nghiệp).

Kết quả của nghiên cứu sẽ là nền tảng cho các nghiên cứu tiếp theo để kiểm chứng ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức và kết quả hoạt động của doanh nghiệp.

5. Khung lý thuyết và mô hình nghiên cứu đề xuất

5.1 Mô hình lý thuyết

5.1.1. Thuyết trao đổi xã hội (Social exchange theory)

Thuyết trao đổi xã hội được nghiên cứu và ứng dụng phổ biến trong lĩnh vực xã hội học và tâm lý học xã hội. Mô hình này giả định rằng các tương tác xã hội có tính phục thuộc lẫn nhau và tạo các nghĩa vụ, có khả năng tác động lớn đến chất lượng các mối quan hệ (Blau, 1964). Khi nghiên cứu trong các tổ chức, mô hình cho thấy ảnh hưởng đến hành vi của các thành viên, tính công bằng trong tổ chức, mối quan hệ nhân viên - lãnh đạo… Việc nhấn mạnh vào " nghĩa vụ", "sự phụ thuộc lẫn nhau" làm nổi bật sự khác biệt của thuyết này so với các mô hình kinh tế thuần túy, nơi các trao đổi thường rời rạc, tức thời. Thuyết trao đổi xã hội hàm ý một cam kết hoặc kỳ vọng trong tương lai, những trao đổi này phụ thuộc lẫn nhau, gắn bó, năng động và liên tục, bền lâu.

Thuyết trao đổi xã hội là một khung lý thuyết phù hợp để khám phá cách thức cấp trên động viên, khuyến khích cấp dưới. Đặc biệt khi nghiên cứu lãnh đạo đạo đức, các nhà nghiên cứu đã chỉ ra rằng thuyết trao đổi xã hội là một cơ chế trung gian tiềm năng để lãnh đạo đạo đức ảnh hưởng đến hành vi làm việc của nhân viên. Khi nhân viên cảm nhận một mối quan hệ trao đổi xã hội chất lượng cao thông qua các tác động có đạo đức của lãnh đạo, nhân viên sẽ hình thành những cảm xúc biết ơn, niềm tin và nhận thức rõ ràng về nghĩa vụ, từ đó phản hồi bằng thái độ tích cực và hành vi làm việc hiệu quả.

5.1.2. Thuyết học tập xã hội (Social learning theory)

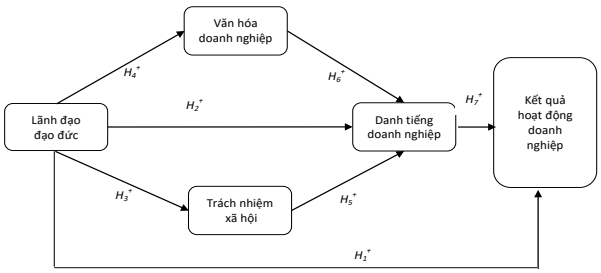
Lý thuyết này được mô tả là sự kết hợp giữa chủ nghĩa hành vi (lý thuyết học truyền thống và lý thuyết nhận thức). Lý thuyết này được phát triển trên ý tưởng: con người học từ các tương tác với nhau trong một bối cảnh xã hội cụ thể; thông quan việc quan sát hành vi, phản ứng của người khác, con người có xu hướng hình thành các hành vi tương tự. Đặc biệt là nếu các trải nghiệm đó là tích cực hoặc bao gồm phần thưởng liên quan đến hành vi quan sát được, con người sẽ dễ dàng tiếp nhận, hấp thụ và bắt chước. Như vậy theo lý thuyết này, 3 yếu tố bao gồm: hành vi, đặc điểm cá nhân và môi trường có tác động tương tác và chi phối lẫn nhau.

Thuyết học tập xã hội cung cấp cơ sở cho việc học và chuẩn hóa các quy tắc xã hội trong cuộc sống. Lý thuyết học tập xã hội cho rằng con người học hỏi lẫn nhau thông qua: quan sát; tăng cường nội tại và mô hình hóa. Khi ứng học trong nghiên cứu lãnh đạo đạo đức, các nhà nghiên cứu nhận thấy, các nhà lãnh đạo đạo đức ảnh hưởng đến hành vi đạo đức của nhân viên dưới quyền thông quan việc mô hình hóa. Theo Bandura (1985), hầu hết mọi thứ có thể học được thông qua các trải nghiệm trực tiếp hoặc gián tiếp, chính vì vậy nhà lãnh đạo đức hoàn toàn có thể trở thành hình mẫu điển hình cho nhận thức và hành động đạo đức trong doanh nghiệp, từ đó các nhân viên sẽ chủ động điều chỉnh, bắt chước và noi theo nhà lãnh đạo.

5.2. Đề xuất mô hình nghiên cứu ảnh hưởng của lãnh đạo đạo đức đến kết quả hoạt động của doanh nghiệp

Qua quá trình tổng hợp nghiên cứu, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:

Hình 1.1 Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Tác giả đề xuất

Đề xuất giả thuyết nghiên cứu:

Giả thuyết 1: Lãnh đạo đạo đức có tác động tích cực đến kết quả hoạt động doanh nghiệp

Giả thuyết 2: Lãnh đạo đạo đức có tác động tích cực đến danh tiếng doanh nghiệp

Giả thuyết 3: Lãnh đạo đạo đức có tác động tích cực đến trách nhiệm xã hội

Giả thuyết 4: Lãnh đạo đạo đức có tác động tích cực đến văn hóa doanh nghiệp

Giả thuyết 5: Trách nhiệm xã hội có tác động tích cực đến danh tiếng doanh nghiệp

Giả thuyết 6: Văn hóa doanh nghiệp có tác động tích cực đến danh tiếng doanh nghiệp

Giả thuyết 7: Danh tiếng doanh nghiệp có tác động tích cực đến kết quả hoạt động doanh nghiệp.

Kết luận: Lãnh đạo đạo đức là một nhân tố quan trọng mà bất kì doanh nghiệp nào cũng cần ưu tiên phát triển trong bối cảnh hiện nay để đảm bảo xây dựng một môi trường làm việc lành mạnh, trung thực và công bằng. Bên cạnh đó, khi nhận thức của khách hàng và xã hội ngày càng thay đổi, các yếu tố quyết định hành vi mua không chỉ dừng lại ở giá thành, chất lượng sản phẩm mà còn là sự kỳ vọng vào đóng góp xã hội của doanh nghiệp, hành vi kinh doanh đạo đức thì doanh nghiệp càng cần chú trọng vận hành doanh nghiệp dựa trên nền tảng quy chuẩn đạo đức. Vì vậy, nghiên cứu này hy vọng mang đến những kết quả nghiên cứu có ý nghĩa thực tiễn trong việc khuyến khích các nhà quản trị phát huy lãnh đạo đạo đức, xây dựng văn hóa doanh nghiệp và thúc đẩy thực hiện trách nhiệm xã hội, qua đó nâng cao danh tiếng và đóng góp tích cực cho kết quả hoạt động doanh nghiệp.

Về lý thuyết, nghiên cứu góp phần mở rộng khung lý thuyết về lãnh đạo đạo đức khi làm rõ cơ chế tác động không chỉ trực tiếp mà còn gián tiếp thông qua các biến trung gian như văn hóa doanh nghiệp, trách nhiệm xã hội và danh tiếng doanh nghiệp. Điều này cũng giúp khẳng định rằng tác động của lãnh đạo đạo đức mang tính hệ thống và toàn diện hơn, khi không chỉ ảnh hưởng đến những giá trị hữu hình như kết quả hoạt động kinh doanh mà còn thúc đẩy phát triển những giá trị vô hình - danh tiếng doanh nghiệp.

Về hàm ý quản trị, kết quả nghiên cứu gợi ý rằng nhà quản trị cần xây dựng và thực hành lãnh đạo đạo đức, trở thành hình mẫu hành vi cho nhân viên, vì đây là yếu tố nền tảng để xây dựng văn hóa tổ chức và khuyến khích thực hiện trách nhiệm xã hội. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần chú trọng phát triển văn hóa doanh nghiệp dựa trên các giá trị đạo đức như minh bạch, công bằng và trách nhiệm. Một nền văn hóa mạnh sẽ giúp tăng cường sự đoàn kết nội bộ và định hướng hành vi tích cực của nhân viên, từ đó góp phần nâng cao danh tiếng và kết quả hoạt động doanh nghiệp. Ngoài ra việc triển khai các hoạt động trách nhiệm xã hội cần được xem là một chiến lược dài hạn nhằm củng cố niềm tin của các bên liên quan, qua đó doanh nghiệp có thể đảm bảo vị thế cạnh tranh trên thị trường.

Như vậy, mô hình đã đề xuất một mô hình nâng cao kết quả hoạt động kinh doanh hiện đại, không chỉ tập trung vào các mục tiêu ngắn hạn mà hướng đến chiến lược phát triển bền vững thông qua chú trọng phát triển lãnh đạo đạo đức như một nguồn lực cốt lõi, để từ đó định hình văn hóa doanh nghiệp, khuyến khích thực hiện trách nhiệm xã hội và các hành vi tích cực của người lao động.

Tài liệu tham khảo:

Alkhadra, W. A., Khawaldeh, S., & Aldehayyat, J. (2023). Relationship of ethical leadership, organizational culture, corporate social responsibility and organizational performance: a test of two mediation models. International Journal of Ethics and Systems, 39(4), 737-760.

Bass, B. M., & Stogdill, R. M. (1990). Bass & Stogdill's handbook of leadership: Theory, research, and managerial applications. Simon and Schuster.

Brown, M. E., Treviño, L. K., & Harrison, D. A. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. Organizational behavior and human decision processes, 97(2), 117-134.

Dey, M., Bhattacharjee, S., Mahmood, M., Uddin, M. A., & Biswas, S. R. (2022). Ethical leadership for better sustainable performance: Role of employee values, behavior and ethical climate. Journal of Cleaner Production, 337, 130527.

Dwi Widyani, A. A., Landra, N., Sudja, N., Ximenes, M., & Sarmawa, I. W. G. (2020). The role of ethical behavior and entrepreneurial leadership to improve organizational performance. Cogent Business & Management, 7(1), 1747827.

Hussain, Z., Jusoh, A. B., Sarfraz, M., & Wahla, K. U. R. (2018). Uncovering the relationship of supply chain management and firm performance: Evidence from textile sector of Pakistan. Information Management and Business Review, 10(2), 23-29.

Kim, D., & Lee, M. J. (2024). The role of ethical leadership in enhancing organizational culture and performance. International Journal of Management, Business, and Economics, 1(2).

Kalshoven, K., Den Hartog, D. N., & De Hoogh, A. H. (2011). Ethical leadership at work questionnaire (ELW): Development and validation of a multidimensional measure. The leadership quarterly, 22(1), 51-69.

Langlois, L., & Lapointe, C. (2014). 21 A Measure of ethics. Handbook of ethical educational leadership.

Mansouri, H., Sadeghi Boroujerdi, S., & Md Husin, M. (2022). The influence of sellers' ethical behaviour on customer's loyalty, satisfaction and trust. Spanish Journal of Marketing-ESIC, 26(2), 267-283.

Mayer, D. M., Aquino, K., Greenbaum, R. L., & Kuenzi, M. (2012). Who displays ethical leadership, and why does it matter? An examination of antecedents and consequences of ethical leadership. Academy of management journal, 55(1), 151-171.

Nguyen, N. T. T., Nguyen, N. P., & Hoai, T. T. (2021). Ethical leadership, corporate social responsibility, firm reputation, and firm performance: A serial mediation model. Heliyon, 7(4).

Shin, Y., Sung, S. Y., Choi, J. N., & Kim, M. S. (2015). Top management ethical leadership and firm performance: Mediating role of ethical and procedural justice climate. Journal of business ethics, 129(1), 43-57.

Tummers, L. G., & Bakker, A. B. (2021). Leadership and job demands-resources theory: A systematic review. Frontiers in psychology, 12, 722080.

Toor, S. U. R., & Ofori, G. (2009). Ethical leadership: Examining the relationships with full range leadership model, employee outcomes, and organizational culture. Journal of business ethics, 90(4), 533-547.

Tseng, M. L., Divinagracia, L., & Divinagracia, R. (2009). Evaluating firm's sustainable production indicators in uncertainty. Computers & Industrial Engineering, 57(4), 1393-1403.

Sardana, D., Gupta, N., Kumar, V., & Terziovski, M. (2020). CSR 'sustainability'practices and firm performance in an emerging economy. Journal of Cleaner Production, 258, 120766.

Wang, D., Feng, T., & Lawton, A. (2017). Linking ethical leadership with firm performance: A multi-dimensional perspective. Journal of business ethics, 145(1), 95-109.

Walumbwa, F. O., Mayer, D. M., Wang, P., Wang, H., Workman, K., & Christensen, A. L. (2011). Linking ethical leadership to employee performance: The roles of leader–member exchange, self-efficacy, and organizational identification. Organizational behavior and human decision processes, 115(2), 204-213.

Nghị quyết số 68-NQ/TW Đảng

Long, N.T và Như, T.T. M. (2019). Tác động của đặc điểm tính cách big-five và lãnh đạo đạo đức đến sự hài lòng trong công việc, nghiên cứu trường hợp trong các hệ thống siêu thị lớn tại thành phố Hồ Chí Minh. Journal of Science and Technology-IUH, 41(05).