CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG VỀ TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG CÔNG TY TNHH MTV CADIVI MIỀN BẮC

TS. Bùi Thị Thu Hương*

Bài viết này phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động (NLĐ) trong Công ty TNHH MTV Cadivi Miền Bắc. Số liệu được thu thập thông qua việc điều tra khảo sát 157 NLĐ đang làm việc tại Công ty. Dữ liệu thu thập được tiến hành phân tích qua phần mềm SPSS, sau khi phân tích chỉ số Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA, các nhân tố liên quan được đưa vào mô hình hồi quy tuyến tính để đánh giá mức độ ảnh hưởng. Kết quả phân tích cho thấy sự hài lòng của NLĐ phần lớn phụ thuộc lớn vào việc công ty thực hiện trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm đạo đức đối với NLĐ.

• Từ khóa: *người lao động, sự hài lòng, trách nhiệm xã hội.*

This article analyzes the factors influencing employee satisfaction with corporate social responsibility at Cadivi Northern Vietnam Co., Ltd. Data was collected through a survey of 157 employees working at the company. The collected data was analyzed using SPSS software. After analyzing Cronbach's Alpha and exploratory factor analysis (EFA), the relevant factors were incorporated into a linear regression model to assess their impact. The analysis results show that employee satisfaction largely depends on the company's fulfillment of its economic and ethical responsibilities towards its employees.

• Key words: *employees, satisfaction, social responsibility.*

Ngày nhận bài: 05/01/2026
Ngày gửi phản biện: 17/02/2026
Ngày duyệt đăng: 29/3/2026
DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i310.57

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt và yêu cầu phát triển bền vững, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) đối với NLĐ đã trở thành một trong những yếu tố then chốt ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Thực hiện CSR giúp các doanh nghiệp có thể giữ chân được NLĐ có kỹ năng, tăng hiệu suất lao động, làm cho NLĐ hài lòng với công việc, thậm chí thu hút thêm NLĐ có trình độ, tăng khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp, đảm bảo sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Tuy nhiên, việc thực hiện CSR ở Việt Nam còn tương đối khó khăn, trước hết là sự hiểu biết của doanh nghiệp còn chưa đầy đủ, doanh nghiệp chỉ hiểu đơn thuần đó là việc làm từ thiện mà chưa hiểu hết rằng việc thực hiện CSR phải thực hiện ngay trong doanh nghiệp, đặc biệt phải có trách nhiệm đối với NLĐ của mình.

Công ty TNHH MTV CADIVI Miền Bắc là một doanh nghiệp trực thuộc UBND tỉnh Bắc Ninh, Công ty được thành lập ngày 22/4/2016 với số lượng lao động tính đến năm 2025 là 157 người. Công ty chủ yếu hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp, với ngành nghề chính là sản xuất và kinh doanh các sản phẩm dây và cáp điện CADIVI. Đối với doanh nghiệp sản xuất công nghiệp như Công ty TNHH MTV CADIVI Miền Bắc, NLĐ không chỉ là lực lượng trực tiếp tạo ra sản phẩm mà còn là chủ thể chịu tác động rõ nét từ các chính sách CSR liên quan đến tiền lương, điều kiện làm việc, an toàn lao động, đào tạo và phúc lợi. Mức độ hài lòng của NLĐ đối với việc thực hiện CSR có vai trò quan trọng trong việc nâng cao động lực làm việc, sự gắn kết và giảm thiểu rủi ro nhân sự. Các nghiên cứu đánh giá sự hài lòng về CSR đối với NLĐ tại các doanh nghiệp sản xuất cụ thể ở Việt Nam còn hạn chế. Xuất phát từ thực tiễn đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với NLĐ tại Công ty TNHH MTV CADIVI Miền Bắc.

2. Cơ sở lý luận

CSR là một phạm trù rộng, có thể được hiểu và diễn đạt theo nhiều cách khác nhau. Carroll (1991) đã phát triển từ khái niệm của mình ra ma trận trách nhiệm xã hội của các bên liên quan khi nghiên cứu về vấn đề này. Theo ông, các doanh nghiệp trong quá

** Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên*

trình hoạt động của mình, phải chịu nhiều sức ép từ các bên liên quan. Đối với mỗi bên liên quan này, họ phải có những trách nhiệm khác nhau, bao gồm kinh tế, luật pháp, đạo đức và từ thiện. Vì thế, hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với NLĐ cũng sẽ được đánh giá theo 4 yếu tố đó.

Theo Maignan I. và Ferrell O. C (2004), trách nhiệm xã hội doanh nghiệp là một cơ chế, trong đó các công ty gánh vác các trách nhiệm kinh tế, pháp luật, đạo đức và các trách nhiệm khác mà các bên liên quan đã áp đặt lên các hoạt động của công ty.

Theo Linda (2005), CSR đối với NLĐ là những cam kết của doanh nghiệp mang lại quyền lợi cho NLĐ như đào tạo và phát triển nghề nghiệp, sự cam kết và tư vấn, sức khỏe và an toàn lao động, điều kiện cân bằng cuộc sống, vấn đề bình đẳng, lương và các lợi ích khác.

Theo Nguyễn Ngọc Thắng (2010), ông phân tích CSR đối với NLĐ lồng ghép các chính sách nhân sự với CSR nhằm mục đích thúc đẩy tạo ra lợi ích cho doanh nghiệp và xã hội. Khía cạnh mối quan hệ với nhân viên được đo lường dựa trên mức độ công ty đảm bảo sức khỏe và an toàn cho nhân viên, các lợi ích đến từ bảo hiểm xã hội và các khoản trích từ lương khác, các tổ chức, hiệp hội liên quan đến NLĐ.

Theo Nguyễn Phương Mai (2013), một doanh nghiệp muốn phát triển bền vững phải tuân theo những chuẩn mực về bảo vệ môi trường, bình đẳng về giới, an toàn lao động, quyền lợi lao động, trả lương công bằng, đào tạo và phát triển nhân viên, phát triển cộng đồng. Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp được thể hiện một cách cụ thể qua các yếu tố như bảo vệ môi trường, đóng góp cho cộng đồng xã hội, thực hiện tốt trách nhiệm với nhà cung cấp, bảo đảm lợi ích và an toàn cho người tiêu dùng, quan hệ tốt với NLĐ và đảm bảo lợi ích cho cổ đông và NLĐ trong doanh nghiệp. Trong đó, bốn yếu tố đầu tiên thể hiện trách nhiệm bên ngoài của doanh nghiệp, còn hai yếu tố cuối thể hiện trách nhiệm bên trong, nội tại của doanh nghiệp. Sự cam kết thực hiện trách nhiệm nội tại của doanh nghiệp chính là trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với NLĐ.

Theo Đặng Thị Hoa, Giáp Thị Huyền Trang (2016) cũng đã phân tích rõ quy định pháp lý là một nhân tố ảnh hưởng đến CSR đối với NLĐ ở một số khía cạnh như tiền lương, trả lương và làm thêm giờ, tai nạn lao động, an toàn lao động, bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội, kinh phí công đoàn, phân biệt đối xử.

Tổng hợp các quan điểm trên, có thể hiểu, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với NLĐ là sự cam kết của doanh nghiệp đối với NLĐ về các mặt kinh tế, pháp luật, đạo đức, từ thiện thông qua các trách nhiệm nội tại nhằm nâng cao chất lượng đời sống cho NLĐ theo cách có lợi cho cả doanh nghiệp và NLĐ của họ. Bài viết này cũng dựa trên mô hình kim tự tháp của Carroll (1991) làm điểm tựa để xây dựng các yếu tố cấu thành trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với NLĐ bởi mô hình này có tính toàn diện và được sử dụng rộng rãi nhất.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành thông qua 2 bước:

Bước 1: Nghiên cứu định tính bằng xây dựng phát triển hệ thống khái niệm/thang đo và các biến quan sát và hiệu chỉnh biến quan sát phù hợp với thực tế.

Bước 2: Nghiên cứu định lượng, sử dụng hệ số tin cậy Cronbachs's Alpha để kiểm định mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo tương quan với nhau; phân tích nhân tố khám phá (EFA) được sử dụng để kiểm định các nhân tố ảnh hưởng và nhận diện các nhân tố được cho là phù hợp; đồng thời sử dụng phân tích hồi quy tuyến tính đa biến để xác định các nhân tố và mức độ tác động của từng nhân tố đến sự hài lòng về CSR của NLĐ trong Công ty TNHH MTV CADIVI Miền Bắc.

Để đáp ứng độ tin cậy, tác giả điều tra tổng thể 157 NLĐ đang làm việc tại Công ty TNHH MTV CADIVI Miền Bắc qua việc phát phiếu điều tra trực tiếp và gửi email. Sau khi sàng lọc số phiếu trả lời, loại bỏ các phiếu trả lời không hợp lệ thì số mẫu thu về và hợp lệ là 150 phiếu.

Mô hình lý thuyết các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về CSR của NLĐ trong Công ty TNHH MTV CADIVI Miền Bắc gồm có 4 nhóm yếu tố ảnh hưởng (biến độc lập) như sau:

- Trách nhiệm kinh tế (X1): được đo lường bằng 4 biến quan sát từ KT1 đến KT4. Đây là nền tảng quan trọng trong việc thực hiện CSR đối với NLĐ. Thực hiện trách nhiệm kinh tế đối với NLĐ sẽ đáp ứng nhu cầu cơ bản nhất trong công việc mà NLĐ cần như tạo việc làm cho NLĐ, cơ chế lương, thưởng, phụ cấp hợp lý. Những doanh nghiệp nào thực hiện tốt trách nhiệm kinh tế đối với NLĐ thì sẽ luôn làm NLĐ hài lòng với công việc của mình đồng thời giữ chân được NLĐ ở lại doanh nghiệp.

- Trách nhiệm pháp lý (X2): được đo lường bằng 6 biến quan sát từ PL1 đến PL6. Doanh nghiệp hoạt động và chịu sự quản lý bởi hệ thống pháp luật quốc gia, để tồn tại lâu dài, các doanh nghiệp cần phải tuân thủ các quy định đó. Khi các doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm kinh tế đối với NLĐ thì những trách nhiệm này cần phải nằm trong các quy phạm và khuôn khổ của pháp luật. Đó là việc doanh nghiệp

phải tuân thủ theo các Công ước quốc tế liên quan đến NLĐ cũng như các quy định pháp luật của nhà nước hiện hành trong mọi hoạt động từ tuyển dụng, ký kết hợp đồng, sử dụng, đào tạo, phát triển lao động nhằm bảo đảm quyền lợi cho NLĐ, đồng thời hướng dẫn, tạo điều kiện cho họ thực hiện những nghĩa vụ mà pháp luật quy định.

- Trách nhiệm đạo đức (X3): được đo lường bằng 4 biến quan sát từ DD1 đến DD4. Trách nhiệm đạo đức của một doanh nghiệp liên quan đến các hành vi hay hành động mà cộng đồng, xã hội mong đợi hay không mong đợi nhưng không được thể hiện rõ ràng thành luật. Các trách nhiệm này là những quy định "ngầm" ràng buộc tất cả các thành viên trong doanh nghiệp thực hiện.

- Trách nhiệm từ thiện (X4): được đo lường bằng 3 biến quan sát từ TT1 đến TT3. Ngoài trách nhiệm kinh tế, pháp lý, đạo đức đối với NLĐ, doanh nghiệp còn bị ràng buộc bởi trách nhiệm từ thiện, điều này có nghĩa là các hoạt động của doanh nghiệp phải nhằm mục đích cải thiện đời sống của NLĐ. Những hành động nhân đạo đã trở thành một nội dung được các doanh nghiệp vận dụng, củng cố và phát triển lợi ích lâu dài của cả NLĐ và bản thân doanh nghiệp. Trách nhiệm này được doanh nghiệp thực hiện tùy thuộc vào tình hình của doanh nghiệp trong những thời điểm cụ thể.

Về sự hài lòng CSR của NLĐ (biến phụ thuộc - Y) được đo lường bằng 3 biến quan sát từ Y1 đến Y3.

Trong nghiên cứu này, sử dụng thang đo Likert cho điểm từ 1 đến 5 để đo lường các biến quan sát.

Bảng 1. Các biến số trong mô hình

Công ty tạo việc làm ổn định cho NLĐ	KT1	Công ty ban hành chính sách đào tạo, phát triển nâng cao trình độ cho NLĐ	DD1
Công ty trả lương, thưởng phù hợp với năng lực của NLĐ	KT2	Công ty tạo quan hệ lao động lành mạnh giữa nhà quản lý và NLĐ	DD2
Công ty có lợi nhuận để trích các quỹ cho NLĐ	KT3	Công ty tôn trọng quyền riêng tư của NLĐ	DD3
Công ty đảm bảo thu nhập cho NLĐ	KT4	Công ty bảo mật NLĐ báo cáo hành vi sai trái tại nơi làm việc	DD4
Công ty thực hiện ký kết hợp đồng lao động	PL1	Công ty cung cấp dịch vụ tài chính, dịch vụ xã hội cho NLĐ	TT1
Công ty có thời gian làm việc và nghỉ ngơi hợp lý	PL2	Công ty phát triển nhân cách, đạo đức của NLĐ	TT2
Công ty đảm bảo an toàn và vệ sinh lao động	PL3	Công ty khuyến khích NLĐ tham gia hoạt động cộng đồng	TT3
Công ty đảm bảo cho NLĐ được khám sức khỏe định kỳ	PL4	Tôi hài lòng về CSR của công ty đối với tôi	Y1
Công ty đóng BHXH, BHYT cho NLĐ theo đúng pháp luật	PL5	Công ty đã đáp ứng được những mong muốn của tôi	Y2
NLĐ được tham gia tổ chức công đoàn, đoàn thể của công ty	PL6	Tôi muốn gắn bó và phát triển lâu dài tại công ty	Y3

Nguồn: Nghiên cứu của tác giả

Từ đó, mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về CSR của NLĐ trong Công ty TNHH MTV CADIVI Miền Bắc được thiết lập như sau:

Sự hài lòng (Y) = f(

Trong đó: Y là biến phụ thuộc và là các biến độc lập

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Kiểm định độ tin cậy thang đo (kiểm định Cronbachs's Alpha) các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về CSR của NLĐ trong Công ty TNHH MTV CADIVI Miền Bắc với 17 biến quan sát thuộc 4 nhân tố. Qua kết quả phân tích, hệ số Cronbachs's Alpha đạt 0,798, chứng tỏ thang đo lường này sử dụng được. Tuy nhiên, nếu xét hệ số tương quan biến - tổng thì có 3 biến bị loại khỏi mô hình vì có giá trị nhỏ hơn 0,3. Ba biến đó là KT3 (Công ty có lợi nhuận để trích các quỹ cho NLĐ), PL4 (Công ty đảm bảo cho NLĐ được khám sức khỏe định kỳ), DD4 (Công ty bảo mật NLĐ báo cáo hành vi sai trái tại nơi làm việc). Vì vậy, 14 biến đo lường còn lại sẽ được sử dụng trong phân tích nhân tố khám phá (EFA). Kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) lần hai với các kiểm định được đảm bảo như sau:

- Độ tin cậy của các biến quan sát (Factor loading >0,5)

- Kiểm định tính phù hợp của mô hình (0,5 < KMO = 0,789 < 1)

- Kiểm định Barlett về tương quan của các biến quan sát (Sig < 0,05)

- Kiểm định phương sai cộng dồn = 65,132% (Cumulatine variance > 50%)

Bảng 2: Ma trận xoay các nhân tố

	Nhân tố			
	Trách nhiệm Kinh tế	Trách nhiệm Pháp lý	Trách nhiệm Đạo đức	Trách nhiệm Từ thiện
KT1	0,817			
KT2	0,865			
KT4	0,835			
PL1		0,718		
PL2		0,727		
PL3		0,729		
PL5		0,738		
PL6		0,756		
DD1			0,870	
DD2			0,845	
DD3			0,885	
TT1				0,797
TT2				0,787
TT3				0,757

Nguồn: Kết quả phân tích nhân tố khám phá từ số liệu điều tra

Theo ma trận xoay các nhân tố, ta có hệ số tải nhân tố của các biến ở bảng 2 đều lớn hơn 0,5. Ta có 4 nhân tố được rút ra và tác giả vẫn giữ nguyên tên gọi các nhân tố như ban đầu.

Kết quả phân tích hồi quy ở Bảng 3 cho thấy, hệ số hiệu chỉnh = 67,3% có nghĩa là 67,3% sự biến thiên của sự hài lòng về CSR của NLĐ trong Công ty TNHH MTV CADIVI Miền Bắc được giải thích bởi các nhân tố đưa vào mô hình, còn lại là các nhân tố khác chưa được nghiên cứu. Hệ số Sig.F = 0,00 nhỏ hơn nhiều so với mức ý nghĩa a = 5% nên mô hình

hồi quy có ý nghĩa, tức là các biến độc lập có ảnh hưởng đến biến phụ thuộc Y. Bên cạnh đó, độ phóng đại phương sai (VIF) của các biến trong mô hình nhỏ hơn nhiều so với 10 nên ta có thể kết luận các biến đưa vào mô hình không có hiện tượng đa cộng tuyến. Kết quả phân tích trên cho thấy, tất cả 5 biến đưa vào mô hình đều có ý nghĩa thống kê Sig. < 5%. Từ các kết quả trên, phương trình hồi quy ước lượng các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng về CSR của NLĐ trong Công ty TNHH MTV CADIVI Miền Bắc được thiết lập như sau:

Y = 1,253 + 0,493KT + 0,378PL+ 0,449DD+ 0,341TT

Bảng 3: Kết quả phân tích hồi quy tuyến tính

Tiêu chí		Hệ số (B)	Hệ số (Beta)	Mức ý nghĩa Sig.	Vif
1	Hằng số	1,253		.001	
	KT	0,493	0,473	.003	1.589
	PL	0,378	0,290	.000	1.724
	DD	0,449	0,452	.000	1.134
	TT	0,341	0,205	.002	1.145
Hệ số Sig.F			0.000		
Hệ số hiệu chỉnh			67,3		
Hệ số Durbin - Watson			1.786		

Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu của tác giả

Dựa vào phương trình hồi quy, 4 biến đưa vào mô hình đều có tương quan thuận với sự hài lòng về CSR của NLĐ. Trong đó yếu tố "Trách nhiệm kinh tế" là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất, nếu "Trách nhiệm kinh tế" tăng lên 1 bậc sẽ giúp cho sự hài lòng CSR của NLĐ tăng lên trung bình 0,493 bậc. Điều này cho thấy mức độ quan trọng của yếu tố này đến việc thực hiện trách nhiệm xã hội doanh nghiệp là rất lớn, hoàn toàn phù hợp với lập luận mà tác giả đưa ra ban đầu. Đối với Công ty TNHH MTV CADIVI Miền Bắc, trách nhiệm kinh tế đối với người lao động có ý nghĩa đặc biệt quan trọng do đặc thù hoạt động sản xuất công nghiệp với cường độ lao động cao và yêu cầu nghiêm ngặt về kỹ thuật, an toàn. Việc bảo đảm tiền lương cạnh tranh, thu nhập ổn định, chế độ thưởng - phúc lợi phù hợp không chỉ giúp người lao động yên tâm làm việc mà còn góp phần nâng cao mức độ hài lòng đối với việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, qua đó tăng cường động lực làm việc, sự gắn kết và hiệu quả hoạt động lâu dài của công ty.

Ảnh hưởng mạnh tiếp theo là nhân tố "Trách nhiệm đạo đức", nếu "Trách nhiệm đạo đức" tăng lên 1 bậc sẽ giúp cho sự hài lòng CSR của NLĐ tăng lên trung bình 0,449 bậc. Đối với Công ty TNHH MTV CADIVI Miền Bắc, trách nhiệm đạo đức đối với người lao động thể hiện ở việc công ty ban hành chính sách đào tạo, phát triển nâng cao trình độ cho NLĐ, tạo các mối quan hệ tốt trong công ty. Việc thực hiện tốt trách nhiệm đạo đức không chỉ góp phần nâng cao sự hài lòng và niềm tin của người lao động đối với công ty mà còn thúc đẩy hành vi làm việc tích cực, tăng cường sự gắn kết và xây dựng văn hóa doanh nghiệp bền vững.

Tiếp theo là nhân tố "Trách nhiệm pháp luật", nếu "Trách nhiệm pháp luật" tăng lên 1 bậc sẽ giúp cho sự hài lòng CSR của NLĐ tăng lên trung bình 0,378 bậc. Doanh nghiệp hoạt động và chịu sự quản lý bởi hệ thống pháp luật quốc gia, để tồn tại lâu dài, các doanh nghiệp cần phải tuân thủ các quy định đó. Khi các doanh nghiệp thực hiện trách nhiệm kinh tế đối với NLĐ thì những trách nhiệm này cần phải nằm trong các quy phạm và khuôn khổ của pháp luật. Đó là việc doanh nghiệp phải tuân thủ theo các Công ước quốc tế liên quan đến NLĐ cũng như các quy định pháp luật của nhà nước hiện hành trong mọi hoạt động từ tuyển dụng, ký kết hợp đồng, sử dụng, đào tạo, phát triển lao động nhằm bảo đảm quyền lợi cho NLĐ, đồng thời hướng dẫn, tạo điều kiện cho họ thực hiện những nghĩa vụ mà pháp luật quy định.

Cuối cùng là nhân tố "Trách nhiệm từ thiện", nếu "Trách nhiệm từ thiện" tăng lên 1 bậc sẽ giúp cho sự hài lòng CSR của NLĐ tăng lên trung bình 0,341 bậc. Những hành động nhân đạo đã trở thành một nội dung được công ty vận dụng, củng cố và phát triển lợi ích lâu dài của cả NLĐ và bản thân công ty. Trách nhiệm này được công ty thực hiện tùy thuộc vào tình hình của công ty trong những thời điểm cụ thể.

Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy sự hài lòng của người lao động về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tại Công ty TNHH MTV CADIVI Miền Bắc chịu ảnh hưởng bởi bốn nhóm yếu tố, được sắp xếp theo mức độ quan trọng giảm dần gồm: trách nhiệm kinh tế, trách nhiệm đạo đức, trách nhiệm pháp lý và trách nhiệm từ thiện. Điều này cho thấy người lao động đánh giá cao nhất các chính sách CSR gắn trực tiếp với lợi ích vật chất, thu nhập và sự ổn định việc làm, tiếp đến là các giá trị đạo đức, công bằng và tôn trọng trong môi trường làm việc. Trách nhiệm pháp lý và trách nhiệm từ thiện tuy có tác động nhưng đóng vai trò bổ trợ, góp phần hoàn thiện nhận thức và sự hài lòng tổng thể của người lao động đối với việc thực hiện CSR của doanh nghiệp.

Tài liệu tham khảo:

Caroll, A. B (1991), "The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders", Business Horizons, vol. 34, pp. 39-48.

Linda Barber (2005), CSR for Employees: Proof of Employer Engagement, Published by Institute Foremploymentstudies.

Maignan I. và Ferrell O. C (2004), "Corporate Social Responsibility and Marketing", Journal of the Academy of Marketing Science, 32 (1), pp. 3-19.

Đặng Thị Hoa; Giáp Thị Huyền Trang (2016), "Vấn đề trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp", Tạp chí Khoa học và Công nghệ Lâm Nghiệp số 1.

Nguyễn Phương Mai (2013), "Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong ngành dệt may Việt Nam - Trường hợp Công ty Cổ phần May Đáp Cầu", Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội, số 1, tr. 32 - 40.

Nguyễn Ngọc Thắng (2010), "Gắn quản trị nhân sự với trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp", Tạp chí khoa học Đại học Quốc gia Hà Nội: Kinh tế và Kinh doanh 26, 232-238.