ĐƠN VỊ TỔ CHỨC

UEF UNIVERSITY OF ECONOMICS & FINANCE · QS STARS RATING SYSTEM · VIAC Vietnam International Arbitration Centre · HUTECH Đại học Công nghệ Tp.HCM

KỶ YẾU

HỘI THẢO KHOA HỌC QUỐC GIA

LUẬT, CÔNG LÝ VÀ PHÁT TRIỂN

CHỦ ĐỀ: TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, THÁNG 3 NĂM 2025

ĐƠN VỊ TỔ CHỨC

ĐƠN VỊ TÀI TRỢ

KỶ YẾU

HỘI THẢO KHOA HỌC CẤP QUỐC GIA

LUẬT, CÔNG LÝ VÀ PHÁT TRIỂN 2025

CHỦ ĐỀ: TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP

ĐƠN VỊ TỔ CHỨC

Trường Đại học Kinh tế - Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh (UEF)
Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh (HUTECH)
Trung tâm trọng tài quốc tế Việt Nam (VIAC)

ĐƠN VỊ ĐỒNG HÀNH, TÀI TRỢ

Doanh nghiệp Tư Nhân Văn Hồ
Công ty cổ phần Hanel
Trung tâm Trọng tài Thương mại Quốc Tế APEC Việt Nam
Trung tâm Trọng tài Thương mại HTA
Công ty Luật TNHH Celigal
Công ty Luật TNHH PNH
Santa Lawyers Law Firm
Công ty KAV Lawyers
Công ty Luật TNHH Kim Quyền
La Tax & Accounting LLC
Công ty cổ phần thương mại Satori

TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI CỦA DOANH NGHIỆP ĐỐI VỚI NGƯỜI LAO ĐỘNG TẠI VIỆT NAM-THỰC TIỄN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Vũ Thế Hoài[1*], **Đỗ Thị Diệu Linh**[2]

[1]Giảng viên Khoa Luật, Trường Đại học Sài Gòn,

[2]NCS. Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh, Luật sư - Công ty luật TNHH Phú và Luật sư.

[*]Email tác giả liên hệ: hoaivt@sgu.edu.vn

TÓM TẮT

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) gắn liền với sự kỳ vọng phát triển vượt trội trước cam kết mạnh mẽ về môi trường, xã hội và con người, thúc đẩy phát triển bền vững. Người lao động là nhân tố quan trọng trong sự phát triển của doanh nghiệp, nên trách nhiệm xã hội đặt ra đối với người lao động là nền tảng xây dựng nhân lực vững mạnh, tăng khả năng cạnh tranh và rút ngắn khoảng cách của doanh nghiệp với phát triển bền vững. Tuy nhiên, việc thực thi trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp còn hạn chế khi quyền lợi người lao động chưa được đảm bảo trọn vẹn thông qua việc tuân thủ pháp luật lao động và tầm quan trọng của sự gắn bó của người lao động chưa được doanh nghiệp quan tâm đúng mức, dẫn đến hiệu quả còn hạn chế, chưa đáp ứng được mong muốn chung của xã hội. Bài nghiên cứu này nhằm góp phần định hướng hoàn thiện pháp luật, định hình cách hiểu thống nhất và bổ sung yếu tố bắt buộc trong công bố cam kết về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động là những giải pháp cấp thiết ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay.

Từ khóa: *Doanh nghiệp, người lao động, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.*

1. Tổng quan

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (Corporate Social Responsibility - CSR) là một thuật ngữ xuất hiện khoảng nửa sau thế kỷ XX, với những quy chuẩn do tự thân doanh nghiệp đặt ra cho sự vận động trong tổ chức của mình, góp phần vào các mục tiêu chung của xã hội dưới hình thức hoạt động của tổ chức. Vấn đề này xuất phát từ nhu cầu xã hội về việc doanh nghiệp không chỉ tập trung vào tối đa hoá lợi nhuận kinh doanh mà còn phải quan tâm đến các vấn đề xã hội, môi trường, phúc lợi của người lao động. Qua thời gian, các hoạt động này dần biến đổi từ hình thức tự nguyện của một số doanh nghiệp ở cấp độ rải rác, nhỏ lẻ thành một hoạt động mang tính chính sách của phần đông doanh nghiệp, trở thành một phần trách nhiệm trong chiến lược phát triển bền vững mà chủ thể chính là doanh nghiệp và những đóng góp của họ. Đối với Việt Nam, thuật ngữ trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp dần du nhập vào từ khoảng năm 2000, sau đó mở rộng tầm ảnh hưởng hơn từ một sự kiện thương mại lớn của Việt Nam năm 2007 - gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới WTO. Từ đây, ngoài thúc đẩy nhu cầu hội nhập quốc tế, các tiêu chuẩn cao hơn về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp cũng dần dần được hình thành. Tuy vậy, cho đến nay việc triển khai trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nói chung vẫn còn nhiều thách thức lớn, đặc biệt là việc triển khai trong nội bộ doanh nghiệp. Trong đó, người lao động là một bộ phận quan trọng và đồng thời chịu tác động từ các hoạt động thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Chính vì vậy, việc nghiên cứu về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động ngày càng trở nên thực sự cần thiết để hiểu rõ hơn về tình hình thực hiện trách nhiệm xã hội của khối doanh nghiệp, từ đó đề xuất những giải pháp pháp

lý phù hợp nhằm thúc đẩy sự gia tăng thực thi trách nhiệm xã hội rộng rãi, tăng cường sự gắn bó dài lâu của người lao động với doanh nghiệp nhằm tạo sự ổn định cao trong quản trị nội bộ doanh nghiệp và góp phần phát triển bền vững.

1.1. Khái niệm trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Trong suốt nhiều năm, khái niệm duy nhất về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp vẫn chưa có được sự thống nhất vì tồn tại nhiều quan điểm khác nhau. Tiếp cận từ Carroll (1991) trong The Pyramid of CSR - Towards the moral management of organizational Stakeholders, một số khái niệm về trách nhiệm xã hội được hình thành qua thời gian như sau: Keith Davis (1960) cho rằng "trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đề cập đến các doanh nghiệp mà quyết định và hành động của họ được thực hiện vì những lý do tối thiểu là có một phần vượt ra ngoài lợi ích kinh tế trực tiếp hoặc kỹ thuật của doanh nghiệp" (trang 39). Hội đồng phát triển kinh tế (1971) đã dùng "ba vòng tròn đồng tâm" để mô tả trách nhiệm xã hội, trong đó vòng tròn bên ngoài cùng phác thảo các trách nhiệm mới nổi và vẫn chưa rõ ràng mà doanh nghiệp nên đảm nhận để tham gia tích cực hơn vào việc cải thiện môi trường xã hội" (trang 40). Carroll (1979, 1991), dựa trên quan điểm về việc điều hòa định hướng kinh tế của doanh nghiệp với định hướng xã hội, đã đưa ra khái niệm trách nhiệm xã hội gồm bốn phần: trách nhiệm kinh tế (economic responsibilities), trách nhiệm pháp lý (legal responsibilities), trách nhiệm đạo đức (ethical responsibilities), trách nhiệm từ thiện (philanthropic responsibilities), với ý tưởng rằng "công ty không chỉ có nghĩa vụ kinh tế và pháp lý mà còn có trách nhiệm đạo đức và từ thiện" (trang 41). Một nguồn khác từ Tổ chức Tiêu chuẩn hóa quốc tế (ISO, 2013) đã định nghĩa trách nhiệm xã hội là "trách nhiệm của tổ chức đối với những tác động của các quyết định và hoạt động của tổ chức đến xã hội và môi trường thông qua sự minh bạch và hành vi đạo đức, nhằm đóng góp cho sự phát triển bền vững, bao gồm cả sự lành mạnh và thịnh vượng của xã hội, có tính đến những mong muốn của các bên liên quan, phù hợp với luật pháp, nhất quán với chuẩn mực ứng xử quốc tế và tích hợp trong toàn bộ tổ chức và thực thi trong các mối quan hệ của tổ chức" (trang 16). Trong đó, ISO 26000: 2013 xác định "các bên liên quan là cá nhân hoặc nhóm người có mối quan tâm đến bất kỳ quyết định hoặc hoạt động nào của tổ chức" (trang 17). Trách nhiệm xã hội du nhập vào Việt Nam cho đến nay được thể hiện trên nhiều quy định pháp luật khác nhau nhưng cũng chưa có một định nghĩa cụ thể nào tương ứng với bối cảnh kinh tế - xã hội của đất nước ngoài việc sử dụng theo định nghĩa tại ISO 26000 - được chấp thuận và công bố tại Việt Nam năm 2010, 2013 (TCVN ISO 26000: 2013, 26000: 2010).

1.2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tại Việt Nam là một chủ đề khá mới mẻ thu hút nhiều chuyên gia, nhà nghiên cứu, tuy vậy nội dung nghiên cứu dàn trải trong các lĩnh vực khác nhau. Dưới đây, tác giả tổng quan tình hình nghiên cứu về phạm vi nội dung nêu trên như sau:

Lê Phước Hương và Lưu Tiến Thuận (2017) trong bài viết "Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - Tổng kết một số chủ đề và đề xuất hướng nghiên cứu" tập trung tổng hợp các nghiên cứu có sẵn trước đó để thảo luận nguồn dữ liệu, khung lý thuyết, đánh giá kết quả nghiên cứu, đo lường CSR theo các bên liên quan và đề xuất hướng nghiên cứu trong tương lai.

Nguyễn Quyết và Lê Trung Đạo (2018) trong bài viết "Thực hiện trách nhiệm xã hội trong doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Hồ Chí Minh: Góc nhìn từ Lý thuyết khuếch tán cái mới" dùng lý thuyết khuếch tán cái mới để phân tích những yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động thực hiện CSR, nhưng gói gọn trong phạm vi doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Hồ Chí Minh, chỉ ra kết quả là

mối tương quan giữa người quản lý và quy mô doanh nghiệp có ảnh hưởng đến hoạt động CSR của một doanh nghiệp.

Đào Mộng Điệp (2021) trong bài viết "Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bảo vệ quyền lợi người lao động" hướng đến việc bảo vệ quyền lợi cho người lao động thông qua phân tích bất cập của pháp luật, từ đó đề xuất định hướng hoàn thiện pháp luật và xây dựng bộ quy tắc ứng xử.

Nguyễn Hồng Thu và Phạm Trần Phú (2021) trong bài viết "Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với sự duy trì và gắn bó làm việc của người lao động trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa: trường hợp các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam" đã đánh giá sự ảnh hưởng của nhận thức CSR lên sự gắn bó, duy trì của người lao động, gói gọn trong phạm vi doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam.

Trần Thị Hiền và Nguyễn Hồng Quân (2021) trong bài viết "Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và sự gắn kết của nhân viên: nghiên cứu tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam" tập trung tìm ra nhân tố ảnh hưởng tới sự gắn kết của người lao động với doanh nghiệp trong phạm vi doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam.

Nguyễn Vân Hà và Vương Thị Trang (2022) trong bài viết "Mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, sự hài lòng công việc và ý định nghỉ việc của người lao động tại các ngân hàng thương mại trên địa bài Hà Nội" sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng để phân tích quan hệ của 3 yếu tố trách nhiệm xã hội, sự hài lòng và ý định nghỉ việc của người lao động, nghiên cứu được gói gọn trong lĩnh vực ngân hàng tại ngân hàng thương mại trên địa bàn Hà Nội.

Bùi Đức Thịnh và Phan Thị Vinh (2023) trong bài viết "Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nhỏ và vừa đối với người lao động trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc" dùng số liệu thống kê tỷ lệ doanh nghiệp nhỏ và vừa đảm bảo quyền lợi hợp pháp của người lao động trong phạm vi địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc để xác định trách nhiệm xã hội đối với người lao động trong khối doanh nghiệp nhỏ và vừa còn hạn chế và đưa ra giải pháp nguyên tắc nhằm tăng cường trách nhiệm này của khối doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn nghiên cứu.

Nhìn chung, các nghiên cứu được đề cập trên tập trung vào chủ thể người lao động trong doanh nghiệp, tuy nhiên được thực hiện trên từng lĩnh vực khác nhau, trong từng cụm doanh nghiệp hoặc doanh nghiệp nhỏ và vừa hay tại từng địa phương cụ thể; một số nghiên cứu tập trung thảo luận và phân tích các lý thuyết. Điểm khác biệt của bài viết này với các nghiên cứu trên là thông qua quy định pháp luật hiện hành hướng tới đối tượng là doanh nghiệp để xem xét thực trạng hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong phạm vi đối với người lao động của họ, xác định sự gắn bó lâu dài của người lao động với doanh nghiệp là một thành phần trong trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động, bên cạnh việc đảm bảo quyền lợi hợp pháp cho họ, xác định sự không ràng buộc trong quy định pháp luật liên quan đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp là một trở ngại trong tiến trình đưa trách nhiệm này thâm nhập sâu hơn, rộng rãi hơn và hình thành thói quen thực hiện trách nhiệm xã hội trong doanh nghiệp, từ đó đề xuất các giải pháp pháp lý nhằm nâng cao ý thức và sự ràng buộc của việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp.

2. Phương pháp nghiên cứu

2.1. Lý thuyết nghiên cứu

Các lý thuyết điển hình làm cơ sở cho nghiên cứu này gồm:

Lý thuyết về hợp đồng xã hội (Social Contract Theory): Thomas Hobbes (1651) trong Leviathan lập luận rằng "con người tự nhiên có xu hướng xung đột và cần một chính quyền mạnh mẽ để duy trì trật tự xã hội. John Locke (1689) với Two Treaties of Government và Jean-Jacques Rousseau (1762) với The Social Contract cũng ủng hộ và có ảnh hưởng to lớn đến lý thuyết" (Celeste Friend, 2004). Ứng dụng lý thuyết này vào trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp để hiểu rằng sự tồn tại của doanh nghiệp chịu ảnh hưởng bởi những kỳ vọng của xã hội.

Lý thuyết các bên liên quan (Stakeholder Theory): đã xuất hiện trong nhiều lý thuyết quản lý từ những năm 1960, nhưng R.Edward Freeman là người đã tạo điểm nhấn cho nghiên cứu lý thuyết này bởi cuốn Strategic Management - A Stakeholder Approach (1984). Freeman & Mcvea (2001) đã ghi lại rằng lý thuyết này xác định doanh nghiệp không chỉ có trách nhiệm với cổ đông, mà còn với tất cả các bên liên quan như người lao động, khách hàng, nhà cung cấp, cộng đồng và môi trường. "Các bên liên quan" được hiểu là bất kỳ nhóm hoặc cá nhân nào bị ảnh hưởng bởi hoặc có thể ảnh hưởng đến việc đạt được các mục tiêu của tổ chức. Clarkson (1995) đã phân chia các bên liên quan thành hai nhóm: các bên liên quan chính (sơ cấp), sự ủng hộ của họ là thiết yếu cho sự tồn tại của doanh nghiệp và các bên liên quan phụ (thứ cấp), không liên quan trực tiếp đến giao dịch và không quá thiết yếu với sự tồn tại của doanh nghiệp.

Lý thuyết dựa trên nguồn lực (Resource-Based View - RBV): lần đầu được công bố bởi Edith Penrose (1959) trong The Theory of the Growth of the Firm với quan điểm tăng trưởng của doanh nghiệp phụ thuộc vào việc khai thác hiệu quả nguồn lực nội tại. Barney (1991) tiếp tục phát triển lý thuyết nhấn mạnh rằng: "nguồn lực doanh nghiệp cần đáp ứng các tiêu chí VRIN - Valuable (giá trị), Rare (hiếm có), Inimitable (khó bắt chước) và Non-substitutable (không thể thay thế) để tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững" (trang 106). Ứng dụng vào trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, lý thuyết xem trách nhiệm này như một nguồn lực chiến lược tạo ra lợi thế cạnh tranh, trong đó phát triển nguồn lực con người là ưu tiên hơn cả. Trách nhiệm xã hội tạo ra các giá trị hữu hình như cải thiện danh tiếng, nâng cao mối quan hệ giữa doanh nghiệp với các bên liên quan, nâng cao mức độ giữ chân và mức độ hấp dẫn của doanh nghiệp lên nguồn lao động tiềm năng, tăng cường động lực trong năng suất, mức độ gắn kết và lòng trung thành của người lao động (Ngà, 2021, trang 15).

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Các phương pháp được sử dụng gồm phương pháp phân tích, tổng hợp, nghiên cứu tài liệu, so sánh, đối chiếu. Trong đó, phương pháp tổng hợp, phân tích, nghiên cứu tài liệu được dùng để tổng hợp các dữ liệu có sẵn từ các khảo sát, báo cáo, cơ sở dữ liệu quốc gia, phân tích dữ liệu, chính sách, quy định pháp luật về trách nhiệm xã hội hiện hành nhằm làm rõ tình hình thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động tại Việt Nam hiện nay, từ đó rút ra kết luận tổng thể của vấn đề; phương pháp so sánh, đối chiếu được sử dụng để thấy được chênh lệch giữa tình trạng tuân thủ pháp luật lao động của doanh nghiệp so với chính sách, quy định pháp luật về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động, từ đó đề xuất các giải pháp cải thiện tình hình này trong thực tiễn.

3. Kết quả và thảo luận

Mặc dù chưa thống nhất một khái niệm cụ thể về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp tại Việt Nam, việc xem xét trách nhiệm đối với người lao động như một thành phần của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp vốn đã được Đảng và Nhà nước ghi nhận từ lâu, thông qua các văn bản pháp luật, về cơ bản đã tạo dựng một cơ sở pháp lý để doanh nghiệp thực hiện các trách nhiệm đối với người lao động của họ (Điệp, 2021). Qua thời gian thực thi, pháp luật đã dần hoàn thiện hơn thông qua nhiều

lần sửa đổi, bổ sung, ban hành mới, như: Bộ luật lao động qua các năm 2002, 2006, 2007, 2012 và mới nhất là năm 2019; Luật Công đoàn 2014, 2024; Luật Việc làm 2013; Luật Bảo hiểm xã hội 2014, 2024; Luật Bảo hiểm y tế 2006, 2014; Luật An toàn vệ sinh lao động 2015; Luật Doanh nghiệp năm 2020 cùng nhiều văn bản hướng dẫn thi hành trong thực tiễn. Việc đáp ứng và tuân thủ quy định pháp luật này không chỉ đưa doanh nghiệp vào kỷ cương hoạt động chung, xây dựng nên một môi trường làm việc lành mạnh, an toàn, thúc đẩy tính cạnh tranh, mà còn là công cụ giúp doanh nghiệp thực thi một phần trách nhiệm xã hội của mình trong thời đại hội nhập, cách mạng công nghiệp 4.0 hiện nay.

Tuy nhiên, việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động vẫn còn hạn chế và đối mặt với một số khó khăn, thử thách. Trong đó, nguyên nhân xuất phát từ việc doanh nghiệp chưa đảm bảo trọn vẹn quyền lợi của người lao động thông qua việc tuân thủ quy định pháp luật về lao động và chưa quan tâm đúng mức độ đối với tầm quan trọng của sự gắn bó lâu dài của người lao động với doanh nghiệp. Đây cũng chính là hai vấn đề chính được đặt ra thảo luận trong bài nghiên cứu này.

- Vấn đề thứ nhất là doanh nghiệp chưa đảm bảo trọn vẹn quyền lợi của người lao động thông qua việc tuân thủ quy định pháp luật về lao động:

Theo khảo sát của Viện Công nhân và Công đoàn (2023, được trích dẫn bởi Linh et al., 2024), có đến 99,4% người lao động được ký kết hợp đồng và 81,9% được ký hợp đồng không xác định thời hạn trong quý IV/2023. Tuy nhiên, cũng theo khảo sát này cho thấy, việc giao kết hợp đồng lao động vẫn tồn tại nhiều tình trạng như: giao kết các điều khoản còn sơ sài, thiếu nhiều nội dung chẳng hạn như công việc phải làm, hình thức trả lương, các khoản phụ cấp, an toàn vệ sinh lao động, điều kiện làm việc...; vẫn còn tồn tại tình trạng doanh nghiệp ký kết hợp đồng lao động với người lao động nhưng lại né tránh các quy định ràng buộc, thay "hợp đồng lao động" bằng tên gọi khác, cố tình thực hiện không đúng các quy định về thời hạn hợp đồng, thỏa thuận hợp đồng… để trốn tránh các nghĩa vụ về bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, bảo hiểm thất nghiệp và các nghĩa vụ về an sinh khác đối với người lao động. Có thể thấy những sai phạm liệt kê trong báo cáo trên là những sai phạm rất cơ bản ảnh hưởng nghiêm trọng đến điều kiện làm việc và mức độ bảo đảm môi trường làm việc an toàn cho người lao động. Như vậy, cho dù tỷ lệ ký kết hợp đồng lao động cao đến như thế nào đi nữa thì cũng không phản ánh được thực tế là quyền lợi của người lao động vẫn chưa được đảm bảo. Điều đáng chú ý là những sai phạm lại xuất phát từ sự cố tình của doanh nghiệp, cho thấy việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nhằm mục đích thoả mãn các quy định về hình thức, thậm chí còn đối phó với các đợt kiểm tra, thanh tra của cơ quan quản lý, mà không phải là bản chất thực của trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nên thực hiện đối với người lao động.

Về quyền của công đoàn và thương lượng tập thể, cũng theo khảo sát trên, các doanh nghiệp đều đã ký thỏa ước lao động tập thể cho đến cuối năm 2023, nhưng chất lượng các bản thỏa ước lao động tập thể chưa cao, đa số vẫn còn sao chép các quy định của luật, rất ít bản thỏa ước lao động tập thể có các điều khoản có lợi hơn cho người lao động so với luật định; tỷ lệ người lao động trực tiếp được đối thoại không cao, việc phổ biến, tuyên truyền về kết quả của các buổi đối thoại còn hạn chế, đôi khi khiến người lao động lầm tưởng là chính sách chung do chủ doanh nghiệp ban hành (được trích dẫn bởi Nhi et al., 2024). Trong khi, đây lại là các quy định biểu trưng của quyền tự do của người lao động trong quan hệ lao động (căn cứ các Điều 63, 65, 66, 68, 75, 76, 79, 170, 171 Bộ luật lao động năm 2019, các Điều 1, 5, 6, 9, 10 Luật Công đoàn năm 2024), nhưng hầu như chỉ được thực hiện trên hình thức, có nhiều dấu hiệu và thực trạng vi phạm, giá trị thực tế đem lại cho người lao động không nhiều.

Ngoài ra, theo thống kê của Bảo hiểm xã hội Việt Nam ("10 kết quả nổi bật của ngành BHXH Việt Nam năm 2023", 2024) cho thấy, tính trên cả nước năm 2023 có khoảng 18,26 triệu người tham gia bảo hiểm (tương đương 39,25% lực lượng trong độ tuổi lao động). Tuy nhiên, rất nhiều vấn đề còn tồn tại như: nợ đọng, trốn đóng hoặc tìm cách tránh né trách nhiệm tham gia bảo hiểm xã hội cho người lao động. Từ đó, nhiều mâu thuẫn phát sinh mạnh mẽ trở thành tranh chấp lao động xoay quanh việc người lao động không được doanh nghiệp bảo đảm quyền lợi hợp pháp. Theo thông tin công bố bản án, quyết định của tòa án trên trang thông tin điện tử công bố bản án, quyết định của Tòa án nhân dân tối cao, có đến 1461 vụ án tranh chấp lao động phát sinh được giải quyết tại tòa án trong năm 2024, chưa bao gồm các mâu thuẫn hình thành giữa người lao động với doanh nghiệp mà chưa được thụ lý tại tòa án hoặc đã được thụ lý nhưng chưa giải quyết xong. Thống kê cho thấy các tranh chấp chủ yếu phát sinh từ sự mâu thuẫn trong xử lý kỷ luật, sa thải, đơn phương chấm dứt hợp đồng lao động, tranh chấp về bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế, bảo hiểm thất nghiệp, bảo hiểm tai nạn lao động, bệnh nghề nghiệp, quyền lợi về việc làm, tiền lương, bảo hiểm, tiền thưởng… Đáng chú ý rằng số vụ, việc tranh chấp về lao động tăng dần từ năm 2018 đến nay, theo đó, năm 2018 - công bố 790 bản án, quyết định giải quyết tranh chấp lao động, năm 2019 - 899 bản án, quyết định, năm 2020 - 670 bản án, quyết định, năm 2021 - 568 bản án, quyết định, năm 2022 - 833 bản án, quyết định, năm 2023 - 1240 bản án, quyết định và năm 2024 - 1461 bản án, quyết định (thông tin số liệu cập nhật đến ngày 31/01/2025).

Nguyên nhân dẫn đến việc tồn tại nhiều vi phạm về lao động của doanh nghiệp và nhiều tranh chấp giữa người lao động với doanh nghiệp là bởi một số lý do điển hình như sau:

Một là, hệ quả là sự tồn tại của quá nhiều văn bản luật, dưới luật, mặc dù hệ thống quy định pháp luật về lao động có sự cải thiện, dần dần cải thiện nhiều khoảng trống trước đó. Nội dung trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động được thể hiện qua nhiều quy định, trong nhiều văn bản khác nhau, do nhiều cơ quan quản lý hoạt động thực tiễn, phân tán rời rạc, chưa tập trung. Nghiên cứu của Tác giả Đào Mộng Điệp (2021) cũng thể hiện tình trạng còn nhiều văn bản luật không thực hiện được ngay sau ban hành mà phải có những văn bản hướng dẫn chi tiết (trang 19). Tình trạng này khiến doanh nghiệp khó cập nhật dẫn đến những khó khăn trong định hướng và hành động.

Hai là, pháp luật hiện nay chưa có quy định công bố bắt buộc về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nói chung và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động nói riêng. Xét rằng pháp luật vẫn xem đây là một sự tự nguyện của doanh nghiệp và không có chế tài cụ thể kèm theo. Những ràng buộc nổi bật của pháp luật hiện tại về báo cáo hoạt động của doanh nghiệp có thể kể đến như báo cáo thường niên theo Luật Chứng khoán năm 2019, Thông tư số 96/2020/TT-BTC ngày 16/11/2020 hướng dẫn công bố thông tin trên thị trường chứng khoán đối với các doanh nghiệp là công ty đại chúng, tổ chức phát hành trái phiếu, công ty chứng khoán, quản lý quỹ... và các báo cáo sử dụng lao động theo quy định của Bộ luật lao động năm 2019, Nghị định 145/2020/NĐ-CP và Nghị định 122/2020/NĐ-CP đối với khối doanh nghiệp còn lại không thuộc trường hợp điều chỉnh của Thông tư số 96/2020/TT-BTC. Đây được xem là các báo cáo có chứa đựng những thông tin gần nhất với trách nhiệm xã hội nói chung về môi trường, xã hội, quản trị của doanh nghiệp và trách nhiệm xã hội nói riêng về nhân sự, lao động của doanh nghiệp. Tuy vậy, xét về bản chất của báo cáo, đây là những báo cáo thể hiện "bức tranh" mà doanh nghiệp đã vẽ nên trong năm hoạt động, thể hiện những công việc đã đạt được và chưa đạt được; ngược lại, trách nhiệm xã hội là sự cam kết của doanh nghiệp đối với những hành động tương lai của mình về quản trị, môi trường, xã hội, cộng đồng, cổ đông, người lao động và các bên liên quan khác, là cam kết hoạt động một cách có đạo đức và cống hiến cho sự phát triển kinh tế bền vững (nghiên cứu của Kitzmueller & Shimshack, 2012, được trích dẫn

bởi Hà & Trang, 2022). Cho nên công bố về trách nhiệm xã hội được đặt ra ở đây nên là một lời cam kết, khẳng định, kim chỉ nam cho định hướng hành động tương lai của doanh nghiệp, chứ không phải ghi lại những việc đã xảy ra như cách hiểu một báo cáo thông thường.

Như vậy, báo cáo hoạt động của doanh nghiệp nên được xem là kết quả của công bố trách nhiệm xã hội, là hành động cho lời cam kết đã đưa ra trước đó. Chính vì thế, không nên có sự đồng hóa những báo cáo hoạt động đã có trong quy định pháp luật hiện hành với công bố riêng biệt về trách nhiệm xã hội. Việc chưa đưa trách nhiệm xã hội vào một quy chuẩn bắt buộc thông qua công bố bắt buộc là một sự thiếu sót lớn của pháp luật hiện hành khiến cho việc thực thi trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nói chung và đối với người lao động nói riêng chưa thực sự nghiêm túc, hiệu quả và mạnh mẽ, cũng đồng thời khiến cho doanh nghiệp không thực sự nhận thức đúng tầm quan trọng của trách nhiệm này trong xu hướng phát triển trong tương lai. Trong khi đó với bối cảnh hiện tại, Việt Nam đang từng bước xây dựng và hướng đến phát triển bền vững, thì việc hình thành thói quen thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp - một lực lượng nòng cốt của nền kinh tế là một mục tiêu không thể bỏ qua.

Ba là, công tác truyền thông chưa được chú trọng triển khai liên tục, mạnh mẽ và rộng rãi là một trong những nguyên nhân chính khiến nhận thức, ý thức và sự thực thi trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp chưa đạt được hiệu quả như mong đợi. Khi thông tin về trách nhiệm xã hội không được truyền tải rõ ràng và hiệu quả, thiếu hụt các chiến dịch truyền thông bài bản và liên tục, khiến cả doanh nghiệp và người lao động chưa nhận thức đầy đủ về tầm quan trọng của trách nhiệm xã hội, dẫn đến việc thực thi chỉ dừng lại ở mức độ đối phó hoặc nặng về hình thức, thay vì trở thành một phần không thể thiếu trong văn hóa hoạt động của doanh nghiệp.

Bốn là, xuất phát từ nguyên nhân chủ quan đến từ vị trí nhà quản lý doanh nghiệp, sự hạn chế trong năng lực quản lý là một trong những lý do dẫn đến việc doanh nghiệp không có hoặc thiếu nhận thức đầy đủ và nghiêm túc về trách nhiệm xã hội, từ đó chưa có định hướng đúng đắn cho việc đưa trách nhiệm xã hội vào văn hóa hoạt động của doanh nghiệp một cách chính thức, mà chỉ xem trách nhiệm xã hội như một "gánh nặng". Năng lực quản lý của lãnh đạo doanh nghiệp còn hạn chế là một nguyên nhân chính khiến việc nhận thức và thực thi trách nhiệm xã hội chưa đạt được hiệu quả nổi bật bởi đây là đối tượng đưa ra quyết định hành động, khiến doanh nghiệp thiếu chiến lược dài hạn và cách tiếp cận bài bản trong việc lồng ghép các hoạt động này vào quy trình quản lý, văn hoá và hoạt động thường xuyên của doanh nghiệp, thiếu sự chủ động trong xây dựng môi trường làm việc gắn kết, bảo vệ quyền lợi của người lao động, thụ động trong việc cập nhật chính sách, thực trạng và xu hướng của trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp nói chung.

Năm là, việc chưa chú trọng đầy đủ vào công tác đào tạo và nâng cao nhận thức của người lao động về trách nhiệm xã hội nói chung cũng là một nguyên nhân khiến cho việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp gặp khó khăn. Mặc dù xác định đây là trách nhiệm của doanh nghiệp đối với người lao động, nhưng sự hỗ trợ của chính người lao động trong hoạt động này lại là một mắt xích mà doanh nghiệp không thể không xây dựng. Hệ quả của sự thiếu hụt công tác đào tạo là người lao động thường không hiểu rõ vai trò của mình trong các chuỗi hoạt động của doanh nghiệp, hạn chế nhận biết và thực thi các tiêu chuẩn về an toàn lao động, bảo vệ quyền lợi lao động và cải thiện môi trường làm việc, dẫn đến thiếu sự tham gia tích cực và chủ động trong hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, từ đó, doanh nghiệp cũng rơi vào tình trạng không khai thác được nguồn lực nội bộ hiệu quả.

- Vấn đề thứ hai là doanh nghiệp chưa quan tâm đúng mức độ đối với tầm quan trọng của sự gắn bó lâu dài của người lao động với doanh nghiệp:

Thực trạng về tỷ lệ tranh chấp lao động phát sinh gia tăng như viện dẫn trên có tỷ lệ nghịch với quan hệ bền vững và lâu dài giữa người lao động đối với doanh nghiệp. Ngoại trừ các phán quyết bắt buộc người sử dụng lao động (doanh nghiệp) phải nhận người lao động trở lại làm việc, thì hầu hết người lao động đều thôi việc tại doanh nghiệp mà mình đã phát sinh tranh chấp, tức là quan hệ lao động chấm dứt, không phụ thuộc vào mức độ lâu dài và bền vững của quan hệ lao động trước khi phát sinh tranh chấp. Những trường hợp người sử dụng lao động buộc phải nhận người lao động trở lại làm việc theo phán quyết của tòa án thường được thực hiện trong tâm thế có sự ràng buộc, mà rất khó để bản thân người lao động trở lại làm việc sau mâu thuẫn, tranh chấp đã xảy ra với một tâm thế nhiệt huyết, hết mình với công việc, với doanh nghiệp, với mối quan hệ lao động đã bị lung lay. Trong khi số đông tranh chấp lao động phát sinh xuất phát từ sự không thoả mãn trong chính sách, hành động của doanh nghiệp đối với người lao động. Câu hỏi đặt ra rằng tại sao phải xác định tầm quan trọng của sự gắn bó lâu dài của người lao động với doanh nghiệp trong bối cảnh thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp và điều này ảnh hưởng gì đến việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp? Đó là bởi, xét ở góc độ người liên quan, người lao động là bên liên quan chính trong chuỗi giá trị của bất kỳ tổ chức nào đóng góp trực tiếp vào thành công của tổ chức (Hương, 2017). Đây là nhóm liên quan sơ cấp có tầm ảnh hưởng sống còn tới sự tồn tại của doanh nghiệp (nghiên cứu bởi Clarkson, 1995, được trích dẫn bởi Hà & Trang, 2022, trang 24), kiểm soát nguồn tài nguyên trọng yếu mà doanh nghiệp cần phải có để duy trì sự tồn tại của doanh nghiệp (nghiên cứu bởi Pfeffer & Salancik, 1978, được trích dẫn bởi Hà & Trang, 2022, trang 24).

Việc người lao động gắn bó lâu dài với doanh nghiệp đem lại cho doanh nghiệp một nguồn nhân lực mạnh để xây dựng nguồn lực nội tại vững vàng, nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Sự thay đổi chớp nhoáng và liên tục của bộ phận người lao động, tức là tính bền vững của quan hệ lao động không có, sẽ không có lợi cho doanh nghiệp về nguồn lực, tài chính và thời gian đào tạo mà doanh nghiệp đã đầu tư. Bên cạnh đó, mặc dù "người lao động (bên liên quan) là lực lượng quan trọng của xã hội nhưng quyền lợi có thể không đồng nhất với những mong đợi của xã hội, các bên liên quan có những quyền lợi cụ thể đối với tổ chức có thể phân biệt với những mong đợi của xã hội về hành vi trách nhiệm xã hội liên quan đến bất kỳ vấn đề nào" (TCVN ISO 26000: 2013, trang 31). Vì vậy, việc đảm bảo quy định pháp luật về lao động không phải là tất cả khía cạnh trong phạm trù lao động để một doanh nghiệp thể hiện được trọn vẹn tinh thần trách nhiệm xã hội của mình đối với người lao động, bởi không chỉ có sự kỳ vọng của bên liên quan là người lao động, mà còn có sự kỳ vọng từ xã hội đối với doanh nghiệp trong mối quan hệ này, có thể vượt ra ngoài những gì mà doanh nghiệp đã thể hiện trong phạm vi tuân thủ quy định pháp luật lao động. Trong khi, thực tế doanh nghiệp dường như vẫn chưa đặt yếu tố này trở thành mối quan tâm của doanh nghiệp. Sự hạn chế này xuất phát từ cả nguyên nhân chủ quan lẫn khách quan khác nhau, cụ thể:

Một là, pháp luật Việt Nam hiện nay chưa xác định một định nghĩa cụ thể và rõ ràng về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nói chung và phạm vi trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động. Điều này khiến doanh nghiệp gặp khó khăn, gặp nhiều lúng túng trong việc triển khai các hoạt động trách nhiệm xã hội đối với người lao động, dẫn đến việc thực hiện không nhất quán và thiếu hiệu quả. Quy định pháp luật hiện hành mặc dù có đề cập thuật ngữ "trách nhiệm xã hội" tại Luật Doanh nghiệp năm 2020 (Điều 109), nhưng không có giải thích cụ thể nào về nội hàm của thuật ngữ (Linh, 2024). Trách nhiệm xã hội đối với người lao động tương ứng với yếu tố "thực hành lao động" là một trong 7 yếu tố cốt lõi của trách nhiệm xã hội của tổ chức theo ISO 26000, "thực

hành lao động của tổ chức bao trùm tất cả chính sách và thực tiễn liên quan đến công việc trong phạm vi tổ chức do tổ chức hay đại diện của tổ chức thực hiện, bao gồm cả công việc thầu phụ; thực hành lao động vượt ra ngoài mối quan hệ của tổ chức với người lao động trực tiếp của mình hoặc các trách nhiệm mà tổ chức có tại nơi làm việc do tổ chức sở hữu hoặc kiểm soát trực tiếp" (TCVN ISO 26000: 2013, trang 56), trong khi doanh nghiệp chỉ mới dừng ở nghĩa vụ tuân thủ quy định pháp luật trong quan hệ lao động với người lao động, thậm chí còn chưa hoàn thành hết các nghĩa vụ.

Hai là, doanh nghiệp chưa thực sự nhận thức được tầm quan trọng của sự gắn bó lâu dài của người lao động với doanh nghiệp, còn thiếu định hướng và sự chủ động trong việc xây dựng môi trường làm việc lâu dài thúc đẩy sự bền vững của quan hệ lao động, duy trì sự gắn bó của người lao động với doanh nghiệp. Sự thiếu sót này thể hiện ở chỗ doanh nghiệp không đầu tư đầy đủ vào các chương trình hỗ trợ, phúc lợi, an sinh xã hội hay những chính sách đào tạo chuyên môn, phát triển nghề nghiệp dài hạn cho người lao động. Việc không tập trung xây dựng môi trường làm việc tích cực, thân thiện và hỗ trợ sự phát triển cá nhân của người lao động làm giảm đi khả năng thỏa mãn về việc làm và động lực làm việc của người lao động. Kết quả không chỉ là ngày càng nhiều mâu thuẫn, tranh chấp phát sinh, mà còn là sự chán nản, thiếu động lực phát sinh trong một bộ phận người lao động, từ đó khiến sự gắn bó lâu dài giữa người lao động và doanh nghiệp bị suy giảm đáng kể, gây ảnh hưởng tiêu cực đến sự ổn định và hiệu quả trong quan hệ lao động và trong hoạt động nội bộ của doanh nghiệp.

4. Kết luận

Trước tình hình những hạn chế trong thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động như đã phân tích ở trên, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm khắc phục như sau:

- Thứ nhất, pháp luật cần thống nhất một định nghĩa phổ quát cho trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nói chung và xác định phạm vi cụ thể cho trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động. Phạm vi trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đối với người lao động nên bao gồm không chỉ nghĩa vụ pháp lý về quyền lợi của người lao động mà còn phải mở rộng sang các yếu tố môi trường làm việc, sức khỏe tinh thần, an sinh xã hội và sự phát triển cá nhân người lao động, mức độ gắn bó lâu dài của người lao động với doanh nghiệp. Việc này giúp doanh nghiệp xác định rõ phạm vi và nội dung của trách nhiệm, từ đó lập kế hoạch rõ ràng để xác định các chính sách phù hợp, triển khai có hiệu quả hơn và cũng từ đó phát huy tối đa sức mạnh tiềm năng của nguồn lực nội bộ trong doanh nghiệp.

- Thứ hai, cần thiết lập quy định công bố bắt buộc về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nói chung và đối với người lao động nói riêng và áp dụng chế tài đối với doanh nghiệp vi phạm. Việc này có thể bao gồm hạn chế sự tham gia của các doanh nghiệp vi phạm vào chuỗi giá trị kinh tế hoặc các ưu đãi kinh tế, thuế. Quy định này không chỉ giúp tăng cường tính minh bạch mà còn thúc đẩy doanh nghiệp nghiêm túc hơn trong việc thực hiện trách nhiệm xã hội. Việc áp dụng chế tài bắt buộc đối với việc công bố trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp nên được xem là một trong những phương thức hiệu quả để đưa trách nhiệm xã hội dần trở thành thói quen và văn hóa hoạt động của doanh nghiệp.

- Thứ ba, cần tăng cường công tác tuyên truyền và truyền thông về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Điều này nhằm nâng cao nhận thức của cộng đồng doanh nghiệp, của người lao động và của xã hội về tầm quan trọng của trách nhiệm xã hội trong hành trình phát triển bền vững. Các chiến dịch truyền thông có thể được triển khai thông qua nhiều kênh khác nhau để tiếp cận rộng rãi đối tượng,

giúp thay đổi tư duy và hành động của doanh nghiệp và của người lao động đối với trách nhiệm xã hội.

- Thứ tư, cần tăng cường công tác tư vấn chuyên môn cho doanh nghiệp trong việc triển khai trách nhiệm xã hội một cách thiết thực, hiệu quả. Các cơ quan chức năng hoặc tổ chức chuyên môn cần cung cấp nhiều dịch vụ tư vấn, hướng dẫn doanh nghiệp cách thức thực hiện trách nhiệm xã hội nói chung, cách thức triển khai trách nhiệm xã hội đối với người lao động trong phạm vi hoạt động của doanh nghiệp một cách hiệu quả và phù hợp với quy định pháp luật cũng như các tiêu chuẩn quốc tế, việc này cũng bao gồm công tác cập nhật cho doanh nghiệp các chính sách, quy định mới về trách nhiệm xã hội.

- Thứ năm, cần tăng cường và mở rộng đào tạo chuyên sâu về trách nhiệm xã hội cho cấp lãnh đạo doanh nghiệp. Đây là nhóm đối tượng quyết định đến chiến lược và định hướng hoạt động của doanh nghiệp. Vì vậy, việc đào tạo chuyên sâu về trách nhiệm xã hội cho lãnh đạo sẽ giúp họ hiểu rõ hơn về tầm quan trọng của trách nhiệm xã hội, từ đó tích cực triển khai các chính sách trách nhiệm xã hội trong thực tiễn hoạt động doanh nghiệp.

- Thứ sáu, nội bộ doanh nghiệp cần chủ động tăng cường phổ biến, cập nhật và đào tạo trách nhiệm xã hội cho người lao động, thiết lập quỹ đào tạo của doanh nghiệp phục vụ cho công tác hỗ trợ người lao động nâng cao kiến thức, nhận thức tư tưởng về trách nhiệm xã hội cũng như các yếu tố khác trong hành trình phát triển bền vững, tổ chức các cuộc thi nội bộ doanh nghiệp về trách nhiệm xã hội nói chung và đối với người lao động nói riêng để thúc đẩy khả năng tìm hiểu chuyên sâu một cách chủ động về trách nhiệm xã hội của nguồn nhân lực trong doanh nghiệp. Việc này giúp người lao động nhận thức rõ hơn về quyền lợi và trách nhiệm của mình, chủ động thay đổi tư duy mới, đồng thời tạo ra một môi trường làm việc mà trong đó tất cả các thành viên đều tham gia và ủng hộ các hoạt động trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Điều này không chỉ nâng cao hiệu quả thực hiện trách nhiệm xã hội mà còn góp phần xây dựng văn hóa doanh nghiệp bền vững, giúp doanh nghiệp khai thác tối ưu hóa nguồn nhân lực của mình, góp phần nâng cao lợi thế cạnh tranh trên thị trường.

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu ngày càng chú trọng đến trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp, việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp đặt ra đối với người lao động trở thành một yếu tố cốt lõi để xây dựng sự phát triển vững mạnh và nâng cao giá trị, lợi thế của doanh nghiệp. Tuy nhiên, những hạn chế trong nhận thức, quản lý và triển khai trách nhiệm xã hội đối với người lao động đã đặt ra nhiều thách thức đối với doanh nghiệp. Để khắc phục tình trạng này, cần có sự kết hợp đồng bộ nhiều giải pháp khác nhau, giữa việc hoàn thiện khung pháp lý đầy đủ, các chính sách về an sinh xã hội có liên quan, nâng cao trách nhiệm xã hội lên mức độ ràng buộc bằng các biện pháp chế tài cụ thể, phù hợp; đồng thời với việc tăng cường đào tạo, nâng cao nhận thức và đẩy mạnh truyền thông về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp. Chỉ khi doanh nghiệp thực sự thống hiểu và áp dụng đúng đắn việc thực hành trách nhiệm xã hội, gạt bỏ tư duy trách nhiệm xã hội là gánh nặng thì mối quan hệ giữa doanh nghiệp và người lao động mới có thể phát triển một cách bền vững, từ đó góp phần tạo nên một môi trường làm việc lành mạnh và phát huy được các nguồn lực nội tại trong doanh nghiệp thực sự có hiệu quả trong thực tiễn hoạt động sản xuất - kinh doanh hiện nay./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quốc hội (2006, 2014). *Luật Bảo hiểm y tế 2006, Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật bảo hiểm y tế 2014.*
2. Quốc hội (2012). *Luật Công đoàn.*

3. Quốc hội (2014). *Luật Bảo hiểm xã hội.*
4. Quốc hội (2015). *Luật An toàn vệ sinh lao động.*
5. Quốc hội (2019). *Bộ luật lao động.*
6. Quốc hội (2019). *Luật Chứng khoán.*
7. Quốc hội (2020). *Luật Doanh nghiệp.*
8. Chính phủ (2020). *Nghị định 122/2020/NĐ-CP ngày 15/10/2020 quy định về phối hợp, liên thông thủ tục đăng ký thành lập doanh nghiệp, chi nhánh, văn phòng đại diện, khai trình việc sử dụng lao động, cấp mã số đơn vị tham gia bảo hiểm xã hội, đăng ký sử dụng hoá đơn của doanh nghiệp.*
9. Chính phủ (2020). *Nghị định số 145/2020/NĐ-CP ngày 14/12/2020 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Bộ luật lao động về điều kiện lao động và quan hệ lao động.*
10. Chính phủ (2020). *Nghị định 122/2020/NĐ-CP ngày 15/10/2020 quy định về phối hợp, liên thông thủ tục đăng ký thành lập doanh nghiệp, chi nhánh, văn phòng đại diện, khai trình việc sử dụng lao động, cấp mã số đơn vị tham gia bảo hiểm xã hội, đăng ký sử dụng hoá đơn của doanh nghiệp.*
11. Chính phủ (2020). *Nghị định số 145/2020/NĐ-CP ngày 14/12/2020 quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Bộ luật lao động về điều kiện lao động và quan hệ lao động.*
12. Bộ Tài chính (2015). *Thông tư 155/2015/TT-BTC ngày 06/10/2015 hướng dẫn công bố thông tin trên thị trường chứng khoán.*
13. Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management,* Vol.17, No.1, 99-120.
14. Bộ Khoa học và Công nghệ (2010, 2013). *TCVN ISO 26000:2013 (ISO 26000:2010).*
15. Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons,* 39-48. DOI: 10.1016/0007-6813(91)90005-G.
16. Điệp, Đ. M. (2021). Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong bảo vệ quyền lợi người lao động. *Tạp chí Pháp luật và thực tiễn, Số 47/2021,* 14-25.
17. Freeman, R. E. & Mcvea, J. F. (2001). A Stakeholder Approach to Strategic Management. *SSRN Electronic Journal.* DOI:10.2139/ssrn.263511.
18. Friend, C. (2004). Social Contract Theory. *The Internet Encyclpedia of Philosophy, ISSN 2161-0002.* Truy xuất từ https://iep.utm.edu/soc-cont/
19. Hà, N. V. & Trang, V. T. (2022). Mối quan hệ giữa trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, sự hài lòng công việc và ý định nghỉ việc của người lao động tại các ngân hàng thương mại trên địa bàn Hà Nội. *Tạp chí Khoa học & Đào tạo Ngân hàng, Số 247 – Tháng 12.2022 – ISSN 1859 – 011X,* 22-33.
20. Hương, L. P. (2017). Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp – Tổng kết một số chủ đề và đề xuất hướng nghiên cứu. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, Tập 50, Phần D (2017),* 19-33.
21. Linh, Đ. T. D. (2024). Corporate Social Responsibility (CSR) Law in the context of Innovation in Vietnam [Poster]. *Tokyo, Nhật Bản: Kỷ yếu Hội thảo quốc tế VANJ 2024 Innovations Driving A Resilient Society, PD38.* Truy xuất từ https://conf.vanj.jp/2024/poster-presentation/

22. Linh, N. P., Tùng, N. T., Trang, L. T. H., Cường, N. D. T., Duy, L. N., Huệ, T. T., Thảo, Đ. P., Phượng, P. T. K., & Hà, L. T. (2024). *Tình hình việc làm của người lao động trong bối cảnh hiện nay.* Truy xuất từ https://laodongcongdoan.vn/bai-1-tinh-hinh-viec-lam-cua-nguoi-lao-dong-trong-boi-canh-hien-nay-104956.html
23. Ngà, V. T. B. (2021). Trách nhiệm xã hội doanh nghiệp: Khái niệm và các phương diện. *Tạp chí Nghiên cứu chính sách và Quản lý, Tập 37, Số 2 (2021),* 9-20.
24. Thành N. M. & Tuấn N. T. (2023). Lý thuyết các bên liên quan: Ứng dụng trong nghiên cứu kế toán. *Tạp chí Nghiên cứu Tài chính kế toán, số 03 (236) – 2023,* 25-29.
25. Toà án nhân dân tối cao (n.d). Trang thông tin điện tử công bố bản án, quyết định của Toà án. Truy xuất từ https://congbobanan.toaan.gov.vn/0tat1cvn/ban-an-quyet-dinh
26. 10 kết quả nổi bật của ngành BHXH Việt Nam năm 2023. (2024). Truy xuất từ https://baohiemxahoi.gov.vn/tintuc/Pages/linh-vuc-bao-hiem-xa-hoi.aspx?CateID=0&ItemID=22330