

## MỤC LỤC

### KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

1. **Nguyễn Thị Hằng** - Tác động của đầu tư FDI từ Tập đoàn Samsung tới nền kinh tế tỉnh Thái Nguyên. **Mã số: 117.1TrEM.12** 2  
*The Impacts of FDI Investment from Samsung Group on Economic Development of Thai Nguyen Province*
2. **Vũ Thị Thu Hương** - Tác động của chất lượng thể chế cấp tỉnh đến năng suất của các doanh nghiệp Việt Nam. **Mã số 117.1GEMg.11** 10  
*The Impact of Provincial Institutional Quality on the Productivity of Vietnamese Enterprises*
3. **Nông Hữu Tùng, Mai Thị Huyền và Nông Hữu Dương** - Thực trạng sản xuất và xuất nhập khẩu Điều Việt Nam - Các giải pháp phát triển bền vững ngành Điều trong những năm tới. **Mã số: 117.1IBMg.12** 19  
*Situation of Cashew Production and Import-Export - Solutions for Sustainable Development of Cashew Industry in the Coming Years*

### QUẢN TRỊ KINH DOANH

4. **Nguyễn Trần Hưng** - Nghiên cứu mối quan hệ giữa sự hài lòng của khách hàng và các thành tố chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của các ngân hàng thương mại Việt Nam. **Mã số: 117.2BMkt.21** 27  
*A Study on the Relationship between Customer Satisfaction and Quality Components of E-banking Services of Vietnamese Commercial Banks.*
5. **Đàm Bích Hà** - Mô hình tổ chức hệ thống thông tin kế toán cho các doanh nghiệp thương mại trên địa bàn Hà Nội. **Mã số: 117.2BAcc.22** 39  
*Organizational Model of Accounting Information System for Commercial Enterprises in Hanoi*
6. **Phạm Đình Long và Nguyễn Thị Minh Châu** - Mối liên hệ giữa phong cách lãnh đạo chuyển dạng, sự hài lòng công việc và cam kết gắn bó của nhân viên tại các doanh nghiệp vận tải biển trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh. **Mã số: 117.2OMIs.21** 50  
*The Relationship Between Transformational Leadership Style, Job Satisfaction and Employee Commitment in Shipping Businesses in Hochiminh City.*
7. **Lưu Thị Minh Ngọc và Nguyễn Phương Mai** - Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định khởi nghiệp của sinh viên ngành quản trị kinh doanh trên địa bàn Hà Nội. **Mã số: 117.2BAdm.22** 60  
*Factors Affecting the Start-up Intention of Students Majoring Business Administration in Hanoi*

### Ý KIẾN TRAO ĐỔI

8. **Vũ Minh** - Về chương trình đào tạo theo hướng phát triển phẩm chất và năng lực người học, đáp ứng nhu cầu xã hội. **Mã số: 117.3OMIs.32** 69  
*On a Training Program Oriented towards Developing Learner Competence and Qualities, Meeting Social Demand*

# **ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC BÊN LIÊN QUAN ĐẾN THỰC HIỆN TRÁCH NHIỆM XÃ HỘI ĐỐI VỚI NGƯỜI LAO ĐỘNG CỦA CÁC DOANH NGHIỆP MAY VIỆT NAM**

**Đinh Thị Hương**  
Trường Đại học Thương mại  
Email: [dinhhuongtm@gmail.com](mailto:dinhhuongtm@gmail.com)  
**Nguyễn Thị Minh Nhân**  
Trường Đại học Thương mại  
Email: [minhnhandhtm248@gmail.com](mailto:minhnhandhtm248@gmail.com)

**Ngày nhận:** 13/03/2018      **Ngày nhận lại:** 24/04/2018      **Ngày duyệt đăng:** 03/05/2018

Nghiên cứu này nhằm mục tiêu phân tích ảnh hưởng của các bên liên quan đến việc thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động của các doanh nghiệp may Việt Nam. Số liệu được thu thập từ 18 doanh nghiệp may Việt Nam qua bảng câu hỏi được thiết kế sẵn. Trong bài báo này, các phương pháp nghiên cứu bao gồm thống kê mô tả, phân tích CFA, phân tích SEM và kiểm định Bootstrap. Kết quả nghiên cứu cho thấy, ảnh hưởng của các bên liên quan đến thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động của các doanh nghiệp may Việt Nam như: khách hàng, nhà cung ứng, người lao động và cộng đồng. Trong số đó, nhân tố khách hàng được đánh giá là nhân tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động của các doanh nghiệp may Việt Nam. Đồng thời nghiên cứu cũng gợi ý một số giải pháp quản trị cho các nhà quản lý doanh nghiệp may nâng cao hoạt động thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động.

**Từ khóa:** các bên liên quan, trách nhiệm xã hội, người lao động, doanh nghiệp may.

## **1. Đặt vấn đề**

Việt Nam đã, đang trên đà hội nhập ngày càng sâu rộng với nền kinh tế quốc tế. Nếu muốn tồn tại và phát triển các doanh nghiệp Việt Nam buộc phải tuân theo xu hướng toàn cầu đó là thực hiện trách nhiệm xã hội (TNXH) của doanh nghiệp (DN). Thúc đẩy các DN thực hiện tốt TNXH là một hướng đi quan trọng, phù hợp với mục tiêu chiến lược phát triển bền vững trong quá trình hội nhập (Thắng, 2013). Khi nói đến may mặc - ngành kinh tế chủ lực của Việt Nam cụ thể: sau hơn 20 năm phát triển kim ngạch xuất khẩu của ngành đã đóng góp 10% - 15% GDP/năm. Xét trên phương diện xuất nhập khẩu, đây là ngành có mức độ hội nhập lớn nhất vào kinh tế thế giới. Bản chất của các DN may mặc là thâm dụng lao động nên người lao động luôn được đặt ở vị trí đặc biệt quan trọng.

Tuy nhiên, lao động ngành dệt may đang phải làm việc trong điều kiện không được đảm bảo và môi trường làm việc độc hại như: bụi, tiếng ồn, thiếu ánh sáng, thường xuyên phải làm thêm giờ, mức lương thấp, đời sống tinh thần thiếu phong phú. Chính vì vậy việc thực hiện TNXH đối với NLD chính là một công cụ quan trọng để tăng năng suất, chất lượng công việc (Hương, 2015), tạo điều kiện làm việc tốt cho người lao động góp phần nâng cao giá trị gia tăng của DN thông qua danh tiếng xã hội, tạo động lực, duy trì lao động (Duyên, 2014), thu hút lao động giỏi cho các DN may mặc. Thực hiện TNXH đối với NLD tại các DN may Việt Nam đã trở thành một trào lưu, một xu hướng tác động mạnh mẽ đến hoạt động của các DN. Các DN may không phải tự nguyện thực hiện TNXH đối với NLD mà là yêu cầu của phía khách hàng để

giành được hợp đồng gia công lớn, sức ép của người lao động đối với thực hiện trách nhiệm về tiền lương, giờ làm việc, an toàn vệ sinh lao động và sức khỏe nghề nghiệp, hay sức ép của nhà cung ứng, cộng đồng, các tổ chức dân sự, chính phủ... Trong thực hiện TNXH đối với NLD các bên liên quan có ảnh hưởng đến việc thực thi của các DN may bao gồm: khách hàng, nhà cung ứng, NLD, cộng đồng... (Matten & Moon, 2005). Như vậy, để thực hiện TNXH đối với NLD tại các DN may Việt Nam đạt kết quả tốt cần xác định ảnh hưởng của các bên liên quan đến thực hiện TNXH đối với NLD, từ đó làm cơ sở cho các cơ quan quản lý, các tổ chức đoàn thể đưa ra những quy định cũng như gợi ý một số giải pháp cho các nhà quản lý doanh nghiệp may để thúc đẩy thực hiện TNXH đối với NLD một cách tốt hơn.

### 2. Cơ sở lý thuyết và giả thuyết nghiên cứu

#### 2.1. Khái niệm và thang đo nghiên cứu

##### (i) Khái niệm và thang đo thực hiện trách nhiệm xã hội đối với người lao động

Thuật ngữ TNXH được chính thức định hình lần đầu vào năm 1953, khi H.R. Bowen công bố cuốn sách của mình với nhan đề “Trách nhiệm của doanh nhân” nhằm mục đích tuyên truyền và kêu gọi doanh nhân không làm tổn hại đến các quyền và lợi ích của người khác, kêu gọi lòng từ thiện nhằm bồi hoàn những thiệt hại mà các DN gây ra cho xã hội. Doanh nghiệp với tư cách là một trong những chủ thể của nền kinh tế thị trường, họ đã sử dụng các nguồn lực của xã hội, khai thác các nguồn lực tự nhiên và trong quá trình đó gây ra những tổn hại đối với môi trường tự nhiên. Vì vậy, ngoài việc đóng thuế, DN còn có trách nhiệm xã hội đối với môi trường, cộng đồng, người lao động... (Carroll, 1991; Duane Windsor, 2006).

Thực hiện TNXH đối với NLD thể hiện ở những hoạt động của DN có ảnh hưởng đến nhân viên của họ (Bayoud & cộng sự, 2012). Nỗ lực tạo ra môi trường làm việc tốt nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống của NLD là một ví dụ điển hình hay các hoạt động như: cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe tại chỗ, thời gian làm việc linh hoạt, phòng tập thể dục tại nơi làm việc, các loại phép đặc biệt để chăm sóc người thân bị bệnh, cơ hội làm việc tại nhà, các cơ hội giáo dục và chương trình phát triển nghề nghiệp, các thiết bị an toàn lao động, đối xử công bằng, bình đẳng và tôn trọng nhân

viên (Hill và cộng sự, 2003; Maignan và Ferrell, 2004; Rettab và cộng sự, 2009).

Thang đo thực hiện TNXH đối với NLD được phát triển trên cơ sở thang đo của các tác giả đã nghiên cứu về thực hiện TNXH đối với NLD. Đặc biệt là kế thừa thang đo của Hoàng Thị Thanh Hương, (2015). Thang đo này gồm 5 biến quan sát và được mã hóa: tnxh1 - Thực hiện TNXH đối với NLD gắn với nhiệm vụ kinh doanh của DN; tnxh2 - Thực hiện TNXH đối với NLD đem lại lợi ích cụ thể cho DN; tnxh3 - DN thực hiện TNXH đối với NLD một cách tự nguyện; tnxh4 - DN có báo cáo về thực hiện TNXH đối với NLD hàng năm cho các bên liên quan nhất định; tnxh5 - DN có chiến lược và kế hoạch kinh doanh chủ động.

##### (ii) Khái niệm và các thang đo các bên liên quan

R.Edward Freeman (1984), lần đầu tiên đưa ra khái niệm về các bên liên quan trong cuốn sách “Strategic management: A Stakeholder Approach”. Theo tác giả các bên liên quan là “các cá nhân hoặc các nhóm có thể tác động hoặc bị tác động bởi việc hiện thực hóa sứ mệnh của một tổ chức”. Các bên liên quan còn được hiểu là “những người tham gia có một quyền hợp thức nào đó đối với doanh nghiệp” (Hill and Jone, 1992) hay những người hoặc các nhóm chịu sự rủi ro khi đầu tư bằng nhân lực hoặc bằng tài chính vào một Công ty (Clark, 1995). Như vậy, các bên liên quan có thể tác động một cách chính thức hoặc phi chính thức, mang tính cá nhân hoặc tập thể đến một tổ chức và từ đó có thể ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực đến tổ chức.

Carroll (1991) đã phát triển từ khái niệm 1979 của mình ra ma trận TNXH của các bên liên quan. Theo tác giả các DN, hay đúng hơn là các nhà quản lý trong quá trình hoạt động của mình phải chịu nhiều sức ép từ các bên liên quan trong đó có: khách hàng, NLD, nhà cung ứng, cộng đồng.

##### \* Khái niệm và thang đo khách hàng

Khách hàng khi mua và sử dụng bất kỳ một sản phẩm nào họ cần phải được đảm bảo về an toàn, được đầy đủ thông tin về sản phẩm và NLD tạo ra sản phẩm được bảo vệ các quyền và lợi ích trong quá trình làm việc. NLD cần được đối xử công bằng, phải được bảo vệ về mặt xã hội như bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế (Huong, 2015). Khách hàng dùng tiền để mua hàng hóa của công ty và nhận lại được những lợi ích của sản phẩm. Với

mức độ tái đầu tư các khoản thu nhập trong các công ty lớn, khách hàng gián tiếp trả tiền cho sự phát triển của các sản phẩm và dịch vụ mới. Peters và Waterman đã lập luận rằng gắn gũi với khách hàng dẫn đến thành công với các đối tượng hữu quan khác và là một đặc điểm phân biệt của một số công ty cũng đã thực hiện là sự nhấn mạnh của họ vào khách hàng. Bằng cách chú ý đến nhu cầu của khách hàng, quản lý sẽ tự động giải quyết các nhu cầu của các nhà cung cấp và chủ sở hữu.

Thang đo khách hàng được phát triển trên cơ sở thang đo của Liên Minh châu Âu, 2010, Nguyễn Thị Phương Mai, 2013. Thang đo này gồm 4 biến quan sát và được mã hóa: kh1 - KH yêu cầu không phân biệt đối xử tại nơi làm việc; kh2 - KH yêu cầu DN đóng BHXH cho NLD; kh3 - KH yêu cầu DN thực hiện các quy định của pháp luật trong sản xuất, kinh doanh; kh4 - KH yêu cầu DN không sử dụng lao động trẻ em và lao động cưỡng bức.

*\* Khái niệm và thang đo người lao động*

Lao động là chìa khóa của thành công, là tài sản quan trọng nhất của doanh nghiệp (Dave Ulrich, 2013). Người lao động luôn mong muốn DN thực hiện các vấn đề liên quan đến lương, điều kiện làm việc (thời gian làm việc, an toàn và sức khỏe, đào tạo, phúc lợi, nghỉ lễ, nghỉ phép...), chính sách khuyến khích về tuyển dụng, phát triển năng lực, kết thúc hợp đồng tuyển dụng, đối thoại để phát triển các chương trình kỹ năng đóng góp vào sự phát triển quan hệ lao động lành mạnh và nâng cao năng suất, hoặc để giảm thiểu các tác động tiêu cực của sự thay đổi trong DN. Đây là những người mà sinh kế của họ thường bị đe dọa, kỹ năng chuyên môn của họ thường không phù hợp với tất cả thị trường. Người lao động dùng sức của mình để đổi lại tiền lương, bảo hiểm, lợi ích và công việc có ý nghĩa. Để có được lòng trung thành của nhân viên công ty sẽ đáp ứng những nhu cầu của họ và giúp người lao động vượt qua những khó khăn. Hầu hết thời gian của người lao động là phải thực hiện theo hướng dẫn của người quản lý.

Thang đo NLD được phát triển trên cơ sở thang đo của Liên Minh châu Âu, 2010, Nguyễn Thị Phương Mai, 2013. Thang đo này gồm 5 biến quan sát và được mã hóa: nld1 - NLD yêu cầu DN đảm bảo điều kiện làm việc công bằng; nld2 - DN có chính sách giảm thiểu sự phân biệt đối xử giữa những NLD tại nơi làm việc; nld3 - NLD gây sức ép

để có chính sách phát triển năng lực và kỹ năng làm việc; nld4 - NLD phải được tham khảo ý kiến trong những vấn đề quan trọng có ảnh hưởng tới DN; nld5 - NLD yêu cầu chính sách về sức khỏe và an toàn lao động.

*\* Khái niệm và thang đo nhà cung ứng*

Nhà cung ứng luôn là “đối tác” có mối liên quan trực tiếp nhất đến doanh nghiệp bởi quan hệ khế ước (Clarkson, 1995). Nhà cung ứng có thể gây sức ép để có các thông tin cung cấp đầy đủ, chính xác, chính sách đảm bảo sự trung thực và công bằng trong các hợp đồng, yêu cầu thanh toán đúng hạn các khoản phải trả và DN có quy trình khiếu nại, giải quyết các tranh chấp liên quan. Nhà cung ứng là rất quan trọng cho sự thành công của DN bởi vì nguyên liệu sẽ xác định được chất lượng và giá cả của sản phẩm cuối cùng. Ngược lại DN cũng là khách hàng của nhà cung cấp nên cũng rất quan trọng đối với sự thành công của nhà cung cấp. Khi DN xem nhà cung cấp như là một thành viên quan trọng của mạng lưới các đối tượng hữu quan, thay vì chỉ đơn giản như một nguồn nguyên liệu, thì các nhà cung cấp sẽ đáp ứng cho DN một cách tốt nhất khi DN có nhu cầu.

Thang đo nhà cung ứng được phát triển trên cơ sở thang đo của Liên Minh châu Âu, 2010, Nguyễn Thị Phương Mai, 2013. Thang đo này gồm 5 biến quan sát và được mã hóa: ncu1 - Yêu cầu DN cam kết thanh toán đúng hạn các khoản phải trả; ncu2 - Yêu cầu DN có quy trình khiếu nại; ncu3 - Yêu cầu DN phối hợp để giải quyết các tranh chấp liên quan; ncu4 - Cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác về sản phẩm và nhãn hiệu; ncu5 - Gây sức ép để có chính sách đảm bảo trung thực và công bằng trong các hợp đồng.

*\* Khái niệm và thang đo cộng đồng*

DN không thể tác động cộng đồng nơi DN hoạt động (Anh, 2018). Cộng đồng mong muốn được tôn trọng, được thực hiện các hoạt động hỗ trợ, thiết lập các mối quan hệ minh bạch thông qua các dự án của cộng đồng mà DN thường xuyên tài trợ. Các hoạt động này có sự tham gia của NLD trong DN cũng như tạo cơ hội cho cộng đồng tham gia vào hoạt động tập thể của DN. Cộng đồng cung cấp cho DN cơ sở hạ tầng, nguồn tiêu thụ, nguyên liệu. Ngược lại DN phải đóng góp lại cho cộng đồng địa phương thông qua các khoản thuế và các khoản đóng góp cho kinh tế-xã hội của

công ty. DN không thể để cộng đồng đối diện với các mối nguy hiểm bất hợp lý như ô nhiễm hay chất độc hại. Nếu vì lý do nào đó công ty để xảy ra những trường hợp như vậy thì DN sẽ phải làm việc lãnh đạo địa phương để tìm biện pháp khắc phục. Nếu DN làm mất đi mối quan hệ với cộng đồng địa phương thì đó là lúc công ty ở trong cùng vị trí với công dân phạm tội, có thể là do công ty đã vi phạm những cam kết ngầm giữa DN và xã hội, hình phạt sẽ là mất đi lòng tin của công đồng và bị tẩy chay.

Thang đo cộng đồng được phát triển trên cơ sở thang đo của Liên minh Châu Âu, 2010, Nguyễn Thị Phương Mai, 2013. Thang đo này gồm 5 biến quan sát và được mã hóa: cd1 - Chính quyền địa phương có mối quan hệ thân thiết với DN, NLD để giải quyết các vấn đề phát sinh; cd2 - Các dự án của cộng đồng được DN thường xuyên tài trợ; cd3 - Hoạt động của cộng đồng có sự tham gia của NLD trong DN; cd4 - DN ưu tiên mua nguyên liệu, hàng hóa khác từ các DN địa phương; cd5- Tạo cơ hội cho cộng đồng tham gia vào hoạt động tập thể của DN.

### 2.2. Giả thuyết và mô hình nghiên cứu

Các nghiên cứu thực nghiệm của Murillo, Lazano, (2006); Perrini et al, (2010) phát hiện rằng các bên liên quan như người lao động, các đối tác như khách hàng, nhà cung ứng và cộng đồng ảnh hưởng cùng chiều đến mức độ thực hiện TNXH của DN. Trong đó áp lực từ người lao động, khách hàng và nhà cung ứng ảnh hưởng nhiều nhất đến thực hiện TNXH của doanh nghiệp (Saulquin, Schier, 2010; Gadenne et al, 2009) nói chung và thực hiện TNXH đối với NLD nói riêng. Ngoài ra Emma Sjöström, 2009; Katherina Glac, 2010, cho rằng các bên liên quan như cộng đồng địa phương, khách hàng, nhà cung cấp, nhà đầu

tu... cũng ảnh hưởng đến thực hiện TNXH nói chung và TNXH đối với người lao động nói riêng của DN. Do đó, các bên liên quan (khách hàng, nhà cung ứng, người lao động, cộng đồng) sẽ có những ảnh hưởng tích cực đến thực hiện TNXH đối với NLD của DN. Từ đó giả thuyết H1, H2, H3, H4 được đề xuất như sau:

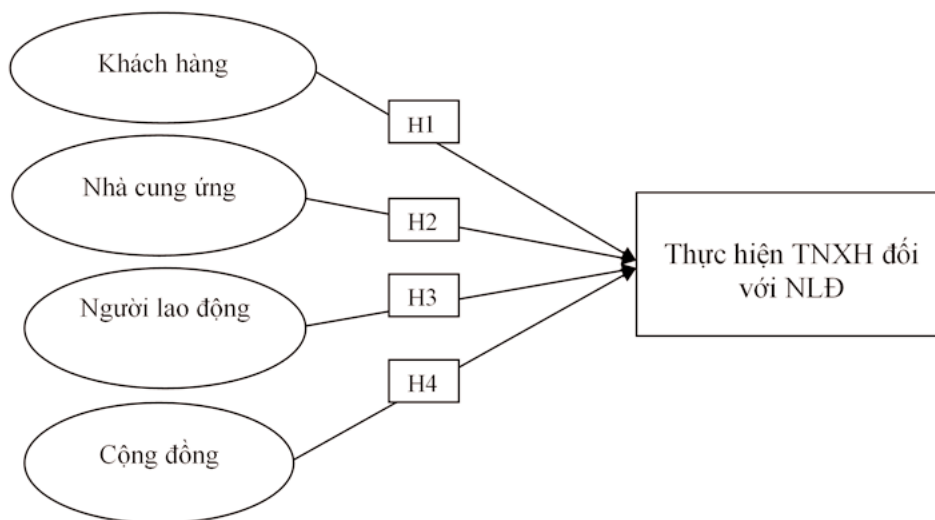
H1: Khách hàng có ảnh hưởng tích cực đến thực hiện TNXH đối với NLD của DN.

H2: Nhà cung ứng có ảnh hưởng tích cực đến thực hiện TNXH đối với NLD của DN.

H3: Người lao động có ảnh hưởng tích cực đến thực hiện TNXH đối với NLD của DN.

H4: Cộng đồng có ảnh hưởng tích cực đến thực hiện TNXH đối với NLD của DN.

Các giả thuyết trên sẽ được thể hiện trong mô hình nghiên cứu trong đó thực hiện TNXH đối với NLD là biến phụ thuộc, các biến còn lại là biến độc lập (Hình 1)



Nguồn: đề xuất của nhóm tác giả, (2018)

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

### 3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện thông qua 2 bước định tính và định lượng với 2 nhóm đối tượng khảo sát khác nhau. Đối tượng khảo sát cho nghiên cứu định tính là các chuyên gia, các nhà quản lý tại các doanh nghiệp may Việt Nam phụ trách bộ phận, chức năng liên quan đến TNXH đối với NLD. Đối tượng khảo sát của nghiên cứu định lượng là những NLD, đây là những người bị ảnh hưởng bởi

thực hiện TNXH tại các DN may Việt Nam nơi họ đang làm việc.

Từ cơ sở lý thuyết đã tổng hợp, các biến quan sát được xây dựng trên thang đo Likert 5 điểm (từ 1 = hoàn toàn không đồng ý đến 5 = hoàn toàn đồng ý) phản ánh 5 khái niệm nghiên cứu hoàn chỉnh. Nghiên cứu định tính thông qua phỏng vấn chuyên sâu 10 chuyên gia có am hiểu về TNXH nhằm bổ sung và điều chỉnh các biến quan sát trên cho dễ hiểu và phù hợp với bối cảnh tại các DN may Việt Nam. Kết quả nghiên cứu định tính giúp hình thành bảng câu hỏi định lượng gồm 24 biến quan sát phản ánh 4 biến độc lập về các bên liên quan của DN (khách hàng, nhà cung ứng, người lao động, cộng đồng) và 1 biến phụ thuộc thực hiện TNXH đối với NLD của các DN may Việt Nam.

Nghiên cứu định lượng tiến hành ngay sau đó với kích thước mẫu là 470 từ những NLD đang làm việc tại 18 DN may Việt Nam. Phương pháp chọn mẫu của tác giả là chọn mẫu ngẫu nhiên phi xác suất. Kích thước mẫu nghiên cứu được chia đều định mức cho mỗi DN may. Tiếp cận đối tượng điều tra theo 2 cách: (i) Gửi phiếu khảo sát đã thiết kế trên Google doc đến địa chỉ email của NLD tại các DN may; (ii) Gửi phiếu khảo sát trực tiếp đến NLD tại các DN may Việt Nam. Sau khi sàng lọc các phiếu trả lời, loại bỏ 18 phiếu không hợp lệ (do điền thiếu thông tin) còn lại 452 phiếu hợp lệ nhóm tác giả sử dụng để nhập và xử lý dữ liệu. Dữ liệu thu được tiến hành nhập vào file Excel, sau đó thực hiện phân tích dữ liệu bằng phần mềm SPSS và AMOS phiên bản 21. Cụ thể, phần mềm SPSS dùng để phân tích thống kê mô tả, phân tích độ tin cậy của thang đo Cronbachs Alpha, phần mềm AMOS dùng để phân tích nhân tố khẳng định CFA, phân tích cấu trúc tuyến tính SEM và kiểm định Bootstrap.

#### **4. Kết quả nghiên cứu**

##### **4.1. Một số đặc điểm của mẫu**

Tác giả tiến hành thu thập 452 phiếu điều tra từ 18 DN may Việt Nam. Qua điều tra cho thấy một số đặc điểm của mẫu nghiên cứu như sau:

Về loại hình doanh nghiệp phát phiếu điều tra, loại hình Công ty TNHH chiếm tỷ trọng cao nhất với 198 phiếu điều tra chiếm 43.81%, tiếp đến là số phiếu điều tra thu được là 141 phiếu với 31.19% là từ loại hình Công ty Cổ phần với 18,14%, sau đó là Tổng Công ty và DN tư nhân. Kết quả này cũng

phản ánh phần nào đặc thù của loại hình DN trong ngành này.

*Về quy mô doanh nghiệp:* Có thể dễ dàng thấy rằng trong mẫu điều tra từ doanh nghiệp quy mô vừa và quy mô nhỏ là chủ yếu chiếm 73.23% tiếp đến là doanh nghiệp quy mô lớn với 26.77%. Điều này khá phù hợp với thực trạng của các doanh nghiệp may chủ yếu là quy mô vừa và nhỏ.

*Về số năm thành lập qua điều tra từ các DN cho thấy:* các DN thành lập trên 10 năm chiếm phần lớn với 312 phiếu tương ứng 68,81%, tiếp đến là doanh nghiệp từ 5 đến 10 tuổi với tỷ lệ gần 23,89% phiếu, số phiếu điều tra từ doanh nghiệp dưới 5 năm là ít nhất với tỷ lệ chưa đến 7,30%. Kết quả này cũng phản ánh về số năm hoạt động kinh doanh của các DN may Việt Nam.

##### **4.2. Phân tích CFA**

Trong kiểm định thang đo, phương pháp CFA có nhiều ưu điểm hơn so với phương pháp truyền thống như phương pháp hệ số tương quan, phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA (Bagozzi & Foxall, 1996). Lý do là CFA cho phép chúng ta kiểm định cấu trúc lý thuyết của các thang đo lường như mối quan hệ giữa một khái niệm nghiên cứu với các khái niệm khác mà không bị chệch do sai số đo lường (Bảng 1).

Kết quả phân tích nhân tố khám phá (sau 2 lần chạy) cho thấy các biến quan sát nhóm thành 5 nhân tố (factor) được đặt tên lần lượt theo như bảng trên là: Nhân tố nhà cung ứng (gồm có các biến quan sát ncu5 ncu4 ncu1 ncu2 ncu3); Nhân tố cộng đồng (gồm có các biến quan sát cd2, cd3, cd5, cd1); Nhân tố thực hiện trách nhiệm xã hội đối với NLD của các doanh nghiệp may Việt Nam (gồm các biến quan sát, tnxh3, tnxh1 tnxh2 tnxh4); Nhân tố khách hàng (gồm các biến quan sát kh3, kh2, kh1, kh4) và nhân tố người lao động (gồm các biến quan sát nld4, nld5, nld3, nld1). Các biến quan sát: cd4, tnxh5, nld2 có trọng số < 0,5 không phù hợp nên loại ra khỏi mô hình.

##### **4.3. Kết quả phân tích CFA**

Phân tích CFA nhằm xem xét mô hình đo lường các khái niệm sử dụng trong nghiên cứu có đạt được yêu cầu không? Các thang đo có đạt được yêu cầu của một thang đo tốt không?

Kết quả CFA (mô hình tối hạn) của mô hình thang đo được trình bày trong hình 1. Mô hình này có 179 bậc tự do. Hình 1 cho thấy giá trị của các

**Bảng 1: Ma trận thành phần - Pattern Matrixa**

Ký hiệu	Các khái niệm chính	Nhân tố				
		1	2	3	4	5
ncu5	Gây sức ép để có chính sách đảm bảo trung thực và công bằng trong các hợp đồng	.777				
ncu4	Cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác về sản phẩm và nhãn hiệu	.708				
ncu1	Yêu cầu DN cam kết thanh toán đúng hạn các khoản phải trả	.649				
ncu2	Yêu cầu DN có quy trình khiếu nại	.648				
ncu3	Yêu cầu DN phối hợp để giải quyết các tranh chấp liên quan	.531				
cd2	Các dự án của cộng đồng được DN thường xuyên tài trợ		.910			
cd3	Hoạt động của cộng đồng có sự tham gia của NLD trong DN		.682			
cd5	Tạo cơ hội cho cộng đồng tham gia vào hoạt động tập thể của DN		.673			
cd1	Chính quyền địa phương có mối quan hệ thân thiết với DN, NLD để giải quyết các vấn đề phát sinh		.522			
tnxh3	DN thực hiện TNXH đối với NLD một cách tự nguyện			.731		
tnxh1	Thực hiện TNXH đối với NLD gắn với nhiệm vụ kinh doanh của DN			.651		
tnxh2	Thực hiện TNXH đối với NLD đem lại lợi ích cụ thể cho DN			.639		
tnxh4	DN có báo cáo về thực hiện TNXH đối với NLD hàng năm cho các bên liên quan nhất định			.628		
kh3	KH yêu cầu DN thực hiện các quy định của pháp luật trong sản xuất, kinh doanh				.771	
kh2	KH yêu cầu DN đóng BHXH cho NLD				.688	
kh1	KH yêu cầu không phân biệt đối xử tại nơi làm việc				.615	
kh4	KH yêu cầu DN không sử dụng lao động trẻ em và lao động cưỡng bức				.568	
nld4	NLD phải được tham khảo ý kiến trong những vấn đề quan trọng có ảnh hưởng tới DN					.815
nld5	NLD yêu cầu chính sách về sức khỏe và an toàn lao động					.783
nld3	NLD gây sức ép để có chính sách phát triển năng lực và kỹ năng làm việc					.586
nld1	NLD yêu cầu DN đảm bảo điều kiện làm việc công bằng					.565

Extraction Method: Principal Axis Factoring.

Rotation Method: Promax with Kaiser

Normalization.<sup>a</sup>

a. Rotation converged in 7 iterations.

*Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phân tích SPSS 21*

chỉ số Chi-bình phương = 442.820 với giá trị  $p=0.000$ . Các chỉ tiêu khác: Chi-bình phương/df = 2.447, GFI, TLI, CFI đều cao hơn 0,9 (Bentler & Bonett, 1980), RMSEA = 0,057 < 0,08 (Steiger, 1998), điều này có thể suy ra mô hình được xem là phù hợp với dữ liệu thị trường.

(i) *Đánh giá độ tin cậy của thang đo*

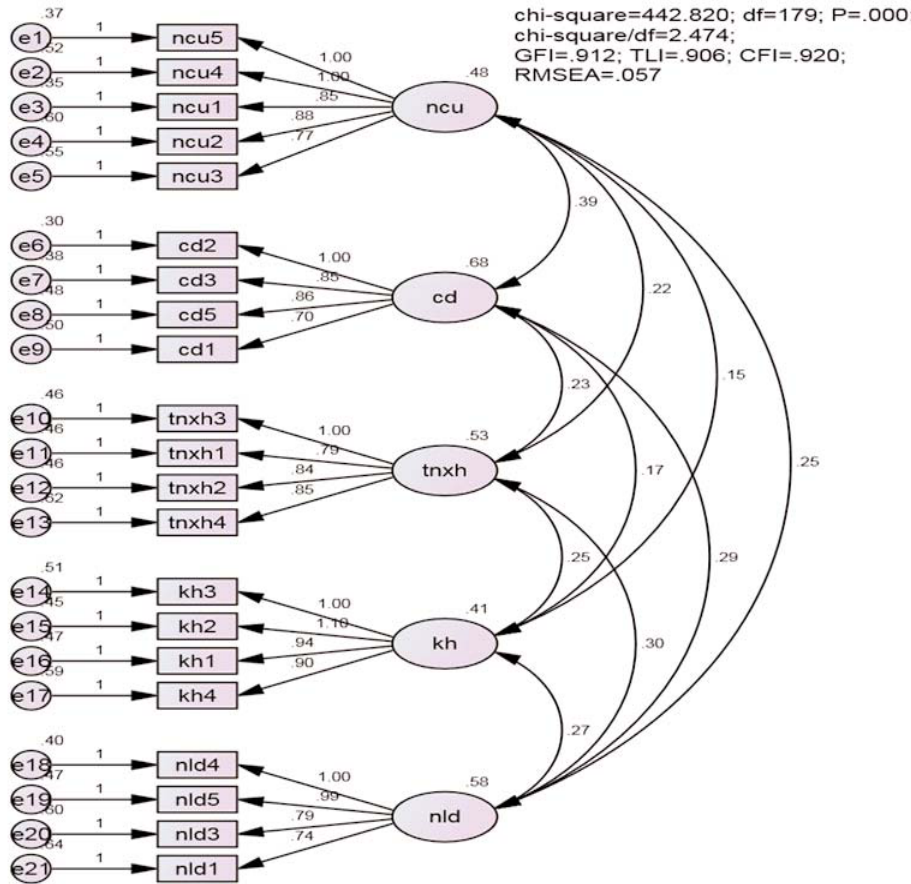
Việc đánh giá độ tin cậy của thang đo thông qua: Hệ số Cronbach alpha, tương quan biến - tổng thấp nhất và độ tin cậy tổng hợp (Bảng 2).

Hệ số Cronbach alpha của các khái niệm đều cao hơn 0,7 (Nunnally & Bernstein, 1994) và hệ số tương quan - biến tổng thấp nhất đều lớn hơn 0,3 chúng ta tất các các thang đo thành phần trong

mô hình đều đạt được độ tin cậy. Độ tin cậy tổng hợp (Pc) của các thang đo đều cao hơn 0,5 chúng ta tất các khái niệm nghiên cứu đều đạt yêu cầu về giá trị và độ tin cậy.

(ii) *Tính đơn hướng/đơn nguyên*

Phân tích CFA cho kết quả Chi-bình phương = 442.820 với giá trị  $p=0.000$ . Các chỉ tiêu khác: Chi-bình phương/df = 2.447, GFI, TLI, CFI đều cao hơn 0,9 (Bentler & Bonett, 1980), RMSEA = 0,057 < 0,08 (Steiger, 1998) mô hình được xem là phù hợp với dữ liệu thị trường -> Điều này cho chúng ta điều kiện cần và đủ để cho tập hợp biến quan sát đạt được tính đơn hướng (Steenkamp & Van Trijp, 1991).



Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phân tích SPSS và Amos 21

**Hình 2:** Kết quả phân tích nhân tố khẳng định CFA (chuẩn hóa)

**Bảng 2:** Tổng hợp kết quả đánh giá độ tin cậy của thang đo

Khái niệm	Số biến quan sát	Độ tin cậy			Giá trị
		Cronbach alpha	Tương quan biến - tổng thấp nhất	Tổng hợp	
Nhà cung ứng	5	0.802	0.515	0,806	Đạt yêu cầu
Cộng đồng	4	0.820	0.553	0,825	
Thực hiện trách nhiệm xã hội	4	0.762	0.524	0,740	
Khách hàng	4	0.756	0.501	0,755	
Người lao động	4	0.763	0.475	0,773	

Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phân tích SPSS và Amos 21

(iii) Giá trị hội tụ

Đối với các trọng số (đã chuẩn hóa) đều > 0.5 chúng tỏ thang đo các khái niệm đều đạt được giá trị hội tụ (nếu trường hợp có biến quan sát

nào có trọng số < 0.5 thì cần phải lần lượt loại ra nhưng mô hình này thì không có)

(iv) Giá trị phân biệt

Hệ số tương quan giữa các khái niệm nghiên cứu trong mô hình đều dương và < 1 và khác biệt so với 1 (dựa vào bảng trên) giá trị P-value đều rất bé và < 0,05 cho nên hệ số tương quan của từng cặp khái niệm khác biệt so với 1 ở độ tin cậy 95%. Do đó các khái niệm nghiên cứu trong mô hình này đều đã đạt được giá trị phân biệt.

**4.4. Kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu**

Kết quả phân tích mô hình SEM cho thấy cả 4 nhân tố trong mô hình đều có tác động đến thực hiện TNXH đối với NLD của các DN may Việt Nam gồm có nhà cung ứng, cộng đồng, khách hàng và người lao động, các yếu tố này đều có ý nghĩa thống kê ở độ tin cậy 95% (giá trị P-value đều thấp hơn 0,05). Các trọng số hồi quy của bảng trên đều mang dấu dương cho thấy các khái niệm nhà cung ứng, cộng đồng, khách hàng và người lao động đều ảnh hưởng cùng chiều với thực hiện TNXH đối với NLD của các doanh nghiệp may Việt Nam.



**Bảng 3:** Trọng số hồi quy: Regression Weights

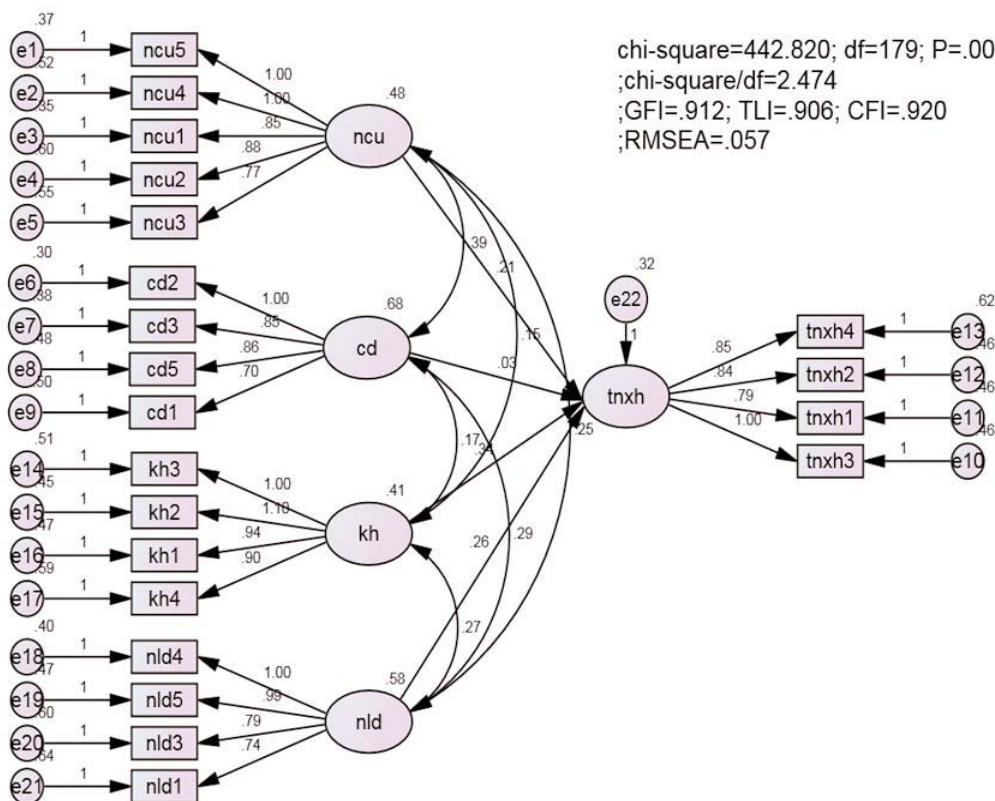
	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
tnxh <--- ncu	.211	.087	2.414	.016	
tnxh <--- cd	.025	.072	.352	.048	
tnxh <--- kh	.339	.084	4.053	***	
tnxh <--- nld	.257	.074	3.447	***	

Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phân tích SPSS và Amos 21

**Bảng 4:** Trọng số hồi quy chuẩn: Ước lượng chuẩn hóa

	Estimate
tnxh <--- ncu	.201
tnxh <--- cd	.028
tnxh <--- kh	.297
tnxh <--- nld	.268

Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phân tích SPSS và Amos 21



Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phân tích SPSS và Amos 21

**Hình 3:** Kết quả phân tích mô hình cấu trúc tuyến tính SEM (chuẩn hóa)

Các trọng số hồi quy chuẩn hóa đều dương, cho nên các khái niệm nhà cung ứng, cộng đồng, khách hàng và người lao động đều ảnh hưởng cùng chiều với thực hiện TNXH đối với NLD của các doanh nghiệp may Việt Nam.

Trong số 4 nhân tố thì nhân tố khách hàng có ảnh hưởng mạnh nhất với giá trị của trọng số chuẩn hóa là 0,294, tiếp đến là nhân tố người lao động với trọng số là 0,268 sau đó là nhân tố nhà cung ứng với trọng số 0,195 và cuối cùng nhân tố cộng đồng tác động yếu nhất với trọng số chuẩn hóa chỉ là 0,028 (xem hình 2 phía dưới).

Bên cạnh đó 4 nhân tố này đã giải thích được 60,57% biến thiên của biến phụ thuộc thực hiện TNXH đối với NLD của các DN may Việt Nam.

**Kiểm định các giả thuyết**

Giả thuyết	Kết quả
H1: Nhà cung ứng có tác động tích cực đến thực hiện TNXH đối với NLD của các DN may Việt Nam	Chấp nhận
H2: Cộng đồng có tác động tích cực đến thực hiện TNXH đối với NLD của các DN may Việt Nam	Chấp nhận
H3: Khách hàng có tác động tích cực đến thực hiện TNXH đối với NLD của các DN may Việt Nam	Chấp nhận
H4: Người lao động có tác động tích cực đến thực hiện TNXH đối với NLD của các DN may Việt Nam	Chấp nhận

Như vậy cả 4 giả thuyết đặt ra ban đầu đều được chấp nhận, các nhân tố đều tác động cùng chiều đến việc thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

Phương trình hồi quy tuyến tính biểu diễn mối quan hệ giữa các biến trong mô hình ảnh hưởng của các bên liên quan đến thực hiện TNXH đối với NLD của các DN may Việt Nam được thể hiện qua phương trình sau:

$$tnxh = 0,211.ncu + 0,025.cd + 0,339.kh + 0,257.nld$$

**4.5. Kiểm định mô hình bằng phân tích Bootstrap**

thể nói là độ chệch là rất nhỏ và ổn định cho phép kết luận rằng các ước lượng trong mô hình SEM có thể tin cậy được.

**5. Kết luận và gợi ý giải pháp**

Kết quả phân tích mô hình SEM về trọng số hồi quy thấy được 4 nhân tố trong mô hình đều có tác động đến thực hiện TNXH đối với NLD của các DN may Việt Nam gồm có khách hàng, nhà cung ứng, người lao động và cộng đồng. Trong đó, yếu tố khách hàng có tác động mạnh nhất, sau đó là người lao động, nhà cung ứng và yếu tố cộng đồng có tác động thấp nhất đến thực hiện TNXH đối với NLD tại các doanh nghiệp may Việt Nam. Kết quả

**Bảng 5:** Kiểm định bằng Bootstrap

Parameter		Estimate	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	CR
tnxh	<--- Ncu	0.201	0.106	0.002	0.197	-0.004	0.004	-0.037740
tnxh	<--- Cd	0.028	0.108	0.002	0.033	0.004	0.003	0.037037
tnxh	<--- Kh	0.297	0.084	0.002	0.294	-0.004	0.005	-0.047620
tnxh	<--- Nld	0.268	0.095	0.002	0.271	0.003	0.005	0.031579

*Nguồn: Tổng hợp kết quả từ phân tích SPSS và Amos 21*

Để đánh giá tính bền vững của mô hình nghiên cứu, phương pháp kiểm định Bootstrap được sử dụng. Đây là phương pháp lấy mẫu lặp lại có thể thay thế từ ban đầu (n= 452), trong đó mẫu ban đầu đóng vai trò đảm đông (Schumacker & Lomax, 1996). Số lần lấy mẫu lặp lại trong nghiên cứu được chọn là B = 1000 lần, kết quả cho thấy mẫu được tính trung bình và giá trị này có xu hướng gần với ước lượng của tổng thể. Bên cạnh đó, qua bảng ta thấy rằng trị tuyệt đối của CR rất nhỏ so với 2 nên có

nghiên cứu thống nhất với các nghiên cứu của Murillo, Lazano, (2006); Perrini et al, (2017); Gardenne & cộng sự, (2009) phát hiện rằng các bên liên quan như người lao động, các đối tác như khách hàng, nhà cung ứng ảnh hưởng nhiều nhất đến mức độ thực hiện TNXH của DN nói chung và thực hiện TNXH đối với NLD nói riêng. Tuy nhiên, nghiên cứu cũng cho thấy sự khác biệt với một số nghiên cứu Darnall & cộng sự (2010), Murillo, Lazano, (2006) phát hiện rằng yếu tố NLD có ảnh hưởng mạnh nhất đến thực hiện TNXH của DN nói

chung và thực hiện TNXH đối với NLD nói riêng. Như vậy sự tác động của các bên liên quan đến thực hiện TNXH đối với NLD là khác nhau tùy thuộc vào đặc điểm của từng quốc gia, từng lĩnh vực hoạt động kinh doanh. Các DN may Việt Nam cần coi thực hiện TNXH là một chiến lược dài hạn giúp tạo ra giá trị của doanh nghiệp cũng như là một con đường ngắn nhất để phát triển bền vững trong quá trình hội nhập và phát triển kinh tế. Vì vậy, một số giải pháp nhằm hoàn thiện thực hiện TNXH đối với NLD tại các DN may Việt Nam được đề xuất như sau:

### *(i) Đối với khách hàng*

Qua nghiên cứu cho thấy khách hàng chính là yếu tố mạnh nhất, là đối tượng quyền lực nhất ảnh hưởng đến thực hiện TNXH đối với NLD tại các DN may Việt Nam. Do vậy, các DN may cần phải thực hiện đầy đủ trách nhiệm về quyền và lợi ích của khách bằng các hành động và hành vi ứng xử như: Tiến hành thương mại và cạnh tranh lành mạnh; tuân thủ pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng; thực hiện việc cung cấp đầy đủ thông tin cần thiết về dịch vụ khách hàng; các thông tin hữu ích về hàng hóa và dịch vụ của doanh nghiệp; cung cấp hàng hóa, dịch vụ có chất lượng cao, an toàn; luôn có ý thức cải thiện khả năng tiếp cận với thông tin về hàng hóa và dịch vụ của khách hàng; phát triển và cung cấp các hàng hóa và dịch vụ thân thiện với môi trường để cung cấp cho khách hàng. Khách hàng - bên liên quan quyền lực nhất của các DN may cần có những hành động quyết liệt để các DN may Việt Nam thực hiện TNXH đối với NLD một cách đầy đủ, thường xuyên, đúng quy trình. Khách hàng yêu cầu các DN may thực hiện nghiêm chỉnh TNXH đảm bảo quyền của NLD trong các quy định pháp lý trong Bộ luật lao động về sử dụng lao động trẻ em, lao động cưỡng bức, về thời gian làm việc, an toàn và vệ sinh lao động... Bên cạnh đó khách hàng trong và ngoài nước cần tăng cường hiểu biết về thực hiện TNXH đối với NLD với các CoC: SA8000, WRAP, OHSAS...là cấp thiết khi đặt hàng tại các DN may.

### *(ii) Đối với người lao động*

Người lao động - lực lượng nòng cốt của các DN may Việt Nam. Vì vậy, các DN may cần tạo điều kiện để nhân viên tham gia thực hiện TNXH

đối với chính họ. Bên cạnh đó người lao động cần yêu cầu các DN may đưa nội dung, quá trình tổ chức thực hiện TNXH đối với NLD vào sổ tay NLD, bảng tin nội bộ, trên Website của DN. Để cho mọi lao động trong DN tham gia thực hiện TNXH giúp họ hiểu được mục tiêu, cái tâm của chủ DN cũng như sự theo đuổi, nỗ lực của DN trong việc thực hiện TNXH đối với NLD. Qua đó tạo ra sức mạnh thực hiện hoạt động này, tạo ra sợi dây gắn kết, mức độ hài lòng, sự tin tưởng và lòng trung thành với DN trong cuộc đời làm việc của NLD. Cùng với đó, các DN may cần tăng cường sự hiểu biết cũng như đào tạo về pháp luật lao động cho NLD một cách định kỳ, thường xuyên. Trên cơ sở đó xây dựng quan hệ lao động lành mạnh, công bằng giữa NLD và các chủ DN.

### *(iii) Đối với nhà cung ứng*

Các nhà cung ứng là một trong những bên liên quan đảm bảo cho sự thành công trong kinh doanh của DN. Do vậy các DN may phải đảm bảo thúc đẩy việc tạo dựng, duy trì và phát triển mối quan hệ đối tác tin cậy cả trong và ngoài nước với các nhà cung ứng. Đặc biệt cần ưu tiên ký các hợp đồng với đối tác ở địa phương, nhất là các doanh nghiệp nhỏ, tạo điều kiện thuận lợi cho họ tham gia vào chuỗi cung ứng. Bên cạnh đó các nhà cung ứng cần yêu cầu các doanh nghiệp may: có chính sách đảm bảo sự trung thực, công bằng trong các hợp đồng, cam kết thanh toán đúng hạn các khoản phải trả cũng như phối hợp với các đối tác khác để giải quyết các vụ tranh chấp liên đới.

### *(iv) Đối với cộng đồng*

Tăng cường sự giám sát của cộng đồng về thực hiện TNXH đối với NLD của các DN may Việt Nam. Với số lượng các DN may không ngừng lớn mạnh, lực lượng thanh tra, giám sát của các cơ quan quản lý Nhà nước còn khá mỏng. Hơn nữa, sức ép từ khách hàng, NLD, nhà cung ứng và cộng đồng là áp lực chính để các DN may thực hiện TNXH đối với NLD. Vì thế, cần có một cơ chế để cộng đồng địa phương hay chính là người dân tham gia tích cực hơn nữa trong việc kiểm tra, giám sát hoạt động của các DN may liên quan đến thực hiện TNXH đối với NLD. Cộng đồng có thể phản ánh dễ dàng các hoạt động như không đảm bảo điều kiện lao

động, sử dụng lao động trẻ em, vi phạm thời gian làm việc, nghỉ ngơi của NLĐ... Mặt khác, cộng đồng cần có tiếng nói mạnh hơn trong phê phán là trừng phạt nghiêm minh đối với những DN may không thực hiện TNXH đối với NLĐ.

Ngoài ra các DN may khi thực hiện TNXH đối với NLĐ cần có ngân sách hoạt động lâu dài. Vì vậy Chính phủ cần có những quy định, chính sách tạo điều kiện để các DN may thực hiện TNXH đối với NLĐ có khả năng tiếp cận dễ dàng, nhanh chóng, ưu đãi về tiếp cận nguồn vốn vay. Hơn nữa, Chính phủ cần có cơ chế tạo khung hành lang pháp lý cho việc sử dụng lao động, thực hiện TNXH đảm bảo quyền và lợi ích cho NLĐ. Đồng thời tăng cường cơ chế kiểm tra, giám sát, thưởng phạt thích đáng đối với các DN may thực hiện tốt hoặc không thực hiện TNXH đối với NLĐ.

#### **Tài liệu tham khảo:**

1. Hoàng Thị Thanh Hương (2015), *Áp dụng chiến lược trách nhiệm xã hội tại doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa Việt Nam: nghiên cứu tình huống ngành may*, Luận án - Trường Đại học kinh tế quốc dân.

2. Nguyễn Thị 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 ĐHQGHN, Kinh tế và kinh doanh, Tập 29, số 1 năm 2013.

3. Bayoud N. et al, (2012), *Factors Influencing Levels of Corporate Social Responsibility Disclosure by Libyan Firms: A Mixed Study*, International Journal of Economics and Finance, 4:13-29.

4. Emma Sjöström, (2009), *Shareholder Influence on Corporate Social Responsibility, Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy*, Ph.D Stockholm School of Economics.

5. Gadenne, D. L., Kennedy, J., & McKeiver, C. (2009), *An empirical study of environmental awareness and practices in SMEs*, Journal of Business Ethics, 84(1), 45-63.

6. Hill, et al (2003), *Corporate Social Responsibility: An Examination of Individual Firm Behavior*, Business and Society Review 108, 339-362.

7. Hill, C.W. and Jones, T.M. (1992), *Stakeholder-Agency Theory*, Journal of Management Studies, 29, 131-154.

8. Katherina Glac, (2010), *The Influence of Shareholders on Corporate Social Responsibility, The CEBC History of Corporate Responsibility Project*, University of St. Thomas.

9. Maignan I., Ferrell O. C., & Ferrell L, (2005), *Corporate Social Responsibility and Marketing: An Integrative Framework*, Journal of the Academy of Marketing Science. Volume 32, No. 1, pages 3-19.

10. Murillo D. and Lozano J. M. (2006), *SME and CSR: An approach to CSR on their own words*, Journal of Business Ethics, Vol. 67, pp. 227-240.

#### **Summary**

This research aims to analyze the influence of stakeholders on the implementation of social responsibility for workers of Vietnamese garment enterprises. Data were collected from 18 Vietnamese garment companies through a pre-designed questionnaire. In this paper, the methodology includes descriptive statistics, CFA analysis, SEM analysis, and Bootstrap testing. The results of the study have shown the influence of the stakeholders on the social responsibility of Vietnamese garment enterprises such as customers, suppliers, workers and the community. Among them, customer factor is considered as the most important factor affecting the performance of social responsibility for workers of Vietnam garment enterprises. At the same time, the study also suggested some management solutions to enhance social responsibility performance for workers.